



IL FENOMENO DELLA CONTRAFFAZIONE IN AMBITO COMMERCIALE - Settore Tessile e Moda -

DEFINIZIONE

Con il termine contraffare ci si riferisce all'attività di chi riproduce qualcosa in modo tale che possa essere scambiata per l'originale. Per esattezza, la contraffazione interessa una serie di fenomenologie essenzialmente riconducibili alla produzione e commercializzazione di merci che recano - illecitamente - un marchio identico ad uno regolarmente registrato (*cd merci contraffatte*), ovvero alla produzione di beni che costituiscono riproduzioni illecite di prodotti coperti da *copyright*, modelli o disegni (*cd merci usurpative*).

EFFETTI

La contraffazione è divenuta nel corso degli anni un problema crescente per una serie di motivi:

- È un'attività criminale in cui alti guadagni corrispondono a bassi rischi.
- Lo sviluppo delle tecnologie informatiche e digitali ha reso agevole la riproduzione abusiva di marchi, forme e contenuti.
- La tendenza alla globalizzazione del commercio ha aperto nuovi mercati ai contraffattori.
- L'avvento del commercio elettronico, separando fisicamente il venditore dall'acquirente, ha moltiplicato la possibilità di abusi.

Si tratta di un fenomeno non nuovo, risalente sino ai tempi dagli antichi egizi; quello che oggi è diverso è la scala planetaria in cui si svolge e gli effetti che può avere in termini di danni per: a) le aziende contraffatte b) lo Stato c) il consumatore e d) la società nel suo complesso.

Nei confronti dell'**impresa** "contraffatta" c'è con tutta evidenza una sottrazione di valore: il marchio/brevetto (risultato della ricerca e della creatività dell'azienda) viene infatti sottratto all'impresa e ciò si traduce non solo in un danno per la stessa, ma anche - su scala più vasta - in un disincentivo all'innovazione.

Nei confronti dello **Stato** la contraffazione produce un danno economico diretto - che si traduce in evasione fiscale e contributiva - e indiretto, riassumibile in costi sociali (ad esempio assenza di sicurezza sul lavoro) e d'immagine per il territorio di riferimento.

Il **consumatore** può subire danni personali, di tipo economico oppure in termini di salute e sicurezza, mentre la **società** civile sconta le



connessioni non occasionali fra il mondo della contraffazione e la criminalità organizzata.

Dal punto di vista **dell'impatto** sul **sistema-paese**, "il fatturato del mercato interno della contraffazione si stima sia di 6 miliardi e 900 milioni di euro. I settori più colpiti sono quelli dell'abbigliamento e degli accessori (quasi 2,5 miliardi di euro), il comparto Cd, Dvd e software (più di 1,8 miliardi di euro) e quello dei prodotti alimentari (quasi 1,1 miliardi di euro).

La stima dell'impatto sull'economia italiana evidenzia che:

- se fossero stati venduti gli stessi prodotti sul mercato legale si sarebbero avuti 13,7 miliardi di euro di valore di produzione aggiuntiva, con conseguenti 5,5 miliardi circa di valore aggiunto (corrispondenti allo 0,35% del PIL italiano);
- la produzione avrebbe generato acquisti di materie prime, semilavorati e/o servizi dall'estero per un valore delle importazioni pari a 4,2 miliardi di euro;
- la produzione complessiva degli stessi beni in canali ufficiali avrebbe assorbito circa 110.000 unità di lavoro a tempo pieno, pari a circa lo 0,41% dell'occupazione complessiva nazionale.

Riportare sul mercato legale la produzione dei beni contraffatti significherebbe anche avere un gettito aggiuntivo per imposte dirette e indirette legato alla produzione diretta di 1 miliardo e 700 milioni di euro, mentre, se si comprende anche la produzione indotta si arriverebbe a 4 miliardi e 620 milioni di euro, pari all'1,74% del totale del gettito dello Stato relativo alle imposte considerate nello studio".¹

IL SISTEMA DELLE CAMERE DI COMMERCIO

L'art. 2 della legge 29 dicembre 1993 n. 580, così come modificato dal comma 2 dell'art. 1 del Decreto Legislativo 15 febbraio 2010 n. 23, stabilisce che:

"1. Le camere di commercio svolgono, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese e delle economie locali, nonché, fatte salve le competenze attribuite dalla Costituzione e dalle leggi dello Stato alle amministrazioni statali, alle regioni, e agli enti locali, funzioni nelle materie amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese. Le camere di commercio, singolarmente o in forma associata, esercitano, inoltre, le funzioni ad esse delegate dallo Stato e dalle regioni, nonché i

¹ CENSIS/MISE, "L'impatto della contraffazione sul sistema-paese: dimensioni, caratteristiche e approfondimenti", 2012



compiti derivanti da accordi o convenzioni internazionali, informando la loro azione al principio di sussidiarietà.

2. Le camere di commercio, singolarmente o in forma associata, svolgono in particolare le funzioni e i compiti relativi a:

- a) tenuta del registro delle imprese, del Repertorio economico amministrativo, ai sensi dell'articolo 8 della presente legge, e degli altri registri ed albi attribuiti alle camere di commercio dalla legge;
- b) promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche;
- c) promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitività, favorendo l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi fidi;
- d) realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica;
- e) supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero, raccordandosi, tra l'altro, con i programmi del Ministero dello sviluppo economico;
- f) promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese, anche attraverso la realizzazione di servizi e infrastrutture informatiche e telematiche;
- g) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti;
- h) predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;
- i) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti;
- l) vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci;
- m) raccolta degli usi e delle consuetudini;
- n) cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni.

3. Le Camere di Commercio, nei cui registri delle imprese siano iscritte o annotate meno di 40.000 imprese, esercitano le funzioni di cui alle lett. g), h), i) e l) obbligatoriamente in forma associata.

4. Per il raggiungimento dei propri scopi, le Camere di Commercio promuovono, realizzano e gestiscono strutture ed infrastrutture di interesse economico generale a livello locale, regionale e nazionale, direttamente o mediante la partecipazione, secondo le norme del codice civile, con altri soggetti pubblici e privati, ad organismi anche associativi, ad enti, a consorzi e a società.

5. Le Camere di Commercio, nel rispetto di criteri di equilibrio economico e finanziario, possono costituire, in forma singola o associata, e secondo le disposizioni del codice civile, aziende speciali operanti secondo le norme del diritto privato. Le aziende speciali delle Camere di Commercio



sono organismi strumentali dotati di soggettività tributaria. Le Camere di Commercio possono attribuire alle aziende speciali il compito di realizzare le iniziative funzionali al perseguimento delle proprie finalità istituzionali e del proprio programma di attività, assegnando alle stesse le risorse finanziarie e strumentali necessarie.

6. Per la realizzazione di interventi a favore del sistema delle imprese e dell'economia, le Camere di Commercio e le loro unioni possono partecipare agli accordi di programma ai sensi dell'*articolo 34 del citato decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267*.

7. La programmazione degli interventi a favore del sistema delle imprese e dell'economia, nell'ambito del programma pluriennale di attività di cui all'articolo 11, comma 1, lett. c), formulata in coerenza con la programmazione dell'Unione europea, dello Stato e delle regioni.

8. Le Camere di Commercio possono costituirsi parte civile nei giudizi relativi ai delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio. Possono, altresì, promuovere l'azione per la repressione della concorrenza sleale ai sensi dell'articolo 2601 del codice civile.

9. Le Camere di Commercio e le loro unioni possono formulare pareri e proposte alle amministrazioni dello Stato, alle regioni e agli enti locali sulle questioni che comunque interessano le imprese della circoscrizione territoriale di competenza.

LA CAMERA DI COMMERCIO DI PRATO

Nell'ambito delle linee prioritarie per il 2014, la Camera ritiene che la **lotta alla contraffazione** sia un elemento centrale nell'affermazione della legalità e nella correttezza delle relazioni commerciali tra le imprese; per tale motivo presterà particolare attenzione a tutte quelle iniziative che si mostreranno meritevoli di sostegno, anche provenienti da soggetti terzi, finalizzate a combattere il fenomeno e ripristinare la trasparenza del mercato.

In tale ambito, la Camera di Commercio ritiene altresì importante proseguire nella realizzazione e nel sostegno di iniziative per promuovere con efficacia l'utilizzo dei diritti di **proprietà industriale** quale strumento fondamentale per valorizzare e sostenere la capacità innovativa e competitiva delle aziende, soprattutto in un territorio, come quello pratese, caratterizzato da un tessuto di piccole e medie imprese da sempre votato all'innovazione.

La tutela della proprietà intellettuale risulta pertanto un obiettivo strategico per l'ente, in quanto sottolinea - tra l'altro - la volontà di investire nel capitale umano. Questo perché, tra gli strumenti di contrasto di tale fenomeno, particolare rilevanza va attribuita ai **mezzi preventivi**, che consentono di ridurre al minimo i rischi e i danni per le



aziende. Tra essi, il più efficace è certamente la **registrazione del marchio/brevetto**, che conferisce un diritto di esclusiva nell'utilizzo dello stesso ed è volta a semplificare la dimostrazione dell'uso di un marchio da parte del produttore in caso di contestazioni.

In Italia la tutela della proprietà industriale è attribuita per legge all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (U.I.B.M.) costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico, al quale compete il rilascio dei brevetti e delle registrazioni, previo esame delle relative domande. A livello provinciale, presso la Camera di Commercio di Prato, è istituito l'Ufficio Marchi e Brevetti, che fornisce tutta la modulistica e le istruzioni necessarie per la compilazione ed il deposito delle domande di registrazione per marchi di impresa nazionali ed internazionali, di brevetto per invenzioni industriali e modelli di utilità, nonché di registrazione per i disegni e modelli. L'Ufficio è altresì competente a ricevere i cosiddetti "seguiti" alle pratiche di brevetto o di marchio, ossia tutti quegli atti che modificano in parte l'esercizio dei diritti connessi ai brevetti, ovvero che attestano l'avvenuta variazione di taluni elementi dei medesimi.

Poiché tra gli obiettivi della Commissione parlamentare c'è quello di approfondire la portata del fenomeno della contraffazione anche con riferimento alla situazione della proprietà industriale, si ritiene opportuno allegare un dato riepilogativo relativo al deposito di marchi nazionali, europei e internazionali relativo al più recente periodo.

Per aiutare le imprese ad avvicinarsi agli strumenti di tutela della proprietà industriale, la Camera di Commercio di Prato ha aderito nel recente passato ad una Convenzione avente ad oggetto lo sviluppo degli strumenti di tutela della proprietà industriale e la diffusione della cultura brevettuale, stipulata tra l'Unione Regionale delle Camere di Commercio della Toscana ed i consulenti in proprietà industriale. L'incontro con il consulente era finalizzato a fornire all'azienda **un primo orientamento gratuito**, utilizzabile dalla stessa azienda per meglio valutare e decidere la propria successiva strategia dal punto di vista brevettuale. Dalla data di attivazione della convenzione fino alla sua scadenza numerosi imprenditori hanno fruito del servizio messo a loro disposizione dalla Camera di Commercio.

In tema di azioni educative sul tema della **contraffazione**, la Camera di Commercio di Prato ha aderito nel 2012 all'Osservatorio Anticontraffazione della Camera di Commercio di Firenze, con il compito di monitorare il fenomeno e proporre iniziative di sensibilizzazione.

Recenti studi condotti sulla contraffazione hanno fatto emergere che i consumatori, e soprattutto i giovani, sono scarsamente consapevoli delle negative conseguenze che il fenomeno provoca in ordine ai danni alla



salute dei consumatori, allo sfruttamento del lavoro minorile, allo sviluppo della criminalità organizzata, alla concorrenza sleale nei confronti delle imprese, ecc. In generale si tratta di acquirenti spesso indifferenti al fatto di compiere un atto illecito (sanzionabile amministrativamente), convinti di fare un affare e soddisfatti di entrare in possesso dell'oggetto desiderato pagando prezzi notevolmente più bassi rispetto all'originale.

Proprio in virtù dell'interesse suscitato, è stato deciso di avviare un percorso educativo rivolto alle **scuole superiori del territorio**, con lo scopo di compiere un'azione di informazione/formazione mirata a permeare la coscienza degli studenti e a contribuire a limitare l'acquisto di merce contraffatta. L'iniziativa, realizzata in collaborazione con le forze dell'ordine e le associazioni di categoria, è stata avviata nella seconda parte dell'anno in corso con il convegno "A scuola di legalità" e proseguirà nel 2015 con approfondimenti tematici rivolti ai singoli istituti scolastici.

In un'ottica di **contrasto all'illegalità**, di prevenzione delle pratiche commerciali sleali e di tutela della salute e della sicurezza dei consumatori, alle Camere di Commercio sono attribuite:

- A) funzioni di **vigilanza** e controllo
- B) funzioni di irrogazione di **sanzioni** amministrative.

A) La L. n. 580/1993, di riordino del sistema delle Camere di Commercio, indica fra le funzioni dell'istituzione "vigilanza e controllo sui prodotti" (art. 2, comma 2, lettera L).

Su tale presupposto e sulla scorta di quanto previsto da alcune leggi speciali, che direttamente o indirettamente attribuiscono poteri di vigilanza alle CCIAA, a partire dal 2010 le Camere di Commercio hanno avviato sistematiche attività di **vigilanza del mercato**. L'attività è stata articolata a livello nazionale nel quadro di una serie di accordi stipulati fra Unioncamere e il Ministero dello Sviluppo Economico, in modo tale da effettuare sia controlli mirati su soggetti con "indici di sospetto", inseriti in specifiche liste predisposte dal Ministero stesso, sia controlli a campione sulla generalità degli operatori.

Le singole Camere hanno svolto controlli più frequenti sulle tipologie di attività economica che caratterizzano la propria area territoriale (ad esempio a Prato il settore tessile), concentrando poi le verifiche sulla sicurezza di determinate categorie di prodotti: giocattoli, prodotti elettrici (con particolare attenzione ai piccoli elettrodomestici), D.P.I. (con particolare attenzione agli occhiali da sole), articoli di puericultura, adattatori elettrici.



Nel periodo compreso fra il 1° dicembre 2010 e il 31 ottobre 2014, la Camera di Commercio di Prato ha così sottoposto a controllo oltre **1.500 prodotti** offerti in vendita ai consumatori, sottoponendone alcuni anche ad esami di laboratorio.

In esito a tali verifiche, che per alcuni dei prodotti in questione devono essere ancora completate, i competenti uffici hanno elevato quasi 100 verbali di accertamento di violazioni, per un importo complessivo di oltre 300.000 €.

B) Varie leggi speciali individuano nelle Camere di Commercio le autorità destinatarie del rapporto di cui all'art. 17 della L. n. 689/1981, in relazione a molteplici fattispecie di illecito amministrativo.

Fra queste si ricordano:

- la L. 18 ottobre 1977 n. 791, il D.Lgs. 31 luglio 1997 n. 277 e il D.Lgs. 6 novembre 2007 n. 194, in materia di sicurezza e compatibilità elettromagnetica dei **prodotti elettrici/elettronici**;
- il D.Lgs. 16 febbraio 2011 n. 15 e il D. Lgs. 28 giugno 2012 n. 104 in materia di progettazione ecocompatibile ed etichettatura dei **prodotti connessi all'energia**;
- il D.Lgs. 22 maggio 1999 n. 194 e la L. 26 novembre 1973 n. 883 (entrambe in relazione al Reg. CE n. 1007/2011), in materia di etichettatura di composizione dei **prodotti tessili**;
- la L. 24 dicembre 2003 n. 350 sulla fallace indicazione d'origine delle merci (c.d. **made in Italy**);
- il D.Lgs. 6 settembre 2005 n. 206 (Codice del Consumo), in tema di etichettatura dei prodotti offerti ai consumatori e di sicurezza generale dei prodotti;
- il D.Lgs. 11 aprile 2011 n. 54, in materia di sicurezza dei **giocattoli**;
- il D. Lgs. 4 dicembre 1992 n. 475 in materia di **dispositivi di protezione individuale**;
- il D.P.R. 17 febbraio 2003 n. 84 in tema di informazioni obbligatoria ai consumatori su **risparmio di carburante ed emissioni delle autovetture**;
- la L. 5 febbraio 1992 n. 122 in tema di esercizio abusivo dell'**attività di autoriparazione**;
- la L. 24 marzo 2012 n. 28 (di conversione del D.L. n. 2/2012) in materia di commercializzazione dei **sacchi monouso** nel rispetto dell'ambiente.

Nel periodo compreso fra il 1° gennaio 2011 e il 31 ottobre 2014 la Camera di Commercio di Prato ha adottato circa 200 ordinanze-ingiunzione nelle materie sopra elencate, ingiungendo nel complesso il pagamento di sanzioni per circa 300.000 € e confiscando migliaia di prodotti irregolari.



Allegati:

- Andamento domande di deposito nazionale e internazionale titoli proprietà industriale anni 2009 - 2013 (*Fonte CCIAA Prato*)

Domande di marchio nazionale

Settore merceologico	2009	2010	2011	2012	2013	Totale
Tessile	125	143	130	125	151	674
Altro	178	165	193	140	137	813
Totale	303	308	323	304	327	1.565

Domanda di marchio internazionale

Settore merceologico	2009	2010	2011	2012	2013	Totale
Tessile	9	3	7	7	10	36
Altro	3	6	4	7	7	27
Totale	12	9	11	14	14	60

Domande di brevetti nazionali

Settore merceologico	2009	2010	2011	2012	2013	Totale
Tessile	4	3	5	5	6	23
Altro	25	20	36	20	15	116
Totale	29	23	41	25	21	139

Domande disegni e modelli nazionali

Settore merceologico	2009	2010	2011	2012	2013	Totale
Tessile	12	5	7	7	7	38
Altro	1	7	14	7	14	43
Totale	13	12	21	14	21	81