



*Ministero dello Sviluppo Economico*

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE – UIBM  
IL DIRETTORE GENERALE

**Tavola Rotonda “Tutela della qualità: sistemi di certificazione e  
tracciabilità a garanzia dei prodotti”  
Verona, 7 aprile 2011**

**Intervento del Direttore Generale  
Avv. Loredana Gulino**

Buongiorno a tutti,

è un piacere per me essere qui oggi tra voi, in occasione di un appuntamento così prestigioso. Vorrei, prima di tutto, esprimere i miei ringraziamenti al Presidente dell’Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., Dr. Roberto Mazzei, grazie al quale ci accingiamo ad affrontare il tema della certificazione e della tracciabilità nell’ambito della tutela della qualità.

Questo appuntamento, giunto alla sua 44° Edizione, mi dà, inoltre, l’opportunità di salutare l’Avv. Daniela Mainini, Presidente Consiglio Nazionale Anticontraffazione, la Dr.ssa la Torre, Direttore Generale Direzione Generale della Vigilanza per la qualità e la tutela del consumatore, Dr. Giuseppe Liberatore, Vice Presidente Federdoc e Presidente AICIG (Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche) insieme con il Dr. Ferruccio Ferranti, Amministratore Delegato Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.



## *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE – UIBM  
IL DIRETTORE GENERALE

I prodotti dell'agro-alimentare rappresentano uno straordinario patrimonio italiano, non soltanto dal punto di vista economico, in ragione della forte domanda interna ed estera che soddisfano, ma anche sotto il profilo culturale. Rappresentano i valori delle nostre tradizioni gastronomiche e delle nostre identità produttive regionali, la cui tutela è una priorità del nostro Governo sia in ambito nazionale che internazionale.

Nel 2010, il fatturato del settore si è attestato sui 124 miliardi (+3,35 rispetto al 2009 secondo le stime Federalimentare). Con una quota del 12%, l'alimentare si posiziona al secondo posto nella classifica (per fatturato) dei comparti produttivi, dopo la metalmeccanica.

Le esportazioni dei prodotti alimentari italiani si attestano nel complesso sui 21 miliardi di euro (+11% circa tra 2009 e 2010) e rappresentano il 7% circa dell'intero export nazionale. Le vendite sui mercati internazionali superano di gran lunga le importazioni, così da attestare l'alimentare come uno dei pochi settori con un interscambio largamente attivo: oltre 4 miliardi di euro. Da non trascurare poi il fatto che l'80% dell'export alimentare italiano è costituito da prodotti industriali di marca. Il nostro Paese è leader in Europa.

Questi numeri sono di grande conforto per il nostro Made in Italy, in quanto testimoniano la sua rilevanza quale fattore trainante della nostra economia, ci allietano un po' di meno se ci soffermiamo sul fatto che il



## *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE – UIBM  
IL DIRETTORE GENERALE

settore agro-alimentare italiano è tra le produzioni al mondo contrassegnato dal più alto indice di contraffazione o di imitazione.

Per tali ragioni, siamo fermamente convinti che combattere la contraffazione o l'italian sounding non può che rappresentare una delle priorità del nostro Paese e, per esso, dell'Autorità di governo.

Già oggi le norme nazionali in vigore, al fine di rispondere all'esigenza di una maggiore protezione del consumatore, prevedono una tutela specifica (art. 4, commi 49, 51, 61 L. 350/2003) dei prodotti del "Made in Italy", con sanzioni nei casi di importazione, esportazione o commercializzazione di quelli recanti false o fallaci indicazioni di provenienza o di origine, ovvero recanti la stampigliatura "Made in Italy". La norma si riferisce ai "prodotti" in generale, ed anche a quelli dell'agro-alimentare.

Ma si è voluto fare di più, soprattutto avuto riguardo della specificità delle denominazioni d'origine e alle indicazioni geografiche, prevedendo nella recente legge 99/2009 (la cd. Legge sviluppo), una nuova e specifica sanzione per alcune ipotesi di contraffazione agro-alimentare andando a sanzionare con "la reclusione fino a 2 anni e la multa fino a 20.000 euro chi contraffà indicazioni geografiche o denominazioni di origine di prodotti agroalimentari" ovvero li introduce nel territorio dello Stato".



## *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE – UIBM  
IL DIRETTORE GENERALE

### ITALIAN SOUNDING

Come è noto, il cosiddetto fenomeno dell'Italian Sounding inteso come fenomeno della contraffazione imitativa che colpisce i prodotti italiani, anche se protetti da indicazioni geografiche, è causa di un consistente danno economico alle aziende del settore agro- alimentare che operano all'estero.

La Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, del Ministero dello Sviluppo Economico, ha approvato un progetto *ad hoc*, presentato dall'ICE, per contrastare la contraffazione ed il fenomeno dell'Italian Sounding. Il progetto è nato in seguito ai lavori della Task Force, costituita sia dalle principali Amministrazioni centrali (Ministero dello Sviluppo Economico, Ministero delle Politiche Agricole e Forestali e Ministero degli Affari Esteri), sia da alcune tra le più importanti Associazioni di settore tra cui Federalimentare, ed anche dall'Istituto Nazionale per il Commercio Estero.

In Canada, nel 1° trimestre 2010 l'export dell'industria alimentare nazionale ha superato la quota di 106 milioni, con un aumento del +24,9% rispetto allo stesso periodo 2009. La performance del mercato canadese appare superiore anche a quella del mercato statunitense, che nel 1° trimestre ha segnato una crescita del solo +8,3% dopo la caduta del -9,1%



## *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE – UIBM  
IL DIRETTORE GENERALE

registrata nel 2009. E' evidente, perciò, la grande capacità reattiva del mercato canadese, dopo il -5,0% registrato a consuntivo 2009.

In Canada non esiste una copertura soddisfacente nella tutela delle Indicazioni Geografiche, settore che riveste una particolare importanza per le imprese italiane del comparto agroalimentare. Se da un lato riconosce le disposizioni dell'accordo TRIPS (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) del WTO in materia di tutela delle Indicazioni Geografiche, la normativa canadese enumera numerose eccezioni al principio di tale tutela. Tra di esse vanno segnalate alcune eccezioni di carattere 'temporale', come l'utilizzo in buona fede - antecedente al 1994 - di una denominazione di origine geografica, oppure la tutela per quei prodotti che sono riconducibili a un luogo di origine e che sono stati diffusi in Canada prima che la Indicazione Geografica originale venisse riconosciuta e protetta come tale nel Paese di provenienza. L'unico settore ove è presente il riconoscimento delle Indicazioni Geografiche è quello dei vini e delle bevande alcoliche, in virtù dell'Accordo sul Commercio di Vini e Alcolici siglato tra UE e Canada nel 2003, il quale prevede un processo di registrazione che consente di inserire le Indicazioni Geografiche all'interno del registro canadese dei Trade Marks, gestito dal CIPO.

Questa Direzione generale, alla luce di tali informazioni, ha approvato un progetto *ad hoc*, presentato dall'ICE, per contrastare la contraffazione ed il fenomeno dell'Italian Sounding. Il progetto è nato in



## *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE – UIBM  
IL DIRETTORE GENERALE

seguito ai lavori della Task Force, costituita sia dalle principali Amministrazioni centrali (Ministero dello Sviluppo Economico, Ministero delle Politiche Agricole e Ministero degli Affari Esteri), sia da alcune tra le più importanti Associazioni di settore tra cui Federalimentare, Federvini, Assolatte ed Anicav e gli enti ad esse collegate (Unioncamere e ICE).

Il progetto prevede l'avvio di una serie di iniziative in Canada finalizzate a promuovere e valorizzare i prodotti della filiera agro-alimentare che sono veramente di origine italiana, educando il consumatore finale a riconoscere l'origine e la differenza di qualità del prodotto veramente italiano.

Le iniziative si articoleranno a partire dal prossimo mese di maggio, in occasione della partecipazione dell'Italia, quale Paese d'onore, alla manifestazione SIAL Canada (Toronto), fino al successivo mese di novembre e potranno sviluppare le opportune sinergie con il calendario di eventi celebrativi dell'Unità d'Italia, coordinato dalla rete degli Istituti di cultura italiani *in loco*.

Oltre all'organizzazione di seminari informativi e a degustazioni che saranno realizzati quest'anno anche attraverso il supporto di testimonial locali noti nel mondo del food, verrà realizzata una campagna pubblicitaria che sarà diffusa su tutto il territorio canadese (Montréal, Toronto, Vancouver, Calgary, Ottawa), rendendo disponibili una serie di



## *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE – UIBM  
IL DIRETTORE GENERALE

informazioni relative ai prodotti autentici italiani e con l'ideazione di un logo distintivo del progetto.

Saranno previste azioni presso:

- i punti vendita alimentari delle città canadesi oggetto della campagna, allo scopo di educare il consumatore a riconoscere attraverso la degustazione e l'informazione il vero prodotto Made in Italy;
- la catena della ristorazione, rivolgendosi anche ai ristoranti certificati attraverso il progetto Ospitalità Italiana di Unioncamere.

### IPR DESK (INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS DESK)

Il fenomeno dell'Italian Sounding non riguarda esclusivamente gli Stati Uniti e altri Paesi anglofoni come Canada e Australia, ma sempre più anche i mercati emergenti come il Brasile, la Russia, la Turchia e la Cina. Quest'ultima, ad esempio, ha visto il caso di una società cinese di dolci che ha tutelato il nome (in cinese) "pandoro" (che è stato anche oggetto di segnalazione da parte dell'Ambasciata Italiana al Ministero degli Affari Esteri), oppure di una società di vini che ha protetto il nome (in cinese) "vino cabernet".



## *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE – UIBM  
IL DIRETTORE GENERALE

Tali mercati sono oggi coperti dalla rete dei 12 IPR Desk all'estero. Questa rete ha assunto nel tempo una forte rilevanza strategica, e riveste un'importanza vitale per il nostro Paese nella lotta alla contraffazione. Il suo successo può acclamarsi nella misura in cui Paesi come Francia ed USA, ritenendolo a giusto titolo una best practice, ne stanno imitando il modello. L'importanza dell'attività degli IPR Desk è inoltre riconosciuta dalle stesse Associazioni di categoria e dei consumatori, come è emerso in occasione di recenti incontri.

### TRACCIABILITÀ E RINTRACCIABILITÀ DEI PRODOTTI

Il controllo della filiera produttiva è lo strumento che garantisce il consumatore e l'azienda, sia in relazione alla storia generale del prodotto sia relativamente alle responsabilità dei diversi soggetti coinvolti nelle varie fasi del processo produttivo e distributivo (nel rigoroso rispetto degli standard internazionali di riferimento). Tale controllo scaturisce dall'applicazione di due processi, la tracciabilità e la rintracciabilità del prodotto, che si riferiscono in realtà a due fasi diverse e complementari nel controllo del percorso effettuato da un prodotto. Entrambe sono strumenti necessari a veder garantita la trasparenza della filiera di prodotto, in quanto sia l'uno che l'altro si riferiscono alla capacità di ricostruire la storia e di





## *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE – UIBM  
IL DIRETTORE GENERALE

seguire lo spostamento di un prodotto mediante identificazioni documentate.

In materia, questa Direzione Generale ha stipulato una convenzione con il C.A.T.T.I.D. - Centro per le Applicazioni della Televisione e delle Tecniche di Istruzione a Distanza – dell'Università La Sapienza di Roma, al fine di supportare le imprese nella scelta tecnologia più adatta alle loro esigenze di tutela dalla contraffazione.

Tale Convenzione si prefigge lo scopo di sviluppare specifiche soluzioni innovative volte alla valorizzazione e alla protezione dei diritti di Proprietà Industriale e del made in Italy.

Sarà possibile diffondere la conoscenza ed incentivare l'impegno nella lotta alla contraffazione di strumenti ad alto valore tecnologico, come ad esempio tra gli altri il RFID (Radio Frequency Identification), una sorta di "francobollo digitale" che, applicato ai singoli prodotti, aumenta la sicurezza e la trasparenza della filiera in termini di tracciabilità e rintracciabilità, offrendo un immediato beneficio per il cittadino-consumatore.

La convenzione prevede:

1. La realizzazione di una mappatura delle tecnologie esistenti, con particolare attenzione a distinguere tra settori produttivi diversi da mettere a disposizione delle imprese.



## *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE – UIBM  
IL DIRETTORE GENERALE

2. L'elaborazione di prototipi e progetti-pilota al fine di sperimentare la tecnologia all'interno di uno specifico laboratorio in procinto di apertura presso il Tecnopolo di Roma Tiburtino.

3. Il supporto, attraverso l'istituzione di uno specifico Infodesk, da fruirsi nell'ambito del Tecnopolo Tiburtino, alle aziende nell'adozione di tali soluzioni tecnologiche, aiutandole nella valutazione e nell'analisi di tutti gli aspetti tecnici/economici e normativi della fattibilità di una soluzione di tracciabilità/rintracciabilità.

4. Audizioni alle Associazioni di categoria dei settori produttivi più colpiti dalla contraffazione ai fini della verifica dell'uso delle tecnologie anti-contraffazione da parte delle imprese e dell'interesse a partecipare a progetti pilota. Finora sono stati sentiti i settori: orafo, cosmetica, giocattoli, oleario ed occhialeria.

Vi ringrazio per l'attenzione e ribadisco l'assoluta importanza rivestita dal dialogo sistematico e autentico fra istituzioni pubbliche, operatori privati per l'attuazione di politiche di valorizzazione e tutela della proprietà industriale efficaci ed utili alle imprese ed all'intero Sistema Paese.