



CONFINDUSTRIA MODENA

CONVEGNI



# Marchio made in Italy per tutelare le imprese

Tutela dei marchi e dei brevetti e lotta alla contraffazione sono stati i temi al centro del dibattito: l'eccellenza italiana va difesa dalla concorrenza sleale e dai falsari

Il made in Italy è uno degli asset più importanti del Paese, con ricadute significative sul Pil e sull'occupazione. Per questo Confindustria sta operando da tempo per ottenere una maggiore tutela del made in Italy, e la sua proposta di rendere obbligatoria l'indicazione di origine su alcuni prodotti importati ha spinto l'Europa ad affrontare questo tema fondamentale per il sistema industriale italiano.

Il punto della situazione, sotto il profilo sia tecnico sia politico, è stato fatto a Modena, presso la sede di Confindustria, nel convegno "Tutela della proprietà intellettuale e applicazione del made in", organizzato da Fausto Bedo-



Sopra, l'avvocato Glauco Camerini Pollio.

gni, responsabile dell'area Economia e impresa di Confindustria Modena. All'iniziativa hanno partecipato Claudio Camerini Pollio, dell'area Affari europei di Confindustria, **Rossella Masetti, della Bagnion Spa**, Daniela Mainini, presidente del Centro studi anticontraffazione, Alberto Giordano, comandante provinciale delle Fiamme Gialle, Umberto Rapetto, comandante del Gat (nucleo speciale frodi telematiche della Guardia di Finanza), e Massimiliano Camellini, dell'ufficio legale di Max Mara Fashion Group. All'avvocato Camerini Pollio, che fa anche parte del Comitato tecnico confederale per la tutela dei marchi e



Qui sopra, un'altra immagine di Fausto Bedogni, dirigente di Confindustria Modena.

#### IMPRESE E ISTITUZIONI

Nella pagina a fianco, da sinistra: Umberto Rapetto, comandante del Gat della Guardia di Finanza, Massimiliano Camellini, di Max Mara, Rossella Masetti, della società Bugnion Spa, Mario Valerio Guerzoni, direttore di Confindustria Modena, Alberto Giordano, comandante provinciale della Guardia di Finanza, Glauro Camerini Pollio, dell'area Affari europei di Confindustria, Fausto Bedogni, responsabile dell'Area economia e impresa di Confindustria Modena, e Daniela Mainini, presidente del Centro studi anticounterfeiting.

la lotta alla contraffazione, abbiamo rivolto alcune domande.

**Il pressing di Confindustria sulla tutela del made in Italy sta portando a qualche risultato?**

"Passi avanti, in questi anni, ne sono stati fatti e su più fronti. Intanto si nota, indubbiamente, una maggiore sensibilità da parte delle imprese a tutelarsi e difendere il proprio prodotto e il proprio marchio. È un passo necessario, altrimenti, in un mercato globalizzato, si viene fagocitati dai concorrenti e, non ultimo, dalle contraffazioni. In secondo luogo, anche il consumatore ha acquisito sempre più consapevolezza nell'acquisto e, in partico-

lare, sul valore dei brand di cui vuole circondarsi. E questo porta a un circolo virtuoso perché, a un'attenzione maggiore da parte dei clienti, corrisponde necessariamente un'attenzione maggiore da parte delle imprese a valorizzare ciò che è gradito al mercato. Infine, anche le istituzioni (dogana, Guardia di Finanza, ministero delle Attività produttive) hanno preso coscienza che tutelare il made in Italy significa aiutare la competitività dell'intero sistema Paese. Il loro contributo è essenziale".

**E le imprese cosa possono fare?**

"Per l'impresa decidere di tutelare e promuovere il made in Italy è una scelta strategica fondamentale. Come accennavo prima, la globalizzazione dei mercati, che ha portato alla delocalizzazione produttiva, e la smaterializzazione dell'economia, per cui il valore competitivo delle imprese italiane risiede principalmente nella pro-

prietà intellettuale e nella capacità di innovare, hanno come conseguenza una doverosa maggiore attenzione alla difesa dei propri marchi e brevetti. Confindustria non ha interesse per battaglie di tipo protezionistico: anche l'approvazione del regolamento a livello Ue sull'indicazione di origine che è uno dei nostri obiettivi primari, non ha un valore protezionistico, bensì di tutela del prodotto nazionale, che non significa 'realizzato' in toto in Italia, ma che abbia precisi requisiti e caratteristiche che consentano di apporre il marchio made in Italy. Tra le priorità di cui ci stiamo occupando, oltre al regolamento sul 'made in' comunitario, vi sono anche l'armonizzazione, sempre entro la Ue, delle sanzioni penali per la tutela della proprietà intellettuale e la definizione di norme chiare, uniformi e di facile applicazione sul tema della tutela dei brand e della lotta alla contraffazione".