



REGIONE DEL VENETO

giunta regionale

CONVEGNO REGIONALE SULLA POLIZIA LOCALE E SULLA SICUREZZA URBANA

31 gennaio e 1 febbraio 2005
Teatro Congressi "Pietro d'Abano"
Abano Terme (PD)

31 gennaio 2005 La Contraffazione dei Marchi
e l'Abusivismo Commerciale

"SCENARI SULLA CONTRAFFAZIONE"

Prof. Ernesto Ugo Savona
Professore nell'Università Cattolica del Sacro Cuore e Direttore di
TRANSCRIME
- Università degli Studi di Trento

28 GENNAIO 2005

ASSESSORATO ALLE POLITICHE DELLA SICUREZZA E DEI FLUSSI MIGRATORI
OSSERVATORIO REGIONALE PER LA SICUREZZA - REGIONE DEL VENETO

Centro di Documentazione

Passaggio Gaudenzio, 1 - 35131 Padova

tel. 049.8778114-5-6-7

fax. 049.8778119

Indice

1. Di quale contraffazione parliamo
2. Di quanta contraffazione parliamo
3. Da dove vengono e dove vanno merci contraffatte in un mercato globale
4. Il Ruolo dell'Italia...
5. ...E quello del Veneto
6. Il chi è dei contraffattori
7. Il chi è delle vittime
 - 7.1) il chi è delle vittime 1: le imprese e le loro responsabilità
 - 7.2) il chi è delle vittime 2: i cittadini
 - 7.3) il chi è delle vittime 3: lo stato
8. Chi compra

1 /DI QUALE CONTRAFFAZIONE PARLIAMO

LEGISLAZIONE

In senso stretto, la “**contraffazione**” indica la riproduzione del marchio *tel quel* sul prodotto che imita il prodotto originale. Il marchio, quindi, deve avere connotati caratteristici del marchio originale tali da creare confusione nel pubblico dei consumatori. La **confondibilità** è l'elemento essenziale sulla base del quale verificare se esiste o meno contraffazione.

2/ DI QUANTA CONTRAFFAZIONE PARLIAMO

Contraffazione e pirateria sono fenomeni difficili da quantificare:

- La natura clandestina dell'attività non rende possibile la realizzazione di statistiche esatte;
- Variazioni, anche notevoli, nei comparti disaggregati sono dovute a diverse metodologie di valorizzazione e a dati di partenza basati su indicatori diversi (sequestri operati, numero di addetti all'economia sommersa, merce circolante/merce prodotta o importata ufficialmente, ecc.);
- Ancora più difficili da valutare sono i danni della contraffazione: la sottrazione alle vendite legittime da parte delle vendite contraffatte non sempre e non necessariamente è in rapporto di 1:1, ad esse vanno comunque aggiunti eventuali danni di immagine, i mancati introiti fiscali e i costi sociali¹.

ALCUNI DATI SULLA CONTRAFFAZIONE A LIVELLO MONDIALE/INTERNAZIONALE

Rapporto INDICAM: negli ultimi dieci anni (1993 – 2003) l'incremento mondiale della contraffazione dei prodotti è pari a circa il 1.700%²

¹ Rapporto INDICAM [<http://www.indicam.it/indicam/numeri.shtml>]

² INDICAM – Istituto del Centromarca per la lotta alla contraffazione – è l'associazione italiana a carattere intersettoriale, interprofessionale e attiva sull'insieme delle problematiche della difesa dei diritti di Proprietà Intellettuale, che collabora con i titolari di marchi, le imprese della distribuzione, le organizzazioni dei consumatori e le pubbliche autorità per la prevenzione e la repressione della contraffazione [<http://www.indicam.it/indicam/numeri.shtml>]

UN CASO DI PRODOTTI CONTRAFFATTI: I FARMACI³

- ❖ Stime OMS: il 7% di tutti i farmaci venduti nel mondo è contraffatto, con punte del 30% in Brasile e del 60% in alcuni Stati africani;
- ❖ Il valore di questo commercio illegale è stato stimato intorno ai 10 miliardi di Euro;
- ❖ Nel periodo che va dal 1982 al 1997 l'OMS ha identificato e documentato circa 750 casi di contraffazione di farmaci. Più del 50% di queste segnalazioni riguarda gli anni successivi al 1993, a testimonianza del fatto che si tratta di un fenomeno in espansione;
- ❖ Tra i casi di contraffazione scoperti dall'OMS:
 - il 51% dei prodotti non conteneva alcun ingrediente attivo;
 - il 17% conteneva un principio attivo diverso da quello indicato in etichetta;
 - l'11% una diversa quantità;
 - solo nel 4% dei casi i farmaci contraffatti contenevano il principio attivo della medesima qualità e nello stesso dosaggio del farmaco originale.
- ❖ Gli antibiotici costituiscono la categoria di farmaci maggiormente soggetta a contraffazione, rappresentando circa il 45% di tutti i casi segnalati nel mondo;
- ❖ Il 65% dei casi di contraffazione di medicinali riguarda i Paesi in via di sviluppo a causa della scarsità di regolamentazione e controllo sull'importazione, produzione e commercializzazione dei farmaci;
- ❖ La contraffazione non è comunque un problema che riguarda solo i paesi in via di sviluppo. **In Europa e Nord America ci sono segnali insistenti che il fenomeno è in forte aumento;**
- ❖ **In Europa la distribuzione dei farmaci falsi è stata segnalata in tutti gli stati dell'UE; molti di questi, tra cui l'Italia, sono coinvolti anche nella produzione di medicinali contraffatti e nella loro importazione da paesi extracomunitari;**
- ❖ Negli ultimi anni lo sviluppo dell'*e-commerce*, cioè la vendita diretta tramite Internet, ha creato un nuovo possibile canale di commercializzazione di farmaci contraffatti.

FARMACI CONTRAFFATTI E FATTORI DI RISCHIO

- Nella maggior parte dei casi i farmaci contraffatti non sono equivalenti in qualità, sicurezza ed efficacia ai corrispondenti farmaci originali;
- Anche quando sono di qualità adeguata e contengono la corretta quantità di principio attivo, la loro produzione non avviene secondo le norme di Good Manufacturing Practice (GMP) imposte al prodotto autentico dall'industria farmaceutica;
- I farmaci contraffatti sfuggono al controllo delle autorità regolatorie competenti. Ciò significa che qualsiasi difetto o reazione avversa legati al farmaco non possono essere facilmente riconoscibili o monitorati e, qualora necessario, non sarebbe possibile un effettivo richiamo del prodotto dal mercato.

³ L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) definisce come contraffatto un farmaco, sia esso specialità medicinale o generico, che deliberatamente e fraudolentemente reca false indicazioni riguardo alla sua origine e/o identità. World Health Organization. Counterfeit Drugs: a report of a joint WHO/IFPMA workshop. WHO/DMP/CFD/92. WHO: Geneva; 1992. La contraffazione dei farmaci può essere suddivisa in quattro tipologie: 1. il farmaco è una perfetta imitazione della preparazione "originale": stesso principio attivo, nella corretta quantità e identico confezionamento; 2. il farmaco si presenta in confezione identica a quella della specialità medicinale originale, ma contiene il principio attivo in quantità inferiore al dichiarato; 3. il farmaco assomiglia al prodotto autentico, ma non contiene alcun ingrediente attivo; 4. il farmaco contiene ingredienti diversi da quelli dichiarati. Fonte dati: Notiziario dell'Istituto Superiore di Sanità, Farmaci contraffatti e fattori di rischio, rapporto annuale sulla legionellosi in Italia nel 2001, Volume 15, Numero 10, Ottobre 2002, [<http://www.iss.it/publ/noti/2002/0210/0210.pdf>]

ALCUNI DATI SULLA CONTRAFFAZIONE A LIVELLO EUROPEO**Numero di casi di merce contraffatta sequestrata alle dogane UE****Distinzione per categoria merceologica. Anni 2001–2003**

Descrizione del prodotto	2001	2002	2003*	Totale	Incidenza %
Derrate alimentari, alcolici e altre bevande	18	13	6	37	0,2%
Profumeria e cosmetica	36	37	48	121	0,7%
Abbigliamento e accessori	2628	4380	2350	9358	54,9%
<i>a) Sportswear</i>	595	1677	569	2841	16,7%
<i>b) Altri capi d'abbigliamento</i>	1313	1658	892	3863	22,6%
<i>c) Accessori (borse, occhiali da sole, etc.)</i>	720	1045	908	2673	15,7%
Materiale elettrico	162	283	98	543	3,2%
Accessori per computer	28	22	8	58	0,3%
Cd, Dvd, cassette, etc.	785	1388	943	3116	18,3%
Orologi e gioielli	543	572	366	1481	8,7%
Giocattoli	269	261	267	797	4,7%
Altri beni (medicine, pezzi di ricambio, etc.)	587	508	406	1501	8,8%
Sigarette	n.d.	89	45	134	0,8%

*Dati riferiti al primo semestre 2003

Fonte: Commissione Europea⁴**Numero di articoli di merce contraffatta sequestrati alle dogane europee.****Distinzione per categoria merceologica. Anni 2000–2003**

Descrizione del prodotto	2000	2001	2002	2003*	Totale	Incidenza %
Derrate alimentari, alcolici e altre bevande	2.340.334	4.106.663	841.259	77.127	7.365.383	2,5%
Profumeria e cosmetica	92.650	26.417	112.132	586.917	818.116	0,3%
Abbigliamento e accessori	4.622.181	4.782.672	9.243.074	1.892.924	20.540.851	7,0%
<i>a) Sportswear</i>	573.212	340.432	378.252	259.323	1.551.219	0,5%
<i>b) Altri capi d'abbigliamento</i>	1.876.068	1.795.834	3.067.583	912.930	7.652.415	2,6%
<i>c) Accessori (borse, occhiali da sole, etc.)</i>	2.172.901	2.646.406	5.797.238	719.691	11.336.236	3,9%
Materiale elettrico	292.022	1.026.517	1.763.054	369.202	3.450.795	1,2%
Accessori per computer	66.115	103.327	47.184	22.013	238.639	0,1%
Cd, Dvd, cassette, etc.	8.842.075	39.737.512	11.975.237	24.586.597	85.141.421	28,9%
Orologi e gioielli	3.488.748	746.942	424.168	445.607	5.105.465	1,7%
Giocattoli	6.819.113	1.565.578	1.124.756	1.761.538	11.270.985	3,8%
Altri beni (medicine, pezzi di ricambio, etc.)	41.227.308	42.325.869	28.059.765	2.523.526	114.136.468	38,8%
Sigarette	n.d.	n.d.	31.360.411	14.990.390	46.350.801	15,7%

* Dati riferiti al primo semestre 2003

Fonte: Commissione Europea⁵⁴ [http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/index_en.htm]⁵ [http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/index_en.htm]

ALCUNI DATI SULLA CONTRAFFAZIONE IN ITALIA**Numero di casi di merce contraffatta registrati alle dogane italiane****Distinzione per categoria merceologica. Anni 2000–2003**

Descrizione del prodotto	2000	2001	2002	2003*	Totale 2000/2003	Incidenza % 2000/2003
Derrate alimentari, alcolici e altre bevande					0	0,0%
Profumeria e cosmetica			2		2	0,3%
Abbigliamento e accessori	102	147	76	49	374	54,4%
<i>a) Sportswear</i>	<i>26</i>	<i>54</i>	<i>17</i>	<i>13</i>	<i>110</i>	<i>16,0%</i>
<i>b) Altri capi d'abbigliamento</i>	<i>39</i>	<i>31</i>	<i>16</i>	<i>9</i>	<i>95</i>	<i>13,8%</i>
<i>c) Accessori (borse, occhiali da sole, etc.)</i>	<i>37</i>	<i>62</i>	<i>43</i>	<i>27</i>	<i>169</i>	<i>24,6%</i>
Materiale elettrico	19	33	36	13	101	14,7%
Accessori per computer		6	4	0	10	1,5%
Cd, Dvd, cassette, etc.	6		3	0	9	1,3%
Orologi e gioielli	11	46	8	1	66	9,6%
Giocattoli	19	21	13	12	65	9,5%
Altri beni (medicine, pezzi di ricambio, etc.)	17	19	13	8	57	8,3%
Sigarette	n.d.	n.d.	2	1	3	0,4%
Totale	174	272	157	84	687	100,0%

*Dati riferiti al primo semestre 2003

Fonte: Commissione Europea⁶

⁶ [http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/index_en.htm]

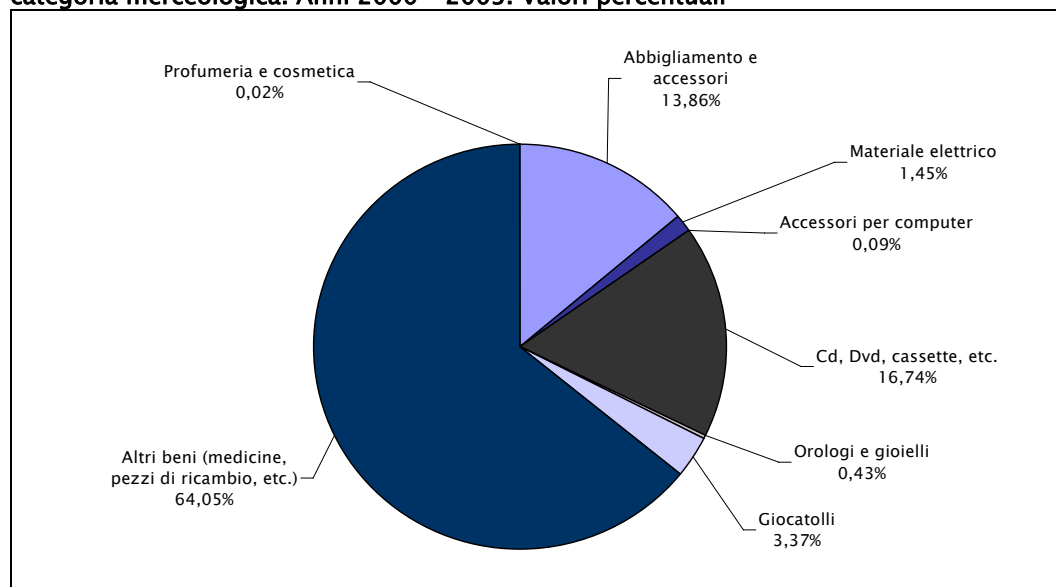
Numero di articoli di merce contraffatta sequestrati alle dogane italiane. Distinzione per categoria merceologica. Anni 2000–2003

Descrizione del prodotto	2000	2001	2002	2003*	Totale 2000/2003	Incidenza (no sigarette) % 2000/2003
Derrate alimentari, alcolici e altre bevande					0	0,0%
Profumeria e cosmetica			6.246		6.246	0,0%
Abbigliamento e accessori	319.460	515.063	4.197.609	325.659	5.357.791	12,2%
<i>a) Sportswear</i>	<i>29.790</i>	<i>123.453</i>	<i>100.800</i>	<i>69.275</i>	<i>323.318</i>	<i>0,7%</i>
<i>b) Altri capi d'abbigliamento</i>	<i>169.182</i>	<i>102.812</i>	<i>106.554</i>	<i>90.869</i>	<i>469.417</i>	<i>1,1%</i>
<i>c) Accessori (borse, occhiali da sole, etc.)</i>	<i>120.488</i>	<i>288.798</i>	<i>3.990.255</i>	<i>165.515</i>	<i>4.565.056</i>	<i>10,4%</i>
Materiale elettrico	145.773	129.127	137.004	146.979	558.883	1,3%
Accessori per computer		18.653	2.103	14.700	35.456	0,1%
Cd, Dvd, cassette, etc.	114.626		6.352.318	1.782	6.468.726	14,7%
Orologi e gioielli	5.585	121.711	17.047	20.934	165.277	0,4%
Giocattoli	347.009	440.665	381.026	134.651	1.303.351	3,0%
Altri beni (medicine, pezzi di ricambio, etc.)	1.343.128	2.624.906	20.405.214	382.366	24.755.614	56,3%
Sigarette	n.d.	n.d.	4.280.600	19.440.800	23.721.400	
Totale	2.275.581	3.850.125	35.779.167	20.467.871	62.372.744	
Totale (no sigarette)	2.595.041	4.365.188	35.696.176	1.352.730	44.009.135	100,0%

*Dati riferiti al primo semestre 2003

Fonte: Commissione Europea⁷

Numero di articoli di merce contraffatta sequestrati alle dogane italiane. Distinzione per categoria merceologica. Anni 2000 – 2003. Valori percentuali



Fonte: elaborazione Transcrime su dati Commissione Europea

⁷ [http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/index_en.htm]

3/ DA DOVE VENGONO E DOVE VANNO LE MERCI CONTRAFFATTE IN UN MERCATO GLOBALE

Sempre più difficile è individuare la reale provenienza dei prodotti contraffatti:

- la contraffazione e la pirateria sono ormai gestite da organizzazioni che fanno il possibile per mascherare la vera origine dei prodotti;
- le merci imitate prendono le rotte più diverse, passano per molti Paesi attraverso itinerari secondari, prima di giungere nei luoghi di distribuzione.

PRODUZIONE MONDIALE DI MERCI CONTRAFFATTE E DESTINAZIONE

Secondo il Rapporto INDICAM, il **70% circa della produzione mondiale di contraffazioni proviene dal Sud-Est asiatico**. La destinazione è per il 60% l'Unione Europea, per il 40% il resto del mondo. La Cina è di gran lunga al primo posto, seguita da Corea, Taiwan e altri paesi dell'area⁸. Attivi sono anche i contraffattori del Centro e Sud America⁹.

Il **30% circa della produzione mondiale di contraffazioni proviene dal bacino mediterraneo**, con destinazione l'Unione Europea, gli Stati Uniti, l'Africa, l'Est Europeo. I paesi leader sono l'Italia, la Spagna, la Turchia, il Marocco. Le dinamiche della globalizzazione fanno sì che tra questi due bacini, un tempo separati, vi sia ormai una completa interpenetrabilità: sempre più spesso componenti falsificati di origine cinese entrano nell'UE scegliendo i varchi doganali più deboli come i porti del Nord Europa e gli stati nuovi membri. Vengono quindi assemblati e spesso dotati di marchi contraffatti in diversi paesi dell'Unione, tra cui purtroppo primeggia l'Italia, che oltretutto è anche prima in Europa come consumatore di beni contraffatti¹⁰.

In **Italia** le aree maggiormente interessate alla produzione di merci contraffatte sono il napoletano, l'interland milanese e la provincia di Prato, dove è presente una radicata comunità cinese¹¹.

⁸ [<http://www.indicam.it/indicam/numeri.shtml>]; [http://www.gdf.it/varie/lotta_contraffazione/contraffazione.pdf]

⁹ IPI (Istituto per la Promozione Industriale) L'industria del falso S.p.A. – Danni economici e Sociali della Contraffazione – Analisi e strumenti per conoscere e debellare il fenomeno, Rapporto aggiornato al 09/03/2004 – <http://www.ipi.it>

¹⁰ <http://www.indicam.it/indicam/numeri.shtml>; http://www.gdf.it/varie/lotta_contraffazione/contraffazione.pdf

¹¹ Citato in: IPI (Istituto per la Promozione Industriale) L'industria del falso S.p.A. – Danni economici e Sociali della Contraffazione – Analisi e strumenti per conoscere e debellare il fenomeno, Rapporto aggiornato al 09/03/2004 – <http://www.ipi.it>; www.gdf.it/varie/lotta_contraffazione/contraffazione.pdf

QUANDO LA REALTÀ VINCE ANCHE LA FANTASIA: COPIATA UN'INTERA FABBRICA ITALIANA IN CINA

“Senza che il suo titolare lo sapesse, la nota impresa toscana di macchine per gommisti “FASEP” ha inaugurato una fabbrica in Cina e ha spostato “involontaria-mente” la maggior parte della produzione destinata all’estremo oriente in questo stabilimento. Infatti, dopo aver constatato una drastica ed a prima vista inspiegabile riduzione degli ordini provenienti dall’Asia ed aver riscontrato sul mercato la presenza di prodotti “clonati” venduti a metà prezzo, la FASEP si è vista copiare non solo i propri prodotti, ma addirittura l’intera fabbrica, macchine di produzione comprese. Ricorda a questo proposito il titolare Fabio Boni, in un’intervista rilasciata al Corriere della Sera del 10 settembre 2003, che hanno avuto notizia del fatto grazie ad un loro cliente il quale, telefonandogli in fabbrica, si complimentava per il nuovo stabilimento aperto in Cina, fatto questo totalmente ignorato dall’impresa toscana. La FASEP scopre, così, che in Cina era stata copiata l’intera struttura produttiva: macchine, prodotti, marchi e cataloghi. L’unica differenza fra il prodotto italiano ed il suo cugino orientale è l’inversione di due lettere nel marchio: in questo modo l’italiana “FASEP” è diventata la cinesissima “PASEF” ma, a detta di chi ha visto il marchio ed i prodotti, la differenza è praticamente impercettibile sul prodotto finale”¹²

¹² Dall’Unione Europea – Diritto e Pratica – I pericoli della contraffazione: Mito o Realtà?, Camera di commercio, industria artigianato e agricoltura di Torino, n.6/2003 [http://images.to.camcom.it/f/newsletter/UnioneEuropea/UnioneEuropea_2003_6_-_2003_0.pdf]

UN CASO ECLATANTE: "CHINA EXPORT" VS "COMUNITÀ EUROPEA"¹³

Molte categorie di prodotti destinati al mercato comunitario sono contrassegnate dal Marchio recante le lettere "C. E.". La sua funzione è di garantire il consumatore circa la conformità del prodotto rispetto ai requisiti di sicurezza previsti dalla normativa comunitaria.

Nel corso degli anni, questo marchio è diventato sinonimo di garanzia per i consumatori dell'Unione.

I produttori cinesi hanno coniato un marchio "C.E." (China Export) in tutto e per tutto simile al più famoso marchio UE.

Come si può osservare dalla figura sotto, l'unica differenza – evidente solo ad un occhio esperto – riguarda lo spazio minore fra le due lettere.

È facile intuire come questa somiglianza possa trarre in inganno il consumatore. Il danno prodotto ricade non solo sulle imprese ma anche sui consumatori.



PAESI DI PROVENIENZA DEI PRODOTTI CONTRAFFATTI INTERCETTATI ALLE FRONTIERE ESTERNE DELL'UE

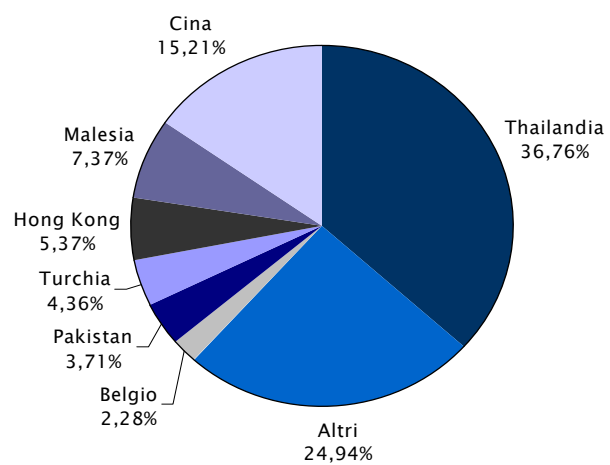
Secondo il Rapporto dell'Ufficio Imposte e Unione Doganale della Commissione Europea, nel 2003¹⁴ i **prodotti contraffatti intercettati alle frontiere esterne dell'UE** provenivano:

- per il 36,76% dalla Tailandia;
- per il 15,21% dalla Cina;
- per il 7,37% dalla Malesia;
- per il 5,37% da Hong Kong;
- per il 4,36% dalla Turchia;
- per il 3,71% dal Pakistan;
- per il 2,28% dal Belgio (si veda grafico).

Casi di sequestri alle dogane UE di merce contraffatta (mercato dei 15). Distinzione per paese di provenienza. Primo semestre 2003. Valori percentuali

¹³ Camera di Commercio, Industria, Artigianato Dall'Unione Europea – Diritto e Pratica:

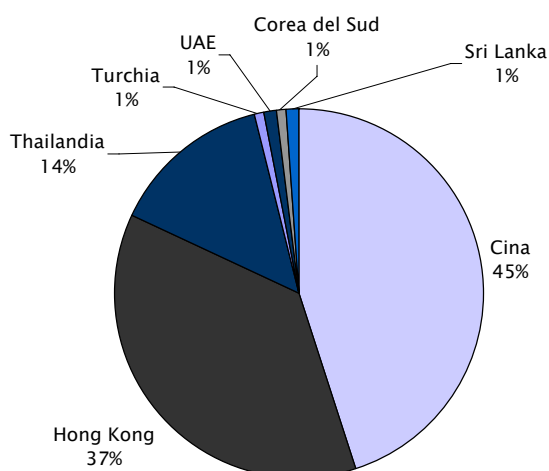
¹⁴ IPI (Istituto per la Promozione Industriale) L'industria del falso S.p.A. – Danni economici e Sociali della Contraffazione – Analisi e strumenti per conoscere e debellare il fenomeno, Rapporto aggiornato al 09/03/2004 – <http://www.ipi.it>



Fonte: elaborazione Transcrime di dati Commissione Europea

PAESI DI PROVENIENZA DEI PRODOTTI CONTRAFFATTI SEQUESTRATI ALLE DOGANE ITALIANE

Casi di sequestri alle dogane italiane di merce contraffatta. Distinzione per paese di provenienza. Primo semestre 2003. Valori percentuali.



Fonte: elaborazione Transcrime di dati Commissione europea

ALCUNI DATI SUI SEQUESTRI EFFETTUATI NEL PORTO DI GIOIA TAURO

Paesi di provenienza e di destinazione delle spedizioni di merci contraffatte sequestrate nel porto di Gioia Tauro. Anno 2003 – Valori percentuali¹⁵

PRODOTTI VARI

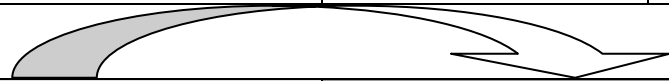
Provenienza spedizioni		Destinazione spedizioni	
Emirati Arabi Uniti	58%	Algeria	75%
Cina	42%	Romania	17%
		Ucraina	8%

SIGARETTE

Provenienza spedizioni		Destinazione spedizioni	
Cina	25%	Montenegro	50%
Egitto	25%	Kosovo	25%
Malaysia	25%	Romania	25%
Corea del Sud	25%		

¹⁵ Pugliese, G. (2004), Potenziamento della tutela doganale dei diritti di proprietà industriale ed intellettuale. Gestione strategico-operativa della lotta alla contraffazione nell'esperienza della dogana di Gioia Tauro, WCO-IPR Workshop sulla contraffazione e le misure doganali, Roma: 19-20 ottobre 2004.

Paesi di provenienza e di destinazione delle spedizioni di merci contraffatte sequestrate nel porto di Gioia Tauro. Primi 9 mesi del 2004 – Valori percentuali¹⁶

PRODOTTI VARI			
			
Provenienza spedizioni		Destinazione spedizioni	
Cina	62%	Algeria	48%
Emirati Arabi Uniti	23%	Croazia	19%
Bulgaria	8%	Tunisia, Belgio	9%
Hong Kong	4%	Bulgaria, Libano e Ucraina	5%
Vietnam	3%		
SIGARETTE			
			
Provenienza spedizioni		Destinazione spedizioni	
Grecia	100%	Montenegro	100%

I CANALI DI COMMERCIALIZZAZIONE DEI PRODOTTI CONTRAFFATTI

La fase finale di vendita al pubblico avviene attraverso tre canali commerciali:

1. fuori dai canali di distribuzione regolare (bancarelle, mercatini e spiagge), soprattutto ad opera di immigrati clandestini, soggetti che costituiscono l'ultimo anello di una catena di criminali, che proprio per il loro status, risultano assai difficili da individuare ed identificare. Si tratta di borse, orologi, occhiali, abiti che non ingannano il consumatore, acquirente consapevole di un prodotto contraffatto che accetta, per un prezzo stracciato, di sfoggiare un simil status symbol. Questa è merce prodotta per la maggior parte nel Sud-Est asiatico che invade il mercato europeo, finendo soprattutto nelle strade italiane, greche e spagnole;
2. per corrispondenza e tramite l'utilizzo della rete Internet (fenomeno in espansione);
3. il terzo canale è quello che utilizza i regolari canali della distribuzione, ove i prodotti falsificati affiancano, nell'offerta al pubblico, quelli originali. In questo caso, per attirare alcuni commercianti si fa leva sul basso costo dei prodotti falsificati con la prospettiva di conseguire maggiori guadagni¹⁷. Dai laboratori artigianali italiani esce quantomeno il know-how per la produzione di falsi meno facilmente riconoscibili. Si tratta di copie di qualità superiore che partono dall'Italia, passano dalla Svizzera e dall'Irlanda, finiscono nei negozi di presunto lusso del Giappone, del Sud Africa, del vicino Oriente o del Nord America. «A Dubai» dice a *Panorama* Francesca Negri, legale dello studio Rapisardi di Milano che si occupa da molti anni di diritto industriale e tutela della proprietà intellettuale,

¹⁶ Pugliese, G. (2004), Potenziamento della tutela doganale dei diritti di proprietà industriale ed intellettuale. Gestione strategico-operativa della lotta alla contraffazione nell'esperienza della dogana di Gioia Tauro, WCO-IPR Workshop sulla contraffazione e le misure doganali, Roma: 19-20 ottobre 2004.

¹⁷ Citato in: IPI (Istituto per la Promozione Industriale) L'industria del falso S.p.A. – Danni economici e Sociali della Contraffazione – Analisi e strumenti per conoscere e debellare il fenomeno, Rapporto aggiornato al 09/03/2004 – reperito sul sito: <http://www.ipi.it>

«pochi metri più in là delle vere boutique che offrono ai ricchi emiri le grandi firme dell'alta moda sono fiorite intere catene di negozi contraffatti che persino sulle vetrine espongono marchi irregolari, senza contare il suk dove merci presunte pregiate sono accatastate tra le bancarelle»¹⁸.

¹⁸ http://www.panorama.it/economia/capire_economia/articolo/ix1-A020001027517/idpag1-1

4/ IL RUOLO DELL'ITALIA...

MERCATI E PRODOTTI PIÙ VULNERABILI: CONFRONTO TRA ITALIA E PAESI EUROPEI

Nel 2002 il Cebr (Centre for Economics and Business Research) ha presentato alla Commissione europea un rapporto teso a definire **un metodo per raccogliere, analizzare e comparare i dati sulla contraffazione e la pirateria nel Mercato Unico**. Evidenziando la presenza di numerose lacune in molti dei settori chiave il Cebr ha sviluppato **un modello per stimare** – seppur in modo approssimativo – **l'incidenza del problema della contraffazione in un particolare settore o paese nel caso in cui non esistano dati statistici robusti**. Nel modello rappresentato nella tabella qui sotto, la vulnerabilità del mercato per ciascun paese dell'Europa dei 15 è espressa in una scala da 0 a 100. Più alto è il valore, più alta è la vulnerabilità del mercato di quel paese europeo.

Vulnerabilità dei mercati nazionali (Europa dei 15) alla contraffazione e alla pirateria. Distinzione per categorie merceologiche

	Austria	Belgio	Danimarca	Finlandia	Francia	Germania	Grecia	Irlanda	Italia	Lussemburgo	Olanda	Portogallo	Regno Unito	Spagna	Svezia	Media UE (Europa dei 15)
Farmaceutici	29	28	23	25	33	39	43	28	40	24	30	31	33	30	24	31
Giocattoli	52	48	48	46	46	44	66	61	61	47	43	57	44	53	44	51
Tessile e Sport	63	59	59	57	57	55	77	72	72	58	54	68	54	64	55	62
Pelletteria	51	47	47	44	44	43	64	59	59	46	42	56	44	52	43	49
Profumi e cosmetici	53	49	49	47	47	46	67	62	62	48	44	58	47	54	46	52
Beni durevoli	27	26	23	21	23	22	41	36	36	25	21	35	23	31	20	27
Occhiali	63	64	59	52	57	60	77	72	77	60	59	70	62	67	53	63
Orologi	54	53	50	48	50	49	70	65	68	52	48	62	50	58	47	55
Piante e semi	67	66	63	61	58	56	76	73	72	64	54	72	57	66	59	64
Alimentari e bevande	46	42	42	39	37	34	57	54	53	61	33	51	36	47	38	45
Alcolici	50	47	47	44	42	39	62	59	58	45	38	55	40	52	43	48
Libri e pubblicazioni	92	93	91	86	88	88	96	93	94	92	87	94	87	93	87	91
Film	92	93	91	86	88	88	96	93	94	92	87	94	87	93	87	91
Dvd, Cd, Mc	92	93	91	86	88	88	96	93	94	92	87	94	87	93	87	91
Software	92	93	91	86	88	88	96	93	94	92	87	94	87	93	87	91
Parti di veicoli	32	28	28	23	28	31	43	34	39	27	26	36	24	34	22	30
Parti di aerei	24	23	23	23	28	25	28	25	26	24	24	26	24	25	24	25
Componenti industriali	38	34	34	32	32	30	52	47	47	33	29	43	32	39	30	37
Hardware	57	54	54	51	51	50	71	66	66	52	49	62	51	59	50	56

Fonte: CEBR 2002

Dal confronto con gli originari stati membri della Unione Europea, si evidenzia una costante maggiore vulnerabilità alla contraffazione e alla pirateria del mercato italiano.

In particolare libri, film, DvD, software, seguiti da occhiali, orologi, piante e semi sono tra le categorie merceologiche più a rischio di essere contraffatte nel mercato italiano, in particolare nel confronto con gli altri mercati europei.

5/E QUELLO DEL VENETO

LA CONTRAFFAZIONE IN VENETO: UNA STIMA PRUDENZIALE DEL DANNO ALLE IMPRESE LOCALI E ALLO STATO

Secondo il *Counterfeiting Intelligence Bureau* (Ufficio informazioni sulla contraffazione) istituito dalla Camera di commercio internazionale (CCI) il valore delle merci contraffatte oscillerebbe tra il 5 e il 7% del commercio mondiale («*Countering Counterfeiting. A guide to protecting & enforcing intellectual property rights*», Counterfeiting Intelligence Bureau, International Chamber of Commerce, 1997). Questa percentuale ricade sul sistema imprenditoriale regolare assorbendone una quota di fatturato equivalente (5-7% del fatturato).

Cerchiamo ora di stimare, in via prudentiale, la perdita economica che le imprese manifatturiere venete hanno sofferto negli ultimi anni. Se prendiamo ad esempio il 2002 e utilizziamo come base di calcolo della nostra stima il valore aggiunto¹⁹ (che tiene conto – a differenza del fatturato – solo della ricchezza prodotta e non dei beni e dei servizi consumati per produrla) possiamo stimare che per l'industria manifatturiera veneta la perdita economica causata dalla contraffazione è prudenzialmente quantificabile tra i 1,3 e 2 miliardi di Euro, per una perdita di imposte dirette e indirette alle casse statali stimabili tra i 140 e i 200 milioni di Euro (si veda la tabella qui sotto).

Le stime sono da ritenersi prudentiali per tre motivi:

- la quota dell'incidenza della contraffazione sul commercio legale – sebbene di fonte autorevole (*International Chamber of Commerce*, 1997 e OECD, 1998) – è del 1997 e quindi sottostima attualmente il fenomeno. È ragionevole infatti ritenere che l'internazionalizzazione dell'economia mondiale e l'aumento delle competenze tecnologiche abbiano in questi anni accresciuto la vulnerabilità dei mercati alla contraffazione producendo quale effetto conseguente un incremento dell'incidenza del valore dei beni contraffatti sul fatturato mondiale;
- la stima della Camera di Commercio internazionale è riferita al fatturato. La nostra stima è invece calcolata sul valore aggiunto che rappresenta solamente una parte del fatturato. Quindi, anche per questa ragione, i risultati sono probabilmente sottostimati;
- secondo alcuni studi è probabile inoltre che, in alcuni settori produttivi, l'incidenza del valore dei beni contraffatti sul fatturato sia maggiore delle stime indicate per la generalità del mercato (5-7%). Uno studio condotto per l'Unione europea del 2000²⁰, ad esempio, indicava tra i settori più a rischio quello del data-processing (software, etc. con il 39% fatturato), seguito dal settore audiovisivi (16%), dal tessile (da 10 a 16%) e dal settore musicale (10%). Si è preferito in questa sede – anche per la non perfetta sovrapponibilità tra le categorie di settori produttivi adottate da questi studi con quelle adottate dalle fonti statistiche nazionali – mantenersi su valori prudentiali, servendoci della forchetta 5-7% per tutte le categorie.

¹⁹ In base alla definizione statistica ufficiale dell'ISTAT il valore aggiunto è l'aggregato che consente di apprezzare la crescita del sistema economico in termini di nuovi beni e servizi messi a disposizione della comunità per impieghi finali. È la risultante della differenza tra il valore della produzione di beni e servizi conseguita dalle singole branche produttive ed il valore dei beni e servizi intermedi dalle stesse consumate (materie prime e ausiliarie impiegate e servizi forniti da altre unità produttive) e corrisponde alla somma delle retribuzioni dei fattori produttivi e degli ammortamenti. Il valore aggiunto ai prezzi di mercato è dato dal valore aggiunto ai prezzi di base aumentato delle imposte sui prodotti, IVA esclusa e al netto dei contributi ai prodotti.

²⁰ "Counterfeiting and piracy: the Commission puts forward an ambitious action plan" reperito sul sito Internet http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/indprop/piracy/counterf.htm

Stima minima e massima dell'impatto della contraffazione sull'industria manifatturiera del Veneto calcolata come perduto guadagno sul valore aggiunto ai prezzi base – Valori a prezzi correnti (milioni di Euro). Anno 2002

	Stima minima (in milioni di Euro)	Stima massima (in milioni di Euro)
Industria manifatturiera	1360	1950
<i>Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco²¹</i>	100	150
<i>Industrie tessili e dell'abbigliamento²²</i>	170	250
<i>Industrie conciarie, fabbricazione di prodotti in cuoio, pelle e similari²³</i>	75	105
<i>Fabbricazione della pasta-carta, della carta e dei prodotti di carta; stampa ed editoria²⁴</i>	90	125
<i>Cokerie, raffinerie, chimiche, farmaceutiche²⁵</i>	80	120
<i>Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi²⁶</i>	100	150
<i>Produzione di metallo e fabbricazione di prodotti in metallo²⁷</i>	180	250
<i>Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici, elettrici ed ottici; mezzi di trasporto²⁸</i>	350	500

²¹ Comprende le sottocategorie ATECO: produzione, lavorazione e conservazione di carne e di prodotti a base di carne, lavorazione e conservazione di pesce e di prodotti a base di pesce, lavorazione e conservazione di frutta e ortaggi, produzione di oli e grassi vegetali e animali, industria lattiero-casearia e dei gelati, lavorazione delle granaglie e di prodotti amidacei, produzione di prodotti per l'alimentazione degli animali, produzione di altri prodotti alimentari, industria delle bevande, industria del tabacco.

²² Comprende le sottocategorie ATECO: preparazione e filatura di fibre tessili, tessitura, finissaggio dei tessili, finissaggio dei tessili, confezionamento di articoli tessili, esclusi gli articoli di vestiario, altre industrie tessili, fabbricazione di tessuti a maglia, fabbricazione di articoli di maglieria, confezione di vestiario in pelle, confezione di vestiario in tessuto ed accessori, preparazione e tintura di pellicce; confezione di articoli in pelliccia.

²³ Comprende le sottocategorie ATECO: preparazione e concia del cuoio, fabbricazione di articoli da viaggio, borse, marocchineria e selleria, fabbricazione di calzature.

²⁴ Comprende le sottocategorie ATECO: fabbricazione della pasta-carta, della carta e del cartone, fabbricazione di articoli di carta e di cartone, editoria, stampa ed attività dei servizi connessi alla stampa, riproduzione di supporti registrati.

²⁵ Comprende le sottocategorie ATECO: fabbricazione di prodotti di cokeria, fabbricazione di prodotti petroliferi raffinati, trattamento dei combustibili nucleari, fabbricazione di prodotti chimici di base, fabbricazione di fitofarmaci e di altri prodotti chimici per l'agricoltura, fabbricazione di pitture, vernici e smalti, inchiostri da stampa e adesivi sintetici, fabbricazione di prodotti farmaceutici e di prodotti chimici e botanici per usi medicinali, fabbricazione di saponi, detersivi e detergenti, di prodotti per la pulizia e la lucidatura, di profumi e cosmetici, fabbricazione di altri prodotti chimici, fabbricazione di fibre sintetiche e artificiali.

²⁶ Comprende le sottocategorie ATECO: fabbricazione di vetro e di prodotti in vetro, fabbricazione di prodotti ceramici non refrattari, non destinati all'edilizia e di prodotti ceramici refrattari, fabbricazione di piastrelle in ceramica per pavimenti e rivestimenti, fabbricazione di mattoni, tegole ed altri prodotti per l'edilizia in terracotta, produzione di cemento, calce, gesso, fabbricazione di prodotti in calcestruzzo, cemento o gesso, taglio, modellatura e finitura di pietre ornamentali e per l'edilizia, fabbricazione di altri prodotti in minerali non metalliferi.

²⁷ Comprende le sottocategorie ATECO: siderurgia, fabbricazione di tubi, altre attività di prima trasformazione del ferro e dell'acciaio, produzione di metalli di base non ferrosi, fonderie, fabbricazione di elementi da costruzione in metallo, fabbricazione di cisterne, serbatoi e contenitori in metallo; fabbricazione di radiatori e caldaie per il riscaldamento centrale, fabbricazione di generatori di vapore, escluse le caldaie per il riscaldamento centrale ad acqua calda, fucinatura, imbutitura, stampaggio e profilatura dei metalli; metallurgia delle polveri, trattamento e rivestimento dei metalli; lavorazioni di meccanica generale, fabbricazione di articoli di coltelleria, utensili e oggetti diversi in metallo, fabbricazione di altri prodotti metallici.

²⁸ Comprende le sottocategorie ATECO: fabbricazione di macchine per ufficio, di elaboratori e sistemi informatici, fabbricazione di motori, generatori e trasformatori elettrici, fabbricazione di apparecchiature per la distribuzione e il controllo dell'elettricità, fabbricazione di fili e cavi isolati, fabbricazione di pile e accumulatori elettrici, fabbricazione di apparecchiature per illuminazione e di lampade elettriche, fabbricazione di altre apparecchiature elettriche, fabbricazione di tubi e valvole elettronici e di altri componenti elettronici, fabbricazione di apparecchi trasmettenti per la radiodiffusione e

Alcuni risultati di due ricerche sulle imprese padovane e vicentine e il "Fenomeno Cina"

Ricerca "Le imprese padovane e il fenomeno Cina": alcuni risultati²⁹

- il 21,4% delle imprese è già presente nel mercato cinese con propri prodotti, fornitori o reti di vendita;
- tra queste aziende, una su dieci (10,3%) produce direttamente in Cina (20% sopra i 100 addetti);
- per chi esporta in Cina, questo mercato rappresenta già in media il 7,5% del fatturato, mentre le importazioni incidono per il 17,3%;
- tra le aziende che operano in Cina, 8 su 10 (78,5%) lo fanno con un proprio marchio di produzione (a significare che non si tratta di rapporti mordi-e-fuggi ma di relazioni economiche stabili);
- un imprenditore su due (49,8%) dichiara di voler sviluppare in futuro i rapporti con il mercato cinese.

"Il tono cambia bruscamente quando viene introdotta la "questione cinese"

- un imprenditore su quattro (24,2%) afferma che la propria azienda è stata danneggiata dalla concorrenza cinese;
- un ulteriore 30,8% ritiene che potrà essere danneggiato in futuro;
- è il sistema moda il più esposto alla concorrenza dei produttori cinesi (41,7%), seguono gomma e materie plastiche (36,4%) e metalmeccanico (28,1%);
- fra quanti temono di essere danneggiati, la "sindrome cinese" sale nelle calzature 53,8%), nel comparto meccanico (36,4%), nel legno e arredo (34,1%). Sotto pressione sono i prodotti chiave del made in Italy, quelli in cui si esporta di più (e dove è più alta l'intensità di lavoro);
- l'impatto sui volumi di vendita: fra le aziende danneggiate, una su cinque (19%) dichiara nell'ultimo anno un calo del fatturato di oltre il 20% per effetto della concorrenza cinese. Per il 30,6% la perdita è stata dal 5 al 20%, per il 28,1% fino al 5%;

la televisione e di apparecchi per la telefonia, fabbricazione di apparecchi riceventi per la radiodiffusione e la televisione, di apparecchi per la registrazione e la riproduzione del suono o dell'immagine e di prodotti connessi, fabbricazione di apparecchi medicali e chirurgici e di apparecchi ortopedici, fabbricazione di strumenti e apparecchi di misurazione, controllo, prova, navigazione e simili, escluse le apparecchiature di controllo dei processi industriali, fabbricazione di apparecchiature per il controllo dei processi industriali, fabbricazione di strumenti ottici e di attrezzature fotografiche, fabbricazione di orologi, fabbricazione di autoveicoli, fabbricazione di carrozzerie per autoveicoli, rimorchi e semirimorchi, fabbricazione di parti ed accessori per autoveicoli e loro motori, fabbricazione di parti ed accessori per autoveicoli e loro motori, industria cantieristica: costruzioni navali e riparazioni di navi e imbarcazioni, industria cantieristica: costruzioni navali e riparazioni di navi e imbarcazioni, industria cantieristica: costruzioni navali e riparazioni di navi e imbarcazioni, costruzione di locomotive, anche da manovra, e di materiale rotabile ferro-tranviario, costruzione di aeromobili e di veicoli spaziali, fabbricazione di motocicli e biciclette, fabbricazione di altri mezzi di trasporto, taglio, piallatura e trattamento del legno, fabbricazione di fogli da impiallacciatura; compensato, pannelli stratificati, pannelli di truciolato ed altri pannelli di legno, fabbricazione di carpenteria in legno e falegnameria per l'edilizia, fabbricazione di imballaggi in legno, fabbricazione di altri prodotti in legno, in sughero e materiali da intreccio

²⁹ Indagine realizzata dall'Ufficio Studi di Unindustria Padova su un campione di 500 imprese manifatturiere. fotografa la presenza delle imprese padovane in Cina e le sue modalità: la dimensione del fenomeno della concorrenza sleale e il suo impatto sul fatturato delle aziende; le opinioni degli imprenditori circa le strategie di contrasto alla concorrenza cinese; i piani di sviluppo in Cina e il ruolo atteso dalla loro associazione di rappresentanza. L'indagine è stata presentata a Padova il 22.03.2004. L'indagine è reperibile al sito

<http://www.unindustria.pd.it/nordestimpresa/padova/istituzionale.nsf/0/90174C325DD128E3C1256E91002B6BF2?opendocument>

- oltre la metà delle aziende (55%) vede come problema la presenza sul mercato dei beni prodotti in Cina, per più motivi, fra i quali spicca la competitività in termini di prezzo, dovuta a una serie di fattori: bassissimo costo del lavoro, assenza di vincoli relativi al rispetto dell'ambiente, alla qualità e alla sicurezza dei prodotti e alla tutela dei lavoratori, disponibilità di una moneta super svalutata (dumping). Per il 73,1% di queste imprese è la concorrenza con prodotti a basso prezzo il problema principale. Questa questione si intreccia con il timore di comportamenti "sleali" da parte dei produttori cinesi, come la presenza di prodotti con caratteristiche molto simili ai propri (33,5%) o contraffatti (24%), il mancato rispetto delle direttive internazionali in materia di tutela dell'ambiente e dei lavoratori (26,2%). Il 15,6% dichiara di aver subito copia del proprio marchio o brevetto.

PER QUALI MOTIVI LA CONCORRENZA CINESE RAPPRESENTA UN PROBLEMA PER LA SUA AZIENDA? (VALORI PERCENTUALI)	
Contraffazione del prodotto	24%
Prodotto cinese con caratteristiche molto simili	33,5%
Copia di marchi o brevetti	15,6%
Mancato rispetto delle normative comunitarie sugli standard	20,7%
Mancato rispetto delle direttive internazionali in materia di tutela dell'ambiente e dei lavoratori	26,2%
Concorrenza con prodotti a basso prezzo	73,1%
Altro	8,7%

Fonte: Indagine Unindustria Padova, dicembre 2003 – gennaio 2004 (500 casi)

Ricerca "L'impresa cinese – Le opinioni degli imprenditori vicentini sulla Cina": alcuni risultati³⁰

- il 34% delle imprese ha già rapporti economici con la Cina. Di queste, il 77% considera positiva l'esperienza fin qui fatta. Delle imprese che tuttora non hanno relazioni commerciali con la Cina, il 74% è interessato ad avviarle (il 23% a realizzare o trasferite impianti produttivi);
- la Cina è al primo posto nella lista dei paesi sui quali puntare nel futuro, precede Russia, Brasile, India. Quasi la totalità degli imprenditori intervistati ritiene che la Cina sia destinata a contare di più nel prossimo futuro;
- La rapida crescita dell'economia cinese è vista come un problema dal 52% delle imprese vicentine, mentre il 18% vede la Cina soprattutto come un'opportunità e il 30% sia come un problema sia come un'opportunità. In particolare: il 76% considera grave la concorrenza dei prodotti cinesi a basso prezzo; l'85% percepisce come grave la questione della copiatura di marchi e brevetti e della contraffazione dei prodotti; l'88% ritiene grave il mancato rispetto delle direttive internazionali su qualità, sicurezza, tutela del lavoro;
- Il 35% delle imprese dichiara di essere stata direttamente danneggiata dalla concorrenza sul prezzo, il 14% lamenta problemi di copiatura di brevetti o di contraffazione di marchi/prodotti;

³⁰ Sondaggio realizzato dalla Fondazione Nord Est per conto dell'associazione Industriali di Vicenza, su un campione di 500 aziende manifatturiere con più di 10 dipendenti, iscritte all'Associazione Industriali della Provincia di Vicenza. I risultati del sondaggio sono scaricabili dal sito: <http://www.fondazionenordest.net/>

SECONDO LEI, LA CINA RAPPRESENTA UN PROBLEMA PER L'ECONOMIA DEL NORD EST IN TERMINI DI.....(VALORI PERCENTUALI)						
	NON È UN PROBLEMA	È UN PROBLEMA MA NON GRAVE	È UN PROBLEMA GRAVE	È UN PROBLEMA MOLTO GRAVE	TOTALE	NON SA/NON RISPONDE
Concorrenza con prodotti a basso prezzo	4.6	19.7	35.3	40.4	100	0.9
Brevetti o marchi copiati/prodotti contraffatti	4.2	11.1	35.1	49.6	100	3.6
Mancato rispetto delle direttive int.li in materia di tutela dell'ambiente e dei lavoratori	4.0	8.3	37.5	50.2	100	5.5

Fonte: Sondaggio Fondazione Nord Est – Ass. Industriali di Vicenza, settembre 2003 (500 casi)

6/ IL CHI È DEI CONTRAFFATTORI

L'industria della contraffazione ha trovato particolare sviluppo a partire dagli anni '90 non solo in termini di quantità di beni prodotti, ma anche di attrezzature necessarie. Chi è impegnato nel mercato della contraffazione apprende molto velocemente le tecniche di produzione e si avvale di tecnologie sempre più sofisticate e costose³¹

Secondo l'Interpol, le **organizzazioni criminali** sono sempre più coinvolte nel mercato della contraffazione³².

Ci sono diverse ragioni per questo crescente interesse per la contraffazione:

- rischi molto limitati dovuti alla scarso interesse da parte delle forze dell'ordine che lo ritengono ancora un reato senza vittime;
- le leggi tendono a prevedere pene lievi, soprattutto se paragonate a quelle previste per il traffico di stupefacenti;
- traffico di merci contraffatte è un'attività relativamente semplice perché non implica necessariamente impegnarsi nella produzione di merci;
- è un'attività altamente remunerativa. Si pensi infatti che un kg di CD vale euro 3000 mentre un kg di cannabis ne vale invece solo 1000;
- mancano esperti nel settore tra gli operatori delle forze dell'ordine.³³

Il contrabbando di beni contraffatti da parte delle organizzazioni criminali richiede particolari avvertenze al fine di evitare il sequestro dei carichi. Queste organizzazioni utilizzano le stesse strategie che si applicano al traffico di stupefacenti. È possibile ad esempio celare l'origine del prodotto facendolo transitare attraverso diversi stati, richiamando così l'attenzione dei doganieri sull'ultimo paese di provenienza piuttosto che sul suo reale luogo di origine. In questo modo, i beni prodotti illegalmente in Asia possono essere trasportati via mare in un altro stato conosciuto come stato non produttore di beni contraffatti. Da qui, il carico verrà poi trasportato via aerea a destinazione finale³⁴.

Contraffazione e terrorismo: Il mercato della contraffazione sembra costituire uno dei canali di finanziamento privilegiato da molti gruppi terroristici³⁵. La contraffazione coinvolge diverse attività: produzione, trasporto, stoccaggio e vendita, ma spesso le organizzazioni criminali sono coinvolte solo in alcune fasi del processo.

È possibile individuare due forme di coinvolgimento:

- DIRETTO, quando il gruppo è coinvolto nella produzione, trasporto, stoccaggio o vendita delle merci contraffatte e destina gran parte del ricavato al finanziamento delle proprie

³¹ Union des fabricants (2003) Counterfeiting & Organised Crime, p.7

[<http://www.interpol.int/Public/FinancialCrime/IntellectualProperty/Publications/UDFCounterfeiting.pdf>]

³² Noble, R.K. (2003) The links between intellectual property crime and terrorist financing

[<http://www.interpol.int/Public/ICPO/speeches/SG20030716.asp?HM=1>]

³³ Noble, R.K. (2003) The links between intellectual property crime and terrorist financing

[<http://www.interpol.int/Public/ICPO/speeches/SG20030716.asp?HM=1>]

³⁴ Combating Counterfeit & Piracy

[http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/combating/index_en.htm]

³⁵ Union des fabricants (2003) Counterfeiting & Organised Crime, p. 7

[<http://www.interpol.int/Public/FinancialCrime/IntellectualProperty/Publications/UDFCounterfeiting.pdf>]

attività. In questo caso, l'organizzazione terroristica ha caratteristiche molto simili alla tradizionale criminalità organizzata;

- **INDIRETTO**, quando simpatizzanti o militanti del gruppo sono impegnati nell'attività di contraffazione e, tramite terzi, destinano parte del ricavato al finanziamento di gruppi terroristici.

7 IL CHI È DELLE VITTIME

IL CHI È DELLE VITTIME 1 : LE IMPRESE E LE LORO RESPONSABILITÀ

Le vittime principali sono le imprese, che soffrono danni molto elevati dovuti a:

- **perdita dirette**, cioè mancata vendita di beni causata dalle differenze di prezzo esistenti tra prodotti originali e prodotti contraffatti³⁶;
- **perdite indirette** che occorrono quando il consumatore acquista un bene contraffatto credendolo originale (perdita di una fetta di mercato). In questo caso il produttore viene fortemente danneggiato in termini di mancate vendite future ed è quindi spesso restio a riconoscere che la sua merce è stata contraffatta³⁷;
- **svalutazione del marchio e dell'immagine** (→ significato simbolico di marchi famosi);
- **perdite a lungo termine**, cioè i danni alla produttività risultanti dalle mancate vendite possono avere ripercussioni negative sul mercato del lavoro. A livello sociale i danni che le imprese subiscono a causa della contraffazione e della pirateria si riflettono anche sul numero dei posti di lavoro da esse offerti, 250 mila è la stima dei posti di lavoro persi negli ultimi 10 anni a livello mondiale, di cui 100 mila circa nella sola Unione europea;³⁸
- **perdita degli investimenti in ricerca e sviluppo.**

La **quantificazione esatta dell'ammontare di questi danni** è problematica, poiché si tratta di attività illegali la cui estensione è difficilmente valutabile e che sono sempre più organizzate ed efficienti, spesso in mano alla criminalità organizzata³⁹.

Stime a livello internazionale

La società di Consulenza Kpmg ha stimato che l'industria della contraffazione negli ultimi dieci anni è cresciuta del 1.600%, arrivando a fatturare circa 600 miliardi di dollari l'anno, quasi la metà del PIL italiano⁴⁰. Dalla ricerca effettuata da questa società risulta inoltre che le aziende italiane vittime del fenomeno perdono ogni anno tra i quattro e i sei miliardi di euro di fatturato, e che lo Stato "brucia" un miliardo e mezzo in termini di evasione dell'IVA⁴¹.

I settori toccati dalla contraffazione sono diversi:⁴²

- Settore *audiovisivi*. Il mercato di Cd e Dvd è enorme, i "pirati" sono le grandi organizzazioni mafiose o anche il piccolo negoziante che copia i film a noleggio e li piazza ai clienti. Il

³⁶ Lynch S. (2002) Commercial Counterfeiting – Paper prepared for Trade Inspections Conference on 23 October 2002, p.2.

³⁷ Lynch S. (2002) Commercial Counterfeiting – Paper prepared for Trade Inspections Conference on 23 October 2002, p.2.

³⁸ IPI (Istituto per la Promozione Industriale) L'industria del falso S.p.A. – Danni economici e Sociali della Contraffazione – Analisi e strumenti per conoscere e debellare il fenomeno, Rapporto aggiornato al 09/03/2004 – <http://www.ipi.it>. Fonte originaria: "Libro Verde sulla lotta alla contraffazione ed alla pirateria nel mercato interno, Commissione delle Comunità Europee, Bruxelles, 1998; citato inoltre in: Lynch S. (2002) Commercial Counterfeiting – Paper prepared for Trade Inspections Conference on 23 October 2002, p.2.

³⁹ American Chamber of Commerce in Italy, Survey – La contraffazione in Italia.

⁴⁰ "La Repubblica", 7 luglio 2003.

⁴¹ Centorrino, M., Ofria, F. (2003), Contraffazione: un fenomeno distorsivo del mercato, http://www.dse.unifi.it/sviluppo/papersconferenza/Centorrino_Ofria.doc

⁴² Centorrino, M., Ofria, F. (2003), Contraffazione: un fenomeno distorsivo del mercato http://www.dse.unifi.it/sviluppo/papersconferenza/Centorrino_Ofria.doc

canale maggiore è internet. Si calcola che quotidianamente il numero di film scambiati si aggiri tra le 400mila e le 600mila;

- Settore *musicale*. Nel 2002, risulta dall'indagine, sono stati masterizzati illegalmente 12 milioni di cd. Oltre 11 milioni di italiani ne possiedono almeno uno, 4,7 milioni ne acquistano regolarmente, al prezzo medio di 6 euro, a fronte di un costo di produzione di 0,5 euro. Un cd su quattro in circolazione non è originale;
- Settore *editoriale*. Con le fotocopie a basso costo, crolla la domanda di libri. Il danno per le aziende è calcolato in 106 milioni di euro e lo Stato perde 60 milioni di Iva;
- Settore *software*. Il mercato italiano vale 1,16 miliardi di euro, il tasso di pirateria è del 45%. Solo tra i videogiochi la contraffazione arriva al 74% su un totale di 12,5 milioni di pezzi venduti l'anno;
- Settore *moda*. Il fatturato delle griffe si aggira vicino ai 54 miliardi di euro, quello dei falsi sfiora i 3 miliardi. Tra le marche più colpite le case sportive: il 31% delle patacche sono finte Adidas, segue Nike con un tasso di contraffazione del 28%;
- Settore *orologi*. Ne circolano 40 milioni di esemplari finti, per un giro d'affari di un miliardo di dollari. Il prediletto dei falsari è il Rolex (41% del mercato illegale), seguito da Calvin Klein (11%) e Breitling (4%);
- Settore *giocattoli*. Nei primi 4 mesi del 2003 sono stati sequestrati oltre 12 milioni di pezzi contraffatti, costano il 70% in meno degli originali. Le aziende più colpite sono la Disney, Mattel, Warner Bros.

Stime in ITALIA

In Italia a subire i danni derivanti dalla contraffazione sono principalmente **le piccole imprese e l'artigianato**. I danni che queste imprese subiscono sono:

- danni economici derivanti dalla mancata vendita del prodotto;
- una frode legata all'etichettatura falsata del Made in Italy. I prodotti che non hanno diritto a tale marchio ma che vengono comunque etichettate Made in Italy, si impossessano indebitamente del valore aggiunto derivante proprio dall'appartenenza alla filiera italiana. In questo modo si ha una concorrenza sleale che si abbatte sul Sistema Moda che rappresenta il 10-25% del valore aggiunto incorporato nelle esportazioni⁴³.

Secondo il presidente di Federabbigliamento, Roberto Polidori, il giro d'affari di prodotti contraffatti nei **settori abbigliamento, tessile, accessori e pelletteria** ha raggiunto i 15 miliardi di euro, così distribuiti:

- abbigliamento con 5,25 miliardi di euro;
- pelletteria con 3,75 miliardi di euro;
- calzature con 3 miliardi;
- accessori moda con 1,5 miliardi;
- abbigliamento sportivo con 750 milioni di euro;
- tessile per la casa con 750 milioni di euro⁴⁴.

⁴³ Conti, V., Ruda, A. (2004) Contraffazione e sistema moda: intervista a Oreste Baioni, "Promuovere il vero made in Italy e puntare sulla qualità: questa la ricetta per battere la contraffazione nel sistema moda", <http://www.federconsumatori.it/robin%20web/luglio/contraffazione.htm>

⁴⁴ Moda: la contraffazione vale 15 miliardi di euro (2003) http://www.confcommercio.it/home/ArchivioGi/NOV-2003/MODA.doc_cvt.htm

Le responsabilità delle imprese italiane

La Cina sembra costituire un grosso pericolo per la nostra economia, tuttavia non le si possono accollare tutte le responsabilità di ciò, né si può pensare ad un miglioramento della situazione italiana grazie alla sola imposizione di dazi.

Parte delle ragioni si devono ricercare nel modello economico italiano.

(1) MANCATO SFRUTTAMENTO DELLE OPPORTUNITÀ DI INVESTIMENTO IN CINA DA PARTE DELLE IMPRESE ITALIANE

Nelle zone più povere della Cina ci sono grandi opportunità di investimento a livello di infrastrutture che l'Italia non è stata in grado di sfruttare, come la costruzione di ferrovie o il rinnovamento delle industrie fonte di grandi problemi di inquinamento ambientale.

La scarsa lungimiranza economica del nostro Paese ha ripercussioni negative sia in termini di mancati profitti che di scarso controllo del territorio. La presenza modesta dell'industria italiana in Cina non consente infatti un controllo adeguato della catena di produzione delle merci e della loro distribuzione nel territorio. Se, al contrario, le imprese italiane incrementassero la presenza di rivenditori locali, questi si impegnerebbero per primi nella lotta alla contraffazione per non essere penalizzati dai commercianti illegali. I benefici per i nostri imprenditori sarebbero molteplici.

(2) SCELTE SBAGLIATE SUI BENI DA ESPORTARE

In Cina è stato registrato un forte aumento dei consumi nelle zone costiere e nelle grandi città, ma l'Italia non sembra avervi risposto in maniera adeguata per due motivi:

- a) il nostro Paese esporta proprio in quei settori che in Cina sono cresciuti poco e di cui la domanda è scarsa. I beni di lusso, ad esempio, sono ancora poco richiesti e la domanda cinese è orientata in prevalenza verso beni tecnologici;
- b) l'Italia, così come ogni altra economia che intenda porsi/si trovi suo malgrado in competizione con la Cina, non è ancora stata in grado di individuare la sua fetta di mercato. Solamente le imprese straniere in grado di porsi in posizione complementare rispetto alle imprese cinesi potranno sopravvivere alla competizione. In caso contrario, l'abbondante manodopera disponibile e i ridotti costi di produzione, estrometteranno dal mercato le imprese che operano in condizioni di sovrapposizione di mercato con le imprese cinesi.

(3) SCARSA INNOVAZIONE E RICERCA

L'industria manifatturiera italiana degli anni '50 e '60 era caratterizzata da competitività e dinamicità pari a quella cinese attuale e, come lei, è stata capace di una crescita notevole. Ora che gli investimenti in innovazione e ricerca sono diminuiti, la situazione italiana sembra essere difficile.

Nei settori tradizionali dell'abbigliamento e delle calzature dove l'alta qualità dei prodotti è importante, l'Italia detiene ancora un'importante fetta di mercato.

Esiste una possibilità di spartizione del mercato tra più attori e, d'altra parte, non è scritto da nessuna parte che debbano essere gli italiani a monopolizzare l'intero settore moda. Se i cinesi continueranno a produrre beni di bassa/media qualità a questo ritmo e a questo costi (e magari di qualità migliore), saranno probabilmente loro a gestire interamente questa fetta di mercato, lasciando a italiani e francesi il mercato dei beni di lusso.

Certo non si può neanche pensare di mantenere il controllo di questo settore per sempre, giacché nel tempo arriverà un nuovo 'Gucci' cinese che contrasterà le produzioni made in Italy. Questa prospettiva dovrebbe costituire un'opportunità per migliorare in qualità e investire in innovazione, dovrebbe dare una nuova spinta competitiva.

(4) MANCATA REGISTRAZIONE DEL MARCHIO ITALIANO IN CINA

Premesso che in Cina esistono tutti gli istituti giuridici a noi noti, le ragioni della continua violazione dei diritti di proprietà intellettuale/industriale sono da ricercarsi in parte nella difficoltà di applicazione di queste leggi da parte del governo cinese, in parte nelle scelte degli imprenditori italiani.

Per quanto riguarda le carenze del governo cinese, queste sembrano essere la diretta conseguenza del pluralismo economico: a fronte di una grande aumento di imprese cinesi, lo Stato si trova impossibilitato a controllare le loro attività e a far rispettare la normativa vigente.

Quanto alle imprese italiane, bisogna ricordare che queste raramente agiscono in Cina per il deposito dei marchi e la protezione di brevetti. In Europa le nostre imprese godono di ampi vantaggi e di una buona protezione grazie al brevetto europeo, per cui è sufficiente un unico deposito per essere tutelati all'interno di tutta la zona Comunitaria. Lo stesso non vale per la Cina, dove le nostre imprese devono agire secondo il diritto cinese per poter essere tutelati contro eventuali abusi.

La speranza delle imprese italiane è la nascita di società cinesi che non si limitino a copiare prodotti altrui, ma che al contrario producano innovazione e investano in ricerca e in design. Solo in questa eventualità le imprese cinesi si interesseranno e si attiveranno per la protezione dei propri marchi e brevetti, con grandi benefici anche per la nostra economia.

IL CHI È DELLE VITTIME 2: I CONSUMATORI

La tutela del consumatore è diventata una priorità della Comunità Europea. La ricerca di un livello elevato di garanzia, in particolare per quanto riguarda la salute e la sicurezza, è obiettivo essenziale dell'azione comunitaria. In genere, la contraffazione e la pirateria sono accompagnate da una truffa deliberata ai danni del consumatore sulla qualità che questi ha diritto di aspettarsi da un prodotto caratterizzato, ad esempio, da un marchio famoso dato che i prodotti contraffatti sono fabbricati senza i controlli effettuati dalle autorità competenti per la sicurezza dei prodotti e non rispettano le norme minime di qualità.

Il consumatore quando acquista prodotti contraffatti o pirata al di fuori dei legittimi canali commerciali:

- non beneficia né di una garanzia, né di un servizio post-vendita, né di difese efficaci in caso di danni;
- i prodotti contraffatti (medicinali, alcolici, giocattoli, parti di automobili) possono costituire un reale pericolo per la salute e la sicurezza del consumatore.

Acquistando un prodotto originale, i consumatori hanno il diritto:

- di usufruire di un prodotto sicuro che non crei loro danni alla salute e non metta a rischio la propria incolumità;

- di avere garantita la qualità del prodotto;
- di reclamare se il prodotto non funziona/si rompe.

IL CHI È DELLE VITTIME 3: LO STATO

I danni per lo Stato e la collettività:

- un danno economico diretto (perdita di gettito per lo Stato o per la Comunità⁴⁵);
- costi sociali (lavoro clandestino; assenza di sicurezza sul lavoro);
- costi di ordine pubblico;
- costi di immagine per il Sistema Italia.

ALTRE VITTIME

I PAESI DOVE LA CONTRAFFAZIONE HA LUOGO

- 1) Perdita di investimenti da parte di paesi stranieri e perdita di know-how. I produttori stranieri sono restii a produrre e investire in paesi dove la contraffazione dilaga a causa della mancata protezione dei loro diritti di proprietà intellettuale.
- 2) Perdita di posti di lavoro e di scambi con l'estero come conseguenza della diminuzione di export dovuta alla reputazione di paesi produttori di beni di scarsa qualità.
- 3) L'assenza di un sistema legale che garantisca protezione agli imprenditori e dia impulso alla concorrenza, frena la creatività degli imprenditori e ne disincentiva gli investimenti.
- 4) Diminuzione delle entrate erariali dovute al mancato pagamento delle tasse da parte dei produttori di beni contraffatti che vendono la loro merce attraverso canali clandestini⁴⁶.

I PAESI VITTIME DELLA CONTRAFFAZIONE

Le conseguenze derivanti dalla presenza di merci contraffatte all'interno di un paese sono:

- diminuzione di posti di lavoro;
- perdita di opportunità di vendita;
- diminuzione delle entrate erariali;
- diminuzione degli investimenti in ricerca e sviluppo;
- aumento delle spese per la protezione dei diritti di proprietà intellettuale (forze dell'ordine e giustizia)⁴⁷.

⁴⁵ Uno studio realizzato nel giugno 2000 stima l'ammontare delle perdite fiscali sopportate dall'Unione europea nei settori presi in esame: in media 7.581 milioni di euro nel settore dell'abbigliamento e delle calzature, 3.017 milioni di euro nel settore dei profumi e dei cosmetici, 3.731 milioni di euro nel settore dei giocattoli e degli articoli sportivi, 1.554 milioni di euro nel settore dei prodotti farmaceutici. IPI (Istituto per la Promozione Industriale) L'industria del falso S.p.A. – Danni economici e Sociali della Contraffazione – Analisi e strumenti per conoscere e debellare il fenomeno, Rapporto aggiornato al 09/03/2004 [<http://www.ipi.it>] Fonte originaria: *Centre for Economics and Business Research (CEBR) per conto del Global Anti-Counterfeiting Group (GACG)*.

⁴⁶ OECD (1998), *The Economic Impact of Counterfeiting*, p. 22

⁴⁷ OECD (1998), *The Economic Impact of Counterfeiting*, p. 23

8/ CHI COMPRA

Nonostante negli ultimi anni i consumatori abbiano acquisito maggiore conoscenza delle implicazioni della contraffazione, questo fenomeno in Italia continua a non essere avvertito come socialmente o economicamente dannoso.

Nell'affrontare la questione di chi contribuisce ad alimentare il mercato dei beni contraffatti è fondamentale distinguere tra acquirenti consapevoli e acquirenti inconsapevoli.

La percentuale di acquirenti consapevoli/inconsapevoli varia significativamente a seconda del settore che viene preso in considerazione:

- è più probabile che ad essere acquistati **inconsapevolmente** siano beni come **medicinali, componenti di veicoli o materiale elettronico**, piuttosto che abbigliamento o altri beni di lusso. Questo sia perché i falsi sono riconoscibili in maniera più immediata, sia perché vengono distribuiti attraverso canali diversi da quelli ufficiali⁴⁸;
- le ragioni che portano invece ad acquistare consapevolmente prodotti contraffatti sono diverse: si può agire per divertimento o per gioco, perché impossibilitati economicamente a comprare l'originale, per questioni di principio.

Alcuni dati⁴⁹

- il 93% di chi acquista è consapevole di comprare un prodotto non "vero";
- di questi il 46 per cento compra a scopo ludico;
- normalmente le persone che comprano per divertimento sono donne, di un'età compresa tra i 25 e i 45 anni, di classe medio-alta, che abitano nel Centro-Nord o nelle grandi città;
- poi c'è chi compra perché non ha la possibilità di avere un originale o perché trova che la qualità del prodotto contraffatto sia buona;
- infine vi è chi (il 9%) acquista un falso per dichiarare "guerra" alle grandi marche.

⁴⁸ Bosworth, D., Yang, D. (2002) The Economics and Management of Global Counterfeiting.

⁴⁹ Iacovelli, P.E. (2004) Cresce il business della contraffazione e l'Italia fa la sua parte
[http://www.consumatori.it/rivista/articoli/03_04_falsi.htm]