

La delocalizzazione produttiva limita il ricorso alle etichette che difendono i prodotti italiani

# Made in Italy, studi legali in allerta

## Gli avvocati specializzati nell'Ip monitorano la normativa

DI ANDREA ALTAVISTA

**G**lobalizzazione dei mercati, esposizione delle piazze nazionali alla concorrenza dei paesi con manodopera a basso costo e una maggiore attenzione dei consumatori a cosa finisce nel carrello. Questi fenomeni stanno aumentando il valore delle etichette "Made in Italy" o "100% Made in Italy", che riguardano uno dei settori produttivi trainanti dell'economia italiana.

Ma mentre per il settore alimentare esiste da tempo un sistema di protezione armonizzato a livello comunitario che tutela le indicazioni geografiche di provenienza (tra cui le sigle Dop e Igp), la normativa sul "Made in Italy" è complessa e in corso di evoluzione continua. E gli avvocati d'affari specializzati nella tutela della proprietà intellettuale seguono con interesse questo processo.

«La disciplina sul "Made in Italy" è stata negli ultimi anni oggetto di numerose modifiche che hanno creato un groviglio legislativo tale da scoraggiare l'utilizzo di tale etichettatura», spiega **Bernard O'Connor**, socio dello studio **Nctm**. L'ultimo degli interventi è la legge Reguzzoni-Versace che ha tentato di introdurre un sistema di etichettatura obbligatoria dei prodotti finiti ed intermedi e la tracciabilità degli stessi, limitata tuttavia al settore calzaturiero, tessile e della pelletteria. «Tale legge risulta attualmente non applicabile considerato il parere negativo espresso dalla Commissione Ue che ha ritenuto che un simile sistema di etichettatura obbligatoria costituisce un ostacolo alla libera circolazione delle merci nel mercato comunitario», spiega il professionista.

Lo scorso ottobre l'Italia ha invece ottenuto l'approvazione da parte del Parlamento Europeo di

una proposta di regolamento che impone l'indicazione d'origine alle merci extra-Ue e il regolamento dovrà ora passare al vaglio degli Stati membri. «Ci aspettiamo una resistenza dei paesi nordici che sono meno interessati alla protezione delle manifatture nazionali», spiega ancora O'Connor da Nctm. «Sia l'introduzione della disciplina del "Made in Italy" e ora la proposta di un regolamento comunitario sul "Made in extra-UE" sono riconducibili alle pressioni di carattere politico a sostegno delle piccole e medie imprese del Centro e del Nord del paese. La concorrenza asiatica è forte e talvolta sleale e particolare attenzione è necessaria per lo sviluppo di misure anti dumping e anti subsidy», conclude il partner.

Mentre la legislazione in vigore non stabilisce un obbligo di etichettatura sull'origine del prodotto, punisce tramite sanzioni penali il comportamento delle imprese che inducono i consumatori a credere che un prodotto sia "Made in Italy". «L'origine di una merce si determina alla luce del codice doganale comunitario che nei casi in cui due o più paesi siano coinvolti nella produzione prevede che l'origine sia di quel paese in cui è avvenuta l'ultima trasformazione sostanziale», che

sia economicamente giustificata e posta in essere da un'impresa attrezzata a tale scopo», interviene **Paolo Lazzarino**, socio salary dello stesso studio.

Se dunque una merce non è qualificabile come italiana, compie un reato chi appone l'etichetta "Made in Italy" o utilizza per esempio la bandiera italiana sulla confezione. «Con una norma recente il legislatore ha sanzionato l'uso su un prodotto non italiano di un marchio che richiami l'origine italiana del prodotto («italian sounding») senza che sia data informazione sulla reale origine non italiana dello stesso», continua l'avvocato.

Completa il quadro un'ulteriore disciplina per il caso in cui l'imprenditore voglia indicare che il prodotto è per intero italiano ("100% Italiano", "100%

Made in Italy" o "Full Made in Italy"). «In questa circostanza è richiesto che tutte le fasi produttive, compresa la materia prima utilizzata, siano realizzate in Italia», precisa il professionista.

La presenza degli advisor legali al fianco delle aziende è continua. «Ogni imprenditore che intenda

sfruttare i vantaggi della disciplina del "Made in Italy" deve disporre di una consulenza adeguata, anche considerato che le pene previste per le indicazioni errate consistono nella reclusione fino a due anni e in sanzioni pecuniarie fino a 250mila euro oltre che la confisca del prodotto», conclude Paolo Lazzarino.

Il processo legislativo è anche molto influenzato dai gruppi di pressione attivi nel settore. «Da anni vi è un andirivieni da Palazzo Chigi di lobby contrapposte che vorrebbero introdurre una definizione legislativa di questa denominazione d'origine in funzione dei propri interessi», interviene **Daniela De Pasquale**, dello studio **La Scala e Associati**. «Le imprese che delocalizzano



Daniela De Pasquale



vorrebbero questa definizione più ampia mentre il fronte delle imprese che riesce faticosamente a realizzare l'intero prodotto in Italia vorrebbe un criterio assai più rigoroso dell'attuale, tuttora basato sul Codice Doganale e dalle maglie assai larghe», continua l'avvocato, che spiega che nella volontà del legislatore tutte queste barriere dovrebbero rappresentare una tutela efficace per le nostre aziende. «La verità è che una buona parte delle aziende italiane più famose nel mondo delocalizza buona parte del proprio processo produttivo e questo impedisce anche a loro di utilizzare questa denominazione», spiega De Pasquale.

Anche su questo fronte i consulenti specializzati intervengono nei passaggi fisiologici di crescita dei clienti e per inquadrare questi aspetti nell'ambito di una disciplina normativa in continua evoluzione. «Anzi, l'insorgere dei fenomeni di contraffazione è considerato la conferma del successo sul mercato dei prodotti di una azienda», continua l'avvocato.

Ma in cosa potrebbe invece una denominazione Made in EU favorire i player italiani? «Anche questa etichetta potrebbe garantire determinate caratteristiche in termini di qualità e sicurezza dei prodotti a prescindere dalla iden-

tà geografica dei vari stati membri», continua De Pasquale, «ma occorre fare una distinzione tra la concorrenza comunitaria esercitata da quelle imprese che hanno stabilimenti in paesi dell'Unione Europea in cui la manodopera è a costi più bassi che in Italia, e quella più "selvaggia" e difficile da contenere proveniente dall'estremo oriente».

Allo stesso tempo, gli avvocati devono reattivi e seguire il processo legislativo. «Le aziende si adeguano velocemente ai parametri normativi», conferma **Gabriel Cuonzo**, fondatore dello studio Ip **Trevisan & Cuonzo**. «I clienti

hanno sviluppato procedure interne di alla normativa e non si rileva un'attività di contenzioso particolarmente sviluppata. Ma il controllo della filiera dal punto di vista anche legale deve essere continuo». L'importante è evitare fraintendimenti sulle origini del prodotto. «Riceviamo richieste di chiarimenti da parte dei clienti ma si è ormai creata una certa sensibilità», conclude Cuonzo. «Ma il vero problema è il futuro. La tentazione delle aziende italiane è di delocalizzare all'estero e questa strategia è in conflitto con l'uso di un'etichetta specifica».

—© Riproduzione riservata—



**Bernard O'Connor**