

**Q**uanto vale la dicitura Made in Italy? Difficile dirlo. Secondo alcune associazioni di produttori un consumatore sarebbe disposto a pagare fino al 30% in più per un bene di totale origine italiana.

L'etichettatura Made in Italy, quindi è un asset da valorizzare per le imprese dal calzaturiero, al tessile, dal design alla moda.

Ma cosa fa l'Italia per tutelare il suo Made in? Troppo o troppo poco. Gli avvocati che si occupano di proprietà intellettuale puntano il dito contro il caos normativo

## PROPRIETÀ INTELLETTUALE

LE IMPRESE ASPETTANO ANCORA UNA NORMA DEFINITIVA

# GUAZZABUGLIO MADE IN ITALY

Le leggi si rincorrono e alle aziende tocca tutelarsi pagando laute parcelle ai propri legali. La Reguzzoni-Versace si è rivelata un flop. Ora la palla passa all'Europa

DI AMALIA DI CARLO

che getta nel panico i loro clienti. E soprattutto denunciano l'atteggiamento del Legislatore che, fino a oggi, è apparso più preoccupato di stabilire divieti e limiti che non di chiarire modalità e procedure per il legittimo impiego di questa denominazione.

Per evitare di sbagliare, gli imprenditori più prudenti, su consiglio degli avvocati più scrupolosi, dovrebbero dotare i loro prodotti di etichette che in alcuni casi possono essere lunghe 15 centimetri.

«L'avvocato deve essere molto

prudente e suggerire le soluzioni più caute, anche se a volte piuttosto onerose nella loro attuazione e pratica, per evitare che l'azienda si trovi implicata in procedimenti penali, proprio con riguardo a problemi di etichettatura sulla provenienza geografica della merce: il che, tra l'altro, porta spesso a etichette lunghissime e molto fastidiose per il consumatore», afferma **Massimo Sterpi**, partner dello studio Jacobacci.

Attualmente, la norma a cui si fa principalmente riferimento in Italia è il regolamento doganale che stabilisce in quali casi si applicano le esenzioni per i dazi, a seconda che si tratti di prodotti semilavorati o destinati al mercato.

«Questa normativa», sottolinea **Luca Trevisan**, socio fondatore dello studio Trevisan & Cuonzo, «consente ai titolari di marchi importanti di produrre il proprio prodotto ovunque senza indicare dove, ovvero di rivendicare la qualità Made in Italy anche se solo una parte della produzione avviene in Italia». Ma Trevisan sottolinea anche le mancanze di tale regolamentazione: «Resta insoddisfatta l'esigenza consumeristica, perché si ritiene che sia interesse del consumatore essere informato del luogo di produzione del prodotto che sta per acquistare, anche per poter eventualmente valutare se il prezzo richiesto sia giustificato. Inoltre si ignora l'esigenza di tutelare l'enorme cultura e ca-

## Sotto la lente

Il groviglio regolamentare

Regolamento Doganale	In vigore
Legge 99/09	Abrogato
Legge 166/09	In vigore
Legge 55/10	In attesa dei decreti attuativi
Regolamento CE	In elaborazione

pacità industriale che potremmo definire di distretto o filiera, e che interviene nelle varie fasi di lavorazione di un prodotto».

Al di là del regolamento doganale, e oltre agli articoli di legge in difesa dei consumatori contro indicazioni di origine non veritiere, tra il 2009 e il 2010 si è assistito a una rapida successione di provvedimenti, che invece di completarsi, a tratti si contraddicono, creando una gran confusione.

«Sul Made in Italy, da alcuni anni, si è affastellata una normativa incredibile per quantità di leggi, ma poco coordinata», stigmatizza Sterpi, che continua: «Ogni parte politica, infatti, ha voluto mettere il cappello sul concetto di Made in Italy pur essendoci già una serie di norme con problemi di interpretazione e coordinamento che nessuno si è mai preoccupato di risolvere. In altri termini, ognuno ha voluto affermare di aver creato una rivo-



luzionaria normativa per la tutela del Made in Italy, senza preoccuparsi di quelle già esistenti. Per i nostri clienti è

un vero incubo».

Sempre l'avvocato dello studio Jacobacci sottolinea che «le leggi in essere, invece di creare una barriera all'abuso di tali segni da parte di contraffattori stranieri, hanno fatto sorgere gravi difficoltà in capo alle aziende italiane che hanno delocalizzato all'estero parte della loro produzione e che non sanno bene quali indicazioni apporre sui loro prodotti».

La prima norma nata con lo scopo di limitare l'utilizzo "ingannevole" della dicitura Made in Italy è stata emanata nel luglio del 2009. Ma la legge numero 99 ha comportato non pochi problemi agli operatori del settore, che hanno dovuto adeguarsi in tempi strettissimi, e inutilmente, visto che



“

**L'avvocato deve essere molto prudente e suggerire le soluzioni più caute, anche se a volte piuttosto onerose**

Massimo Sterpi

”



Rita Tardiolo

essa ha avuto una vita di circa 20 giorni, ed è stata sostituita, nello stesso anno, dalla legge 166.

«A novembre dello stesso anno, poi, un'altra norma introduceva la previsione che l'inganno del pubblico fosse recato non già dal puro uso in sé di un marchio italiano in connessione a prodotti non realizzati in Italia, ma dalle modalità con il quale lo si utilizza», ricorda Trevisan.

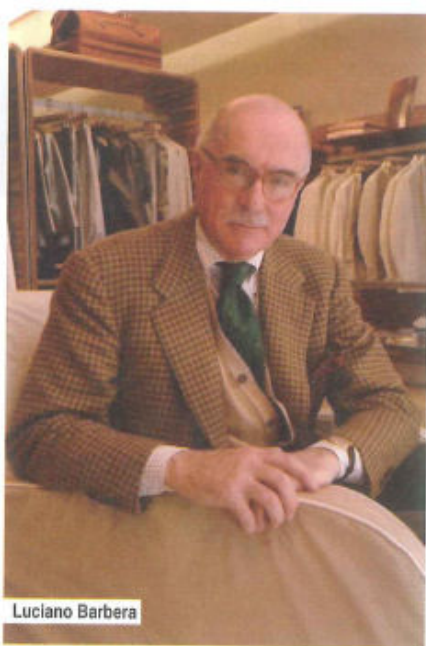
A ingarbugliare ancora di più la matassa ci ha pensato la sentenza n. 37818 della Corte di Cassazione, Terza sezione penale, che afferma che l'origine del prodotto la cui indicazione è protetta dalla legge, è quella corrispondente all'impresa che lo immette in commercio con il suo marchio, indipendentemen-

te dal luogo di effettiva produzione. Trevisan, inoltre evidenzia che finora, «l'indicazione "Made in" è stata protetta essenzialmente in negativo, con strumenti di prevenzione del possibile inganno del consumatore, o sotto il profilo di atto di concorrenza sleale per appropriazione di pregi, e non prevedendo espressamente i casi nei quali si possa (o debba) usare». In realtà, l'8 aprile del 2010 la legge numero 55, meglio nota come Reguzzoni-Versace, sull'etichettatura obbligatoria e la tutela del Made in Italy, ha cercato di indicare quando poter apportare la dicitura "fatto in Italia". L'arti-

La proposta

## UN PASSAPORTO PER LA QUALITÀ

Nel groviglio di norme e articoli che cercano di regolare il Made in Italy, nulla soddisfa ancora le esigenze di chi, realmente, produce tutto nel Bel Paese. **Luciano Barbera**, titolare e stilista della Carlo Barbera, dalla fine degli anni '80 si batte per la giusta denominazione di Made in Italy. In Italia, racconta, «regna tutt'ora una grande confusione. La Reguzzoni-Versace è oltremodo ambigua e contrasta con la richiesta dei produttori del vero "Made in Italy", che chiedono l'obbligo di etichettare solo i prodotti fatti interamente in Italia». Barbera, nei giorni in cui la norma era in fase di stesura, assieme ad altri imprenditori è stato ascoltato dai parlamentari che stavano elaborando l'articolo. «Abbiamo richiesto che i prodotti in commercio avessero una carta di identità, un passaporto obbligatorio che ne garantisse la provenienza, certificato dallo Stato italiano. Chi esporta negli Usa già adesso sa che sono obbligatorie queste dichiarazioni. E ora, le richiede anche la Cina».



Luciano Barbera

Per Barbera, che si definisce un "Contadino del tessile", questa legge non tutela altro che gli interessi di pochi. «Questa legge è stata concepita unicamente per soddisfare le esigenze delle caste del potere economico che da anni hanno delocalizzato parzialmente o totalmente i loro settori produttivi».

L'imprenditore di Pianezze Biellese critica anche il generale disinteresse del Sistema Paese verso la diffusione del "vero" Made in Italy: «Purtroppo oggi le manifestazioni, le missioni che vengono spacciate come promozione per la diffusione del "Made in Italy" servono a camuffare, attraverso

una presunta internazionalizzazione, delocalizzazioni selvagge».

Quanto all'uso degli avvocati, Barbera taglia corto: «Non necessitiamo per la nostra produzione, tutta fatta in Italia, di alcuna consulenza legale, ma mi appoggio allo studio Trevisan & Cuonzo per portare avanti le mie idee, che ritengo utili al Paese». (a.d.c) ■

colato, approvato dal Parlamento, sarebbe dovuto entrare in vigore il primo ottobre dello scorso anno, ma è stato fermato in Europa con l'accusa di ostacolare la libera circolazione delle merci.

La Reguzzoni-Versace interessa esclusivamente tre settori: tessile, pelletteria e calzaturiero e specifica che nel processo produttivo per la realizzazione dei prodotti, si distinguono quattro fasi, di cui almeno due devono essere effettuate in Italia, per poter definire legittimamente il prodotto Made in Italy. La norma, tuttavia, non specifica quali di queste fasi debbano avvenire in Italia. «La legge Reguzzoni-Versace non ha mai dato una mano al Made in Italy», afferma **Secondo Andrea Feltrinelli**, partner dello studio Feltrinelli-Broggi che prosegue: «È nata morta. Abbiamo ricevuto una severa rampogna dall'Europa per questa normativa e il governo adesso l'ha messa su un binario morto».

Tra le motivazioni che ne hanno decretato l'insuccesso, poi, c'è l'irregolarità della notifica alla Commissione Europea, come dice

obiettivi del mercato interno perché possono rendere più difficile la vendita in uno Stato membro della merce prodotta in un altro Stato membro, facendo venire meno i benefici del mercato interno». «A ciò si aggiunga», continua Tardiolo, «che la legge 55/2010 definisce soltanto la cornice normativa nella quale avrebbe dovuto iscriversi. Tuttavia, al 30 settembre, ossia il giorno prima della efficacia della citata legge, i decreti di attuazione non erano ancora stati emanati, con forte disagio per gli operatori dei settori interessati che non sapevano come procedere».

A questo punto, l'Agenzia delle Dogane, ha reso noto, tramite una circolare, che «in attesa della citata normativa di attuazione delle legge, continueranno ad applicarsi le norme del codice doganale comunitario (Reg. CEE n. 2913/92) e le relative disposizioni di applicazione (Reg. CEE n. 2454/99)», dichiarando di fatto di non applicare la norma.



clienti che operano in tutto il mondo, ottenere informazioni aggiornate sulle normative relative all'etichettatura nei vari Paesi, può essere estremamente dispendioso». Il costo di una ricerca, su 60-80 Paesi può superare facilmente i 100mila euro.

Come se non bastasse è in fase di elaborazione il regolamento comunitario sull'indicazione di origine "Made in" dei prodotti destinati al consumo, per il quale il 21 ottobre 2010 il Parlamento europeo ha emanato una Risoluzione legislativa sulla proposta di regolamento. «Il Parlamento europeo stabilisce chiaramente che il consumatore deve poter sapere quale sia la provenienza del prodotto da lui acquistato», dice Trevisan, «per poter correttamente orientare le sue scelte, ad esempio tenendo conto di rischi che tali prodotti o, loro semilavorati, possono celare (si fa riferimento ai possibili problemi di salute che si riscontrano con particolari tinture usate in paesi non comunitari), ovvero per adeguare le proprie scelte ai propri convincimenti etico sociali (ad esempio il rifiuto di acquistare prodotti realizzati in territori dove la tutela del lavoro minorile non sia adeguata)». ■



“

**L'indicazione "Made in" è protetta in negativo, con strumenti di prevenzione del possibile inganno**

Luca Trevisan

”

**Rita Tardiolo**, senior associate di Bird&Bird: «La legge è stata notificata alla Commissione CE quando era già in vigore. Inoltre, è stata rilevata la non conformità ai principi comunitari: si è detto, in particolare, che gli schemi di marcatura nazionale sono contrari agli

La preoccupazione principale per le aziende è quella di agire nel modo corretto e non fare confusione tra le regole, come precisa Sterpi: «Le domande più frequenti dei clienti riguardano l'indicazione sull'origine e il tipo di etichettatura necessaria, sia in Italia che all'estero. Per