

La contraffazione del made in Italy Impatto del fenomeno e politiche di contrasto¹

Vincenzo Marinello

*Ricercatore T.I. di Statistica Economica
Università degli Studi di Enna "Kore"*

Mariano Cavataio

*Dottore di ricerca in Sociologia
Università degli Studi di Milano*

Riassunto

Il presente contributo si pone l'obiettivo di esaminare il fenomeno della contraffazione del *made in Italy*. Sarà impiegato un approccio interdisciplinare allo scopo di approfondire le conseguenze generate da questo tipo di contraffazione. Dopo aver analizzato la dimensione del fenomeno e le relative ricadute economico-sociali, adeguata attenzione sarà riservata alle misure e alle attività di anti-contraffazione adottate dai *policy-makers* del nostro paese.

Parole chiave: Made in Italy, contraffazione, politiche di anti-contraffazione

Abstract. *The Counterfeiting of Made in Italy. Impact of the Issue and Policies of Enforcement*

This essay examines the counterfeiting of *Made in Italy*. We use an interdisciplinary approach to analyze effects and consequences related to this type of counterfeiting. This work will describe the dimension of this phenomenon and its economic and social impacts. Furthermore, we will focus on Italian policy makers' anti-counterfeiting measures.

Keywords: Made in Italy, counterfeiting, anti-counterfeiting measures

1. Introduzione

Il commercio di merci contraffatte costituisce una grave minaccia per qualsiasi economia, essendo ormai diventato un fenomeno globale e dinamico (CENSIS, 2016; D'Amato, 2016).

Secondo gli ultimi dati disponibili a cura dell'OCSE e dell'EUIPO², nel 2013 il commercio internazionale delle merci contraffatte e usurpative ha raggiunto un valore di ben 338 miliardi di euro, pari al 2,5% degli scambi commerciali a livello mondiale. Questa cifra è equivalente al PIL dell'Austria o al PIL di Irlanda e Repubblica Ceca messe assieme.

¹ Vincenzo Marinello ha redatto l'introduzione, il paragrafo 2 e le conclusioni; Mariano Cavataio ha elaborato i paragrafi 1 e 3. Sebbene il saggio rimanga frutto di uno sforzo collettivo tra i due Autori, la responsabilità intellettuale dei singoli paragrafi rispecchia questa suddivisione del lavoro.

² L'EUIPO è l'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale.

Riguardo alla situazione dell'Unione Europea (UE), tali prodotti hanno costituito nel 2013 il 5% di tutte le importazioni, per un valore fino a 85 miliardi di euro. Ne deriva che, per un gruppo di paesi a economia avanzata come l'UE, l'impatto della contraffazione equivale al doppio rispetto a quello del mondo intero (OCSE/EUIPO, 2016).

Questi dati evidenziano quanto significative possano essere le perdite economiche e sociali per i titolari di diritti di proprietà intellettuale (IPR), ma anche per l'economia nel suo complesso, con rischi per la sicurezza dei consumatori e con ricadute sul piano fiscale, senza considerare gli effetti dell'azione delle reti criminali che si nascondono dietro simili volumi d'affari. D'altra parte, le conseguenze di questo fenomeno, sempre più pervasivo e mutevole, sono rilevantissime nella misura in cui la contraffazione colpisce tutti i segmenti di mercato, *made in Italy* compreso (Antonacchio, 2007; Gulino, 2013; Marinello e Cavataio, 2015).

Il presente contributo ha l'obiettivo di analizzare l'entità del mercato del falso nel caso italiano, facendo particolare riferimento alle relative ricadute sul *made in Italy*. Adeguata attenzione sarà anche riservata alle principali misure di anti-contraffazione adottate dai *policy-makers* italiani per prevenire e contrastare questo grave fenomeno.

2. L'impatto della contraffazione nel nostro paese: un inquadramento generale

Secondo una recente ricerca condotta dal CENSIS (2016) per conto del Ministero dello Sviluppo Economico (Direzione Generale per la lotta alla contraffazione-UIBM), nel 2015 il "fatturato" del mercato del falso in Italia è stato stimato in 6,9 miliardi di euro, un valore in crescita del 4,4% rispetto al 2012. Specificamente, i settori più colpiti dalla contraffazione sono risultati essere quelli dell'abbigliamento, dei supporti audiovisivi, degli alimentari e delle apparecchiature elettriche, sebbene quest'ultima categoria merceologica, assieme a quella dei materiali informatici, abbia visto maggiormente crescere il valore del "fatturato" del contraffatto nel periodo compreso tra il 2012 e il 2015 (tab. 1).

La distribuzione della spesa per settori merceologici evidenzia altresì la complessa diversificazione e parcellizzazione del mercato del falso che coinvolge ogni bene e ogni categoria merceologica. D'altronde, la filiera del falso mostra una elevata capacità di mantenere, se non addirittura di incrementare, i volumi di mercato, modificando le strategie di elusione dei controlli, diversificando i canali di vendita, differenziando le tipologie delle merci offerte, ampliando la gamma della qualità dei prodotti venduti. Rispetto al passato, il mercato della contraffazione è, dunque, più capillare, presentandosi come un fenomeno in continua trasformazione, tale da diventare sempre più "liquido" e sempre più difficile da contrastare nell'epoca dell'economia globalizzata (CENSIS, 2016; D'Amato, 2016).

Tabella 1. Stima del fatturato della contraffazione in Italia per settore merceologico, 2012-2015 (valori in milioni di euro e valori percentuali)

Categoria merceologica	2015		Variazione 2012-2015
	N	%	%
Abbigliamento e accessori	2.247	32,5	-1,0
Supporti audio e video	1.965	28,5	+8,7
Prodotti alimentari, alcolici e bevande	1.020	14,8	-2,7
Apparecchi e materiale elettrico	732	10,6	+23,4
Orologi e gioielli	402	5,8	+4,7
Materiale informatico	282	4,1	+14,8
Profumi e cosmetici	107	1,5	-2,8
Pezzi di ricambio auto	101	1,5	-2,7
Giochi e giocattoli	28	0,4	-4,7
Medicinali	21	0,3	-2,7
Totale	6.905	100	+4,4

Fonte: Elaborazione su dati del CENSIS (2016)

Tabella 2. Stima dell'impatto sul sistema economico nell'ipotesi di emersione della contraffazione, anno 2015 (valori in milioni di euro)

Variabile economica	N
Impatto sulla produzione	18.580
Impatto sul valore aggiunto	6.739
Importazioni attivate	5.799
Impatto sull'occupazione (in unità di lavoro)	100.515
Unità di lavoro generate per ogni milione di euro di domanda perduta	14,6

Fonte: Elaborazione su dati del CENSIS (2016)

Tabella 3. Gettito tributario generato nell'ipotesi di emersione della contraffazione, anno 2015 (valori in milioni di euro)

Gettito per categoria di imposta	N
Ires-Ire	841
Irap	387
Ire	494
Totale imposte dirette	1.722
Totale imposte indirette (Iva)	4.001
Totale complessivo	5.723

Fonte: Elaborazione su dati del CENSIS (2016)

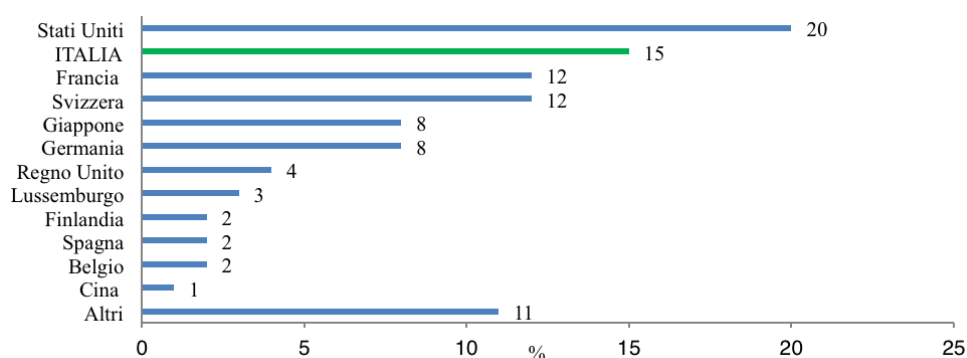
Ma quali sarebbero gli effetti sul sistema economico in caso di emersione della contraffazione? Secondo le recenti stime fornite dal CENSIS (2016), senza la contraffazione la produzione interna registrerebbe un incremento di quasi 19 miliardi di euro (lo 0,6% del totale), con una ricchezza aggiuntiva per il paese di 6,7 miliardi di euro, un valore superiore, ad esempio, a quello prodotto dall'intera industria metallurgica. Inoltre, sul versante dell'occupazione, il processo di emersione della contraffazione porterebbe all'assunzione di oltre 100 mila unità di lavoro (corrispondente a circa il doppio dell'occupazione generata, ad esempio, dall'intera industria farmaceutica), vale a dire quasi 15 unità di lavoro ogni milione di euro riportato nella produzione interna nazionale (tab. 2). L'emersione della contraffazione genererebbe anche un aumento del gettito fiscale sia in termini di imposte dirette su impresa e lavoro (IRES-IRE, IRAP, IRE) sia in termini di imposte indirette sulla vendita (IVA), dato che si stima che nel 2015 il mercato del falso avrebbe sottratto all'erario oltre 5,7 miliardi di euro, corrispondente al 2,3% del totale delle entrate accertate dallo Stato per le stesse categorie di imposte (tab. 3).

In definitiva, numerosi sono gli aspetti deteriori causati dalla contraffazione sui sistemi economici. Essa indebolisce l'innovazione che è la chiave della crescita, incide negativamente sul commercio e sugli investimenti esteri, ha effetti negativi sull'occupazione, sulle politiche di tutela ambientale, sulla salute dei consumatori. Rafforza, inoltre, la diffusione di attività criminali, generando casi di corruzione, oltre a limitare le entrate fiscali e a determinare per le casse dello Stato costi aggiuntivi per via dell'adozione di sempre più complesse misure di anti-contraffazione (ICE, 2010; Gulino, 2013).

3. Entità e conseguenze della contraffazione sul *made in Italy*

La contraffazione comporta ingenti danni per il *made in Italy*. Non è, infatti, un caso che l'Italia, dopo gli Stati Uniti, risulti essere nel triennio 2011-2013 il paese dell'OCSE con i marchi maggiormente colpiti dalla contraffazione in termini di violazione degli IPR.

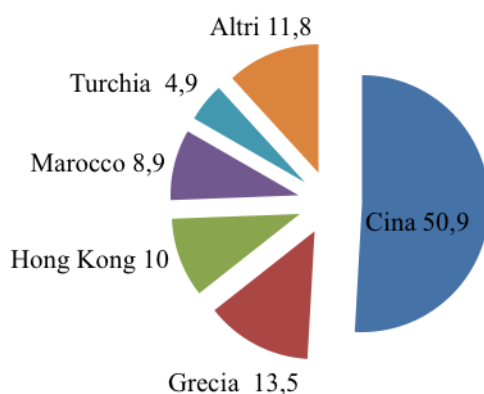
Figura 4. Violazioni degli IPR nei principali paesi dell'area OCSE, 2011-2013 (in valori percentuali)



Fonte: Elaborazione su dati OCSE/EUIPO (2016)

Considerando i paesi di provenienza delle merci sequestrate dalla Guardia di Finanza e dall'Agenzia delle Dogane nel 2015, oltre la metà dei prodotti contraffatti nel nostro paese arriva dalla Cina. A livello di paesi di provenienza europea, elevata è invece la percentuale (pari al 13,5%) di merci sequestrate di derivazione greca (fig. 5).

Figura 5. Paesi di provenienza delle merci contraffatte sequestrate dalla Guardia di Finanza e dall'Agenzia delle Dogane nel 2015 (in valori percentuali)



Fonte: Elaborazione su dati Iperico del MISE (2015)

Facendo sempre riferimento ai dati aggregati dell'Agenzia delle Dogane e della Guardia di Finanza (con l'esclusione delle categorie merceologiche di tabacchi, alimentari, bevande e medicinali), nel periodo compreso tra il 2008 e il 2014 si sono registrati oltre 6 mila sequestri per violazioni sulle norme del *made in Italy*, a fronte di 77 milioni di pezzi sequestrati (tab. 6).

Tabella 6. Numero di sequestri e numero di pezzi sequestrati dalla Guardia di Finanza e dall'Agenzia delle Dogane per violazione sulle norme del made in Italy, 2008-2014 (in valori assoluti)

Anni	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	N
Numero sequestri	1.285	1.198	1.128	847	766	857	314	6.395
Numero pezzi sequestrati*	21	17	8	6	6	17	2	77

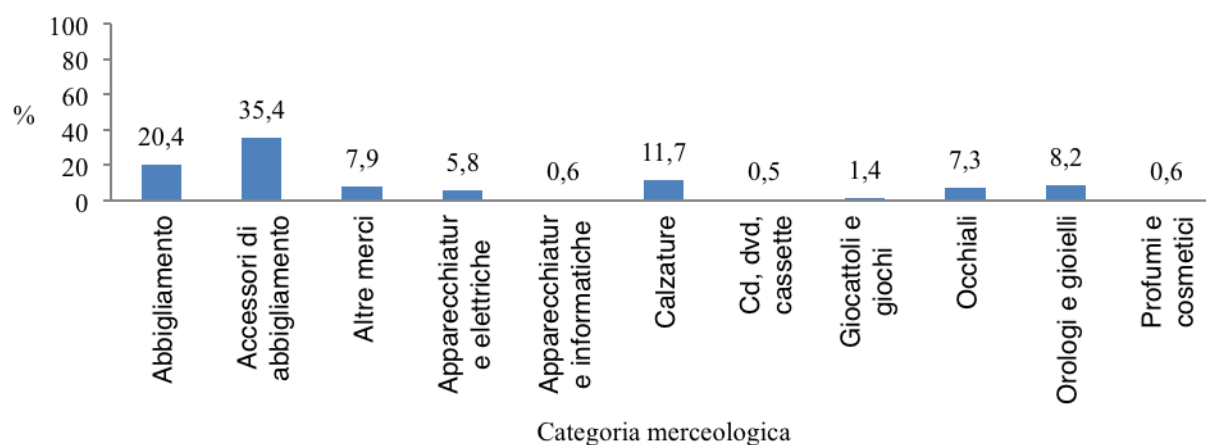
Note: * Valori corretti in milioni

Fonte: Elaborazione su dati Iperico del MISE (2015)

Come è stato sottolineato nel precedente paragrafo, l'abbigliamento e i relativi accessori, cuore del *made in Italy*, sono i comparti maggiormente esposti al fenomeno contraffattivo. D'altronde, oltre la metà del totale complessivo del numero di pezzi sequestrati in Italia nel periodo 2008-2014 riguarda proprio prodotti contraffatti del settore dell'abbigliamento e dei relativi accessori (fig. 7).

A livello di commercio estero, uno dei maggiori problemi che l'Italia è chiamata ad affrontare in tema di contraffazione è rappresentato dall'"*Italian Sounding*", ovvero l'utilizzo improprio di denominazioni geografiche, immagini e marchi che evocano in qualche modo l'Italia per promuovere e commercializzare prodotti non riconducibili, però, al nostro paese e all'autenticità dei prodotti tipici del *made in Italy*. Si tratta della forma più eclatante e complessa di concorrenza sleale e di truffa rispettivamente a discapito delle nostre imprese e dei consumatori.

Figura 7. Numero di pezzi sequestrati dalla Guardia di Finanza e dall'Agenzia delle Dogane per categoria merceologica, 2008-2014 (in valori percentuali)



Fonte: Elaborazione su dati Iperico del MISE (2015)

D'altronde, il fenomeno dell'*Italian Sounding* è cresciuto progressivamente negli anni, creando un'economia parallela che, sottraendo quote di mercato ai prodotti del *made in Italy*, ha determinato pesanti perdite per le aziende italiane, soprattutto per quelle del settore agroalimentare. Si stima, ad esempio, che all'estero un prodotto alimentare italiano su quattro sia contraffatto con un forte danno per le nostre imprese e per il valore stesso del *made in Italy* (ICE, 2010). Non è, dunque, un caso che l'Istituto Nazionale per il Commercio Estero (ICE) abbia stimato che se l'Italia riuscisse, ad esempio, a recuperare una quota del 25% sul mercato nordamericano degli *Italian Sounding*, ciò garantirebbe alle imprese italiane maggiori esportazioni per 4 miliardi di dollari (ICE, 2011). Per la DGLC-UIBM, il giro d'affari dell'*Italian Sounding* a livello mondiale è stimato in circa 54 miliardi di euro l'anno (147 milioni di euro al giorno), comunque oltre il doppio dell'attuale valore delle esportazioni italiane di prodotti agroalimentari (pari a 23 miliardi di euro). Quindi, almeno due prodotti su tre commercializzati all'estero si riconducono solo apparentemente al nostro paese a causa dell'*Italian Sounding* che rappresenta una vera e propria piaga per il *made in Italy* (MISE, 2016).

In definitiva, la presenza di false imitazioni dei prodotti italiani frena la crescita del *made in Italy*, del nostro *export* e, più in generale, dell'economia del nostro paese per via della

concorrenza sleale che il mercato del falso comporta, riducendo altresì la competitività delle nostre imprese.

4. L'assetto normativo e istituzionale della lotta alla contraffazione. Quali politiche di contrasto?

Negli ultimi anni, l'attenzione e l'impegno delle istituzioni, in ambito nazionale ma anche europeo, per arginare il fenomeno contraffattivo non hanno subito flessioni; anzi, le azioni di contrasto, di informazione e di sensibilizzazione si sono moltiplicate a fronte di una presenza di falsi che continua a essere pervasiva e preoccupante (CENSIS, 2014).

Sul piano istituzionale, le principali novità hanno riguardato la creazione nel 2009 della *DGLC-UIBM* nell'ambito del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) a testimonianza del fatto che la lotta alla contraffazione nel nostro paese viene considerata centrale nella politica industriale e nelle politiche di sostegno alla competitività e all'innovazione delle imprese. Peraltro, negli ultimi anni la *DGLC-UIBM* ha promosso e finanziato numerosi studi e approfondimenti quantitativi e qualitativi, grazie anche a *IPERICO* che è il database integrato sull'attività di contrasto alla contraffazione, database che contiene, tra le altre cose, dati sui sequestri per violazione delle norme sul *made in Italy* (tab. 6).

Significativo è, inoltre, il lavoro portato avanti dal *Consiglio Nazionale Anti-contraffazione* (CNAC), istituito nel dicembre 2010, come organismo interministeriale con compiti di indirizzo, impulso e coordinamento strategico delle iniziative intraprese da ogni amministrazione in materia di lotta alla contraffazione al fine di migliorare le azioni di prevenzione e contrasto a livello nazionale. Il CNAC (2012) ha portato alla stesura del *Piano Nazionale Anti-contraffazione* come strumento che definisce non solo il quadro strategico per la lotta alla contraffazione a livello nazionale, ma anche gli indirizzi per orientare l'azione delle amministrazioni e dei *policy makers*. In particolare, il Piano individua la tutela del *made in Italy* da fenomeni di usurpazione all'estero come una delle macro priorità d'intervento. *L'Italian Sounding* è il fenomeno più noto di queste priorità,

dato che crea un enorme danno al fatturato dei settori tipici del *made in Italy* (agroalimentare, tessile, moda e design in primis)³. Otto sono poi le *best practices* segnalate per questa macro priorità in materia di tutela del *made in Italy*. Tra le *best practices* proposte dal Piano, vi sono quelle di Federalimentare tese a promuovere e valorizzare i prodotti della filiera agroalimentare italiana, contrastando l'*Italian Sounding*, su specifici mercati, come quello russo e quello canadese. Altre due *best practices* sono quelle indicate dal Comando Carabinieri Politiche Agricole e Alimentari - NAC che mirano a rafforzare la contraffazione in campo agroalimentare, proponendo: a) una conferenza internazionale per l'adozione di una convenzione per la lotta contro la contraffazione e la falsa evocazione dei marchi dei prodotti agroalimentari; b) la realizzazione di un database, o meglio di una black list, sulla contraffazione dei prodotti agroalimentari per la segnalazione dei prodotti contraffatti o falsamente evocanti marchi DOP, IGP o STG. La quinta *best practice*, segnalata da Unioncamere e dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, riguarda un progetto per la tutela dei prodotti agroalimentari DOP/IGP nel mercato americano (USA, Canada e Brasile in primis); mentre il sistema di tracciabilità volontario delle Camere di Commercio italiane (meglio conosciuto come *F-Traceability & Fashion*), incluso nel Piano come sesta *best practice* proposta da Unioncamere e Unionfiliera, riguarda il comparto della moda/accessori/gioielleria ed è finalizzato, attraverso la creazione di uno schema certificativo volontario, non solo a valorizzare il settore, ma anche a tutelare il consumatore dalla contraffazione. Le tecnologie per la tracciabilità hanno dimostrato a vari livelli e contesti le loro potenzialità nella tutela del prodotto nazionale, portando all'aumento della loro implementazione. Sulla scia di questa linea di tendenza, è nato il *TechALab*, laboratorio per lo studio e la sperimentazione delle tecnologie per la lotta alla contraffazione, che viene indicato nel Piano come settima *best practice*. Il *TechALab* monitora tutte le tecnologie oggi disponibili per la prevenzione e il contrasto del fenomeno, tra cui la tecnologia QR Code, quest'ultima indicata nel Piano come ottava *best practice*. Avvalendosi di una società

³ Oltre all'attività di programmazione e di coordinamento a livello centrale, diverse sono le iniziative di anti-contraffazione promosse sui singoli territori, come la Convenzione con l'Associazione Nazionale Comuni Italiani, la Convenzione "Azioni di promozione per la diffusione della cultura della proprietà industriale" e la Convenzione con l'Unioncamere (CENSIS, 2014).

specializzata nell'applicazione di questa tecnologia, Confagricoltura ha, infatti, recentemente avviato un progetto che sfrutta il QR Code per la tracciabilità dei prodotti alimentari (CNAC, 2012).

Oltre alla DGLC-UIBM e al CNAC, degna di particolare menzione è l'istituzione nel luglio 2010 della *Commissione parlamentare di inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale* (2013), commissione d'inchiesta peraltro confermata anche nell'attuale legislatura, con l'obiettivo di approfondire la conoscenza di tali fenomeni al fine di poterli contrastare in modo efficace, studiando altresì le buone prassi di anti-contraffazione sperimentate in Europa. Nel gennaio 2013 è stata poi approvata la relazione conclusiva in cui specifica attenzione è stata riservata all'analisi della contraffazione del *made in Italy* e alla conseguente necessità della tutela dell'italianità sui mercati internazionali, contrastando l'*Italian Sounding*.

Riguardo agli aspetti normativi, fondamentale per il nostro paese è stata l'approvazione della *Legge Sviluppo del 2009* (legge 23 luglio 2009, n. 99 recante *Disposizioni per lo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese, nonché in materia di energia*) che, tra i provvedimenti, ha previsto l'attivazione di misure per lo sviluppo del *made in Italy*, oltre ad aver inasprito le sanzioni penali, introducendo due nuove fattispecie di reato volte a sanzionare non solo la fabbricazione e il commercio di beni realizzati usurpando titoli di proprietà industriale, ma anche la contraffazione di indicazioni geografiche o denominazioni di origine dei prodotti agroalimentari.

Di particolare rilievo è il recente *Piano straordinario per il made in Italy 2015-2017*, per il quale sono stati stanziati su base triennale 260 milioni di euro nell'ambito dello "Sblocca Italia" (decreto legge 11 novembre 2014, n. 164), che ha previsto, tra le linee d'azione, un piano di comunicazione contro l'*Italian Sounding* per rafforzare la riconoscibilità dei prodotti italiani dalle numerose false imitazioni all'estero, promuovendo altresì la diffusione di un marchio *ItalianOriginal*.

Accanto al quadro normativo e istituzionale nazionale, occorre considerare quello europeo che mira, mediante diversi regolamenti (come il n. 608/2013) e alcune direttive (come la n. 2004/48/CE), a coniugare la salvaguardia e la promozione degli IPR mediante la

lotta alla contraffazione. Per garantire maggiore efficienza nel contrasto e nella prevenzione alla contraffazione, è quanto mai, però, necessario far sì che gli Stati membri adottino, nel modo più coordinato possibile, politiche e soluzioni per l'*enforcement*. A sua volta, le informazioni sull'entità, sulla portata e sulle tendenze del commercio di merci contraffatte e usurpative sono fondamentali per comprendere la natura del fenomeno che i governi nazionali e i titolari di IPR devono fronteggiare. Tuttavia, i risultati attuali poggiano sulla rilevazione dei dati sui sequestri alle dogane, non considerando adeguatamente l'impatto dei prodotti contraffatti fabbricati e consumati a livello nazionale, né l'entità dei prodotti usurpativi digitali commercializzati su Internet, situazioni che, invece, richiederebbero ulteriori e approfondite analisi (OCSE/EUIPO, 2016).

Nel complesso, le norme sulla protezione del *made in Italy* tengono conto solo in parte di un'esigenza avvertita da anni dalle imprese italiane. Come tutte le norme nazionali, hanno un'efficacia limitata al territorio italiano. In assenza di accordi internazionali che riconoscano globalmente la tutela, non garantiscono al momento alcuna protezione all'estero dall'usurpazione e contraffazione dei marchi del *made in Italy*. Una soluzione efficace si può, quindi, solo trovare con accordi multilaterali che stabiliscano una disciplina comune e un riordino generale del coacervo di disposizioni di diversa fonte attualmente esistenti (Beretta e Dordi, 2004; Antonacchio, 2007).

5. Conclusioni

La globalizzazione dei mercati ha provocato effetti economici relevantissimi. Il venir meno delle barriere di carattere protezionistico alla libera circolazione delle merci ha alimentato il diffondersi di comportamenti anomali. Tra questi figura la dilagante imitazione dei prodotti e dei marchi aziendali di alcuni paesi europei da parte di produttori specialmente dell'area asiatica, Cina in testa. Gli effetti negativi di questo fenomeno sono particolarmente preoccupanti per i settori produttivi del *made in Italy* e per i distretti produttivi locali che ne costituiscono l'ossatura portante.

In generale, la contraffazione procura danni non solo al sistema produttivo, all'immagine del *made in Italy* e all'economia del nostro paese, ma presenta ripercussioni negative anche nella vita dei singoli cittadini e delle famiglie, in termini di sicurezza sociale, rischi per la salute, riduzione delle opportunità di lavoro.

Entro questo quadro, la tutela del *made in Italy* passa dalla lotta alla contraffazione, tutela del *made in Italy* come fattore decisamente importante per lo sviluppo del sistema industriale italiano (Beretta e Dordi, 2004). Ma a prescindere dalle misure di contrasto alla contraffazione e all'*Italian Sounding*, il *made in Italy* per sopravvivere e prosperare ha bisogno di innovazione e di qualità (Daveri e Lisciandro, 2016). Non bastano, quindi, soltanto le leggi. Da questo punto di vista, il nostro paese presenta un articolato e complesso assetto istituzionale e normativo a protezione del *made in Italy* contro la contraffazione. Però, negli ultimi anni, si è assistito al proliferare di svariate iniziative in tema di *made in Italy*, per lo più rimaste inapplicate, spesso nate sotto la pressione di esigenze contingenti e prive di un coerente disegno unitario, che si sono caratterizzate per disorganicità rispetto all'impianto istituzionale e normativo vigente. Ciò non ha certo giovato alla chiarezza della disciplina e alla certezza del diritto, imponendo paradossalmente eccessivi oneri a carico delle imprese italiane, quando invece sarebbe stata necessaria una disciplina il più possibile semplice e chiara, fondata su prescrizioni generali valide per tutte le fattispecie, conformemente ai principi stabiliti a livello comunitario. A sua volta, quanto mai urgente per il nostro paese è il sostenere e l'incentivare l'istituzione di marchi collettivi, conseguibili a livello nazionale, comunitario e internazionale, idonei a far meglio percepire al pubblico la qualità dei nostri prodotti e il valore aggiunto che il *made in Italy* rappresenta, anche attraverso adeguate campagne di comunicazione e sensibilizzazione, così da ridimensionare i fenomeni contraffattivi che colpiscono duramente il *made in Italy* (INDICAM, 2010; CNAC, 2012).

Bibliografia

- Antonacchio F. (2007). *Etichettatura dei prodotti. Tutela del “Made in Italy”, sicurezza dei prodotti e contrasto alla contraffazione dei marchi*. Milano: Giuffrè.
- Beretta L.C., Dordi C. (2004). Marchi d’origine e indicazione geografiche. *Lavoce.info*, 26 febbraio, testo disponibile all’indirizzo web: <http://www.lavoce.info/archives/22271/marchi-di-origine-e-indicazione-geografiche/> (30/12/2016).
- CENSIS (2014). *La contraffazione: dimensioni, caratteristiche e approfondimenti. Rapporto 2014. La parola ai giovani e al territorio*. Roma: S.T.I. - Società Tipografica Italia A.r.l.
- CENSIS (2016). *La contraffazione: dimensioni, caratteristiche e approfondimenti. Sintesi Rapporto 2016*. Roma: CENSIS.
- Commissione parlamentare di inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale (2013). *Relazione conclusiva*. Atti parlamentari - Camera dei Deputati. Roma: STCC - Stabilimenti Tipografici Carlo Colombo S.p.A.
- Consiglio Nazionale Anti-contraffazione - CNAC (2012). *Piano nazionale anti-contraffazione. Macro-priorità, migliori pratiche e indicazioni per l’orientamento delle azioni future in materia di lotta alla contraffazione*. Roma: CNAC.
- D’Amato I. (2016). *La filiera del vero. Contraffazione e autenticità dei prodotti Made in Italy*. Milano: Egea.
- Daveri F., Lisciandro M. (2016). Ma il Ttip non è un Moloch. *Lavoce.info*, 17 maggio, testo disponibile all’indirizzo web: <http://www.lavoce.info/archives/41118/ma-il-ttip-non-e-un-moloch/> (30/12/2016).
- Gulino L. (2013). Contraffazione e criminalità organizzata. *Gnosis Rivista italiana di Intelligence*, 2: 41.
- Istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione - INDICAM (2010). *Promemoria sui problemi della contraffazione in Italia*. Milano: INDICAM.
- Istituto Nazionale per il Commercio Estero - ICE. *Il fenomeno della contraffazione ed il suo impatto sul Made in Italy*. Roma: ICE.

- Istituto Nazionale per il Commercio Estero - ICE (2011). *L'America a tavola. Consumi, tendenze e prospettive*. New York: ICE.
- Marinello V., Cavataio M. (2015). Applying Supply Chain Sustainability to Intellectual Property Protection. A Case Study. *Rivista Italiana di Economia, Demografia e Statistica*, 3: 179.
- Ministero dello Sviluppo Economico (2015). *Rapporto Iperico 2015. La contraffazione in cifre: La lotta alla contraffazione in Italia 2008-2014*. Roma: MISE.
- Ministero dello Sviluppo Economico (2016). *Contrasto all'Italian Sounding*. Roma: MISE.
- OCSE/EUIPO (2016). *Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact*. Parigi: OECD Publishing. DOI: 10.1787/9789264252653-en.