

Introduzione

L'aumento progressivo del commercio di beni contraffatti nel mondo ha le sue radici nel fenomeno della globalizzazione e nell'enorme sviluppo che l'economia mondiale ha conosciuto nell'ultimo decennio.

La sua velocità di espansione impone un costante monitoraggio e un'attenta valutazione degli effetti sociali ed economici che dallo stesso fenomeno derivano¹: le ricadute negative denunciate vanno dalla diminuzione del fatturato delle aziende e dalla contrazione del Pil dei singoli Paesi, alla sottrazione di entrate fiscali dovute agli Stati e di posti di lavoro dall'economia regolare.

A ciò si aggiungono le conseguenze sul mondo dei consumatori, lesi nella fiducia per i prodotti e servizi di cui fanno uso, e nel caso di alcuni generi, fortemente minacciati in salute e sicurezza.

Le ultime analisi OCSE hanno evidenziato che nel 2005 nel mondo sono stati contraffatti prodotti per un valore di 200 miliardi di dollari, importo corrispondente al 7% della stima del commercio mondiale. Una cifra che aumenterebbe vistosamente allorché si considerassero anche i prodotti distribuiti entro i confini nazionali e attraverso internet.

Una recente indagine Censis- Area-Aico¹ ha stimato il mercato del falso in Italia per un valore di 7,1 miliardi di Euro, collocando ai primi tre posti delle merci maggiormente contraffatte rispettivamente abbigliamento e accessori (il 36,7% del mercato totale del falso - 2,6 miliardi di euro), Cd, DVD, audio, video e software (il 23,2% - 1,6 miliardi di euro) e i prodotti alimentari, con gli alcolici e le bevande (il 16,2% - 1,15 miliardi di euro).

A fronte degli impatti negativi che la contraffazione genera non solo sull'economia nazionale, ma inevitabilmente anche sul contesto locale, la Camera di commercio di Torino, nel suo ruolo di osservatorio privilegiato dell'economia locale, ha inteso avviare un'attività di analisi sul percezione della diffusione del fenomeno.

Per definire nuove e più incisive iniziative volte a contrastare il fenomeno della contraffazione e a garantire una maggiore informazione e tutela fra cittadini ed imprenditori, l'ente camerale torinese ha accolto con impegno e attenzione la richiesta della Prefettura di Torino di monitorare il fenomeno sul territorio, istituendo l'**Osservatorio provinciale sulla contraffazione**, la cui attività, diretta da un **Comitato di indirizzo**, è finalizzata in particolare a promuovere una cultura comune, che renda consapevoli della pericolosità dell'incerto acquisto di merci contraffatte.

Per volontà della Giunta Camerale, l'Osservatorio è composto dalle più alte cariche locali e nazionali in rappresentanza delle rispettive istituzioni, oltre che dai rappresentanti delle categorie economiche e di tutela del consumatore impegnate, direttamente o indirettamente, a combattere questo fenomeno tanto pericoloso e multiforme.

Nel 2008 è stata avviata una prima indagine conoscitiva sulla percezione del fenomeno della contraffazione, diffusa tra imprese dell'industria e del commercio, e tra i consumatori.

Nella sua più recente riunione, il Comitato ha indicato la **contraffazione e le frodi alimentari** come tema da approfondire.

L'industria alimentare italiana è particolarmente vulnerabile al fenomeno della contraffazione per le caratteristiche che le sono proprie: è innanzitutto espressione di una tradizione e di una cultura che si è imposta come *brand* univoco e fattore di riconoscibilità nel mondo; si caratterizza poi per un forte legame col territorio e per l'alta gamma dei prodotti offerti.

Molti dei *"prodotti made in Italy"* sono dunque esposti al rischio della falsificazione, specie sui mercati internazionali e proprio in quanto ciò rappresenta una minaccia importante per la salute e la sicurezza dei consumatori, negli ultimi anni si è registrato un forte impegno a livello normativo, di controllo e di contrasto per ridurre al minimo le contraffazioni sul mercato interno.

Più difficile risulta, invece, l'impegno sui mercati internazionali dove la fama dei nostri prodotti nazionali ha consentito lo sviluppo del fenomeno imitativo dell'*Italian sounding*, permettendo la circolazione di generi alimentari falsi sia negli esercizi commerciali sia nei ristoranti.

¹ Cfr. " Il fenomeno della contraffazione nel mondo e le ricadute sul mercato italiano. Gli scenari e le strategie di contrasto", Censis, Area-Aico, 2009.