

**È** stato il vero tormentone di quest'estate, che ha visto l'Italia schierata su due opposti fronti, divisa fra coloro che plaudevano alla nuova legge, definendola vero e proprio strumento di salvataggio delle produzioni nostrane, ed altri che la contestavano, sottolineandone l'inutilità - se non addirittura la dannosità - per le aziende italiane.

Alla fine però, per fortuna, è prevalso il buon senso. Il Ministero dello Sviluppo Economico, con la circolare prot. n. 124898 del 9 novembre, non solo attenua il clima di rigore entro il quale era stata partorita la nuova legge, ma ridefinisce addirittura il ruolo delle Dogane, introducendo una serie di indicazioni assai elastiche che di fatto alleggeriscono gli obblighi di indicazione di origine/provenienza dei prodotti a marchio italiano fabbricati in altri Paesi introdotti prima dall'art. 17 della legge 99/2009 e poi in ultimo rimodulati dal d.l. 135/2009 recentemente convertito in Legge n. 166 del 20 Novembre 2009. Ciò, si spera, dovrebbe portare ad una riduzione del contenzioso sul "made in" che in questi ultimi anni si è copiosamente generato in dogana, per via dell'interpretazione assai rigida attribuita dagli uffici doganali alla normativa contenuta nell'art. 4, comma 49 della legge 350/2003.

La circolare 124898/2009 del Ministero dello Sviluppo Economico fornisce una serie di soluzioni alternative riguardo alle modalità di soddisfacimento dell'obbligo di cui sopra, che vanno dalla possibilità di accompagnare i prodotti con un'appendice informativa contenente una espressa dicitura che evidenzia la loro corretta origine, all'utilizzo di una autocertificazione da presentare all'ufficio doganale di importazione, in allegato alla dichiarazione dogana-

## “Made in” cambio di rotta

nale, nella quale si assume l'impegno ad integrare le informazioni riguardanti i prodotti con quelle relative alla loro origine effettiva. Il modello di tale attestazione, allegato alla circolare, è riportato alla fine dell'articolo.

Il Ministero dello Sviluppo Economico però va oltre, arrivando addirittura a specificare le esatte dizioni da riportare nelle suddette appendici informative, con la precisazione che queste non necessariamente dovranno figurare sul prodotto o sulla sua confezione, potendo essere apposte anche su supporti amovibili (quali targhette o cartellini), da collocare là dove sono abitualmente riportate le indicazioni sulla qualità e caratteristiche dei prodotti considerati, in maniera distinta da queste ultime, e conformemente alla prassi del settore ed alle abitudini dei consumatori.

Per quanto riguarda le dizioni da riportare nell'appendice informativa, l'operatore ha a disposizione le seguenti possibilità:

- “prodotto fabbricato in...” (con l'aggiunta del nome del Paese dove è stata effettivamente prodotta la merce);
- “prodotto fabbricato in Paesi Extra-UE”;
- “Prodotto di provenienza Extra-UE”;
- “Prodotto importato da Paesi Extra-UE”;
- “Prodotto non fabbricato in Italia”.

Ma non finisce qui, perché il suddetto elenco viene riportato “a titolo esemplificativo”. Libero sfogo, dunque, alla creatività dell'operatore italiano, che avrà la possibilità di av-

venturarsi nella creazione di nuove formule da riportare in etichetta.

Si rimette inoltre alla libera scelta (o forse sarebbe più opportuno dire “alla libera coscienza”) del titolare o del licenziatario del marchio, la possibilità di provve-

edere all'apposizione di informazioni più puntuali riguardo l'origine o provenienza del prodotto, attraverso l'espressa indicazione del suo Paese di produzione o di fabbricazione (da apporre, ove possibile, direttamente sul prodotto o sulla sua confezione).

Qualora poi, per un motivo qualsiasi, non fosse materialmente possibile - anteriormente alla commercializzazione dei beni - inserire le indicazioni di cui sopra, il titolare o licenziatario del marchio potranno avvalersi di una specifica attestazione, da presentare all'ufficio doganale italiano di introduzione delle merci in allegato alla dichiarazione doganale, con cui si impegnano a rendere ai consumatori, in fase di commercializzazione, quelle informazioni relative all'origine estera dei prodotti in questione che sono state sottaciute all'atto della loro presentazione in dogana.

Anche in tal caso, nell'attestazione in oggetto, i soggetti in questione dovranno aver cura di utilizzare dizioni simili a quelle sopra riportate, in modo da evidenziare in maniera sufficientemente chiara il fatto che i beni in questione hanno un'origine estera, mentre per quanto riguarda le modalità di precisazione di tale origine, viene menzionata la possibilità di avvalersi di elementi amovibili quali hang-tags e similari, oltre che naturalmente di indicazioni apposte sullo stesso prodotto o sulla sua confezione, da collocare là dove sono abitualmente riportate le specifiche sulla qualità e le caratteristiche dello stesso, conformemente alla prassi del settore ed alle abitudini

dei suoi consumatori, come accennato più sopra.

Permangono invece tuttora i dubbi su cosa debba intendersi per "uso fallace o fuorviante di marchi aziendali ai sensi della disciplina sulle pratiche commerciali ingannevoli", disposizione oscura contenuta al comma 49 dell'art. 4 della l. 350/2003 (come modificato dall'art. 16, comma 8 del d.l. 135/2009) che rimanda alla casistica di cui all'art. 21 del d.lgs 2 agosto 2007, n. 146, elencante una serie di pratiche commerciali astrattamente qualificabili come "ingannevoli", in alcuni casi di dubbia applicabilità anche al marchio (come si fa ad es. a valutare se un marchio "è idoneo ad indurre in errore il consumatore medio" riguardo elementi quali l'esistenza o la natura del prodotto o le caratteristiche da esso possedute?).

Se, a rigore, l'ipotesi in oggetto dovrebbe realizzarsi in tutti quei casi in cui il marchio aziendale viene utilizzato in maniera impropria, al fine di spingere il consumatore ad associare alcune proprietà dei prodotti da esso contrassegnati a peculiari caratteristiche del luogo o territorio di sua vantata produzione (proprietà che in realtà non possiedono) non si può fare a meno di constatare come questa valutazione sia estremamente soggettiva: occorrerebbe dunque una precisazione da parte dell'amministrazione o dello stesso legislatore

sul suo significato. Una cosa tuttavia è certa: se il marchio genera confusione nel consumatore (in quanto, ad esempio, affiancato da segni, immagini, elementi grafici o simboli che in qualche modo richiamano nell'immaginario collettivo l'Italia) la precisazione che l'origine del prodotto non è italiana deve ritenersi sempre necessaria.

Le disposizioni di cui sopra non si applicano ai prodotti che alla data di entrata in vigore dei commi 49 bis e ter dell'art. 4, comma 49, l. 350/2004 (10 Novembre) erano già stati immessi nei circuiti commerciali e canali distributivi ed a quelli già realizzati e contrassegnati dal marchio prima di tale data. Tale circostanza, ovviamente, potrà essere oggetto di auto-certificazione.

I prodotti sottoposti a regimi sospensivi e quelli immessi in libera pratica, ma non destinati al mercato italiano (quindi che devono proseguire verso altri Stati membri) fuoriescono anch'essi dal campo di applicazione della normativa in oggetto, salva l'applicazione delle norme doganali in materia.

Infine, le indicazioni "realizzato interamente in Italia", "100% made in Italy", "100% Italia", "tutto italiano" e simili, vengono riservate ai soli prodotti per i quali le quattro fasi del: 1) disegno, 2) progettazione, 3) lavorazione e 4) confezionamento, sono cumulativamente realizzate sul territorio italiano, come prescritto

dall'art. 16 del d.l. n. 135/2009, ai commi da 1 a 4.

Riservandoci di approfondire ulteriormente la questione sull'efficacia della nuova normativa italiana relativa al "made in", così come interpretata dal Ministero dello Sviluppo Economico con la circolare in questione, ci limitiamo in questa sede a porci una semplice domanda. Non sarà forse, come lucidamente scrive il prof. Fabrizio Onida sul Sole 24 ore del 28 agosto 2009, che il confine tra l'imprenditore che dice di fare tutto in Italia e quello che fa tutto all'estero è oggi sempre più mobile e che uno strumento che tutela in maniera eccessivamente rigida le produzioni rigorosamente nazionali rischia di ritorcersi in futuro a sfavore della nostra industria?

Allora non sarebbe meglio, come suggerisce lo stesso Onida (vedasi anche il Corriere Economia del 12 ottobre 2009, "Un cartellino non fa la qualità") offrire incentivi ai nostri imprenditori per il rafforzamento del loro brand, ossia della reputazione di cui essi godono sul mercato (dato che è questa ad attribuire autorevolezza al prodotto, non la generica presenza sullo stesso della stampigliatura "Made in Italy") o meglio ancora, investire nella costruzione di un "brand Italia" unico e facilmente riconoscibile, nel quale tutte le produzioni di qualità a marchio nazionale possano riconoscersi, anziché premere per l'adozione di leggi che lascia-

**ISTOP SPAMAT** s.r.l.

70056 MOLFETTA - ITALY  
Via San Domenico, 1

Phones: (080) 3974444-33552664  
Telefax: (080) 3974474  
Mobile: 348 6562094  
E-mail: spamat@spamat.it



**SPAMAT** s.n.c.

70122 BARI - ITALY  
Corso A. de Tullio, 1 Banchina Massi

Phones: (080) 5213403 - 2460249  
Telefax: (080) 2460260  
Mobile: 346 3806614  
E-mail: spamatbari@spamat.it

**SHIPPING • FORWARDING • CHARTERING • STEVEDORING**

no il tempo che trovano? Come giustamente scrive Franco Morganti su Corriere Economia del 12 ottobre 2009 e più volte da noi evidenziato (vedasi "Il Doganalista", n. 4, luglio-agosto 2009, "Nuove disposizioni contro la contraffazione") senza una disciplina del Made In a livello comunitario, provvedimenti di tutela a livello nazionale, simili a quelli messi in campo da Parlamento e Governo italiani negli ultimi tempi, sono perfettamente inutili. L'unico modo efficace per affrontare questa tematica, allora, è approvare la nota proposta di Regolamento sull'etichettatura

obbligatoria di taluni prodotti importati da paesi terzi [COM(2005) 661 definitivo] che pende innanzi al legislatore comunitario dal lontano dicembre 2005. Tale proposta fra l'altro, lo scorso 23 ottobre, è stata ripresentata alla Commissione dal Comitato 133 (in cui sono rappresentati tutti i direttori incaricati del commercio estero dei governi degli Stati membri dell'UE) in una versione aggiornata che mira ora ad estendere l'obbligo di indicazione del marchio di origine ad una serie di prodotti industriali nei quali rientrano ben 10 categorie tipiche del Made in Italy,

tra cui le calzature, il tessile, la ceramica e la gioielleria.

Allora inutile prendersi in giro, e meglio iniziare ad assumere fin d'ora la consapevolezza del fatto che senza un quadro normativo omogeneo a livello comunitario in materia di indicazioni obbligatorie di origine/provenienza, ogni tentativo di tutela delle produzioni tipiche nazionali è destinato a risolversi nel nulla, con il rischio per di più di generare distorsioni di traffico a favore di Stati membri più lassisti. Forse è giunta l'ora di guardare avanti ed invertire questa tendenza.

Daniilo Desiderio

**ATTESTAZIONE ex art. 4, comma 49 bis L 350/2003**

**ALLEGATA ALLA DICHIARAZIONE DOGANALE N. \_\_\_\_\_ PRESENTATA IL \_\_\_\_\_**

Il sottoscritto

Cognome		Nome	
Nato a		Provincia	
in data		Cittadinanza	
Residente a		c.a.p.	
Via/piazza		n. civico	

in qualità di (*barrare con X la scelta*):

- Titolare del marchio \_\_\_\_\_ N. Reg. \_\_\_\_\_
- Licenziatario del marchio \_\_\_\_\_ N. Reg. \_\_\_\_\_
- Rappresentante legale dell'impresa titolare e/o licenziataria del marchio  
\_\_\_\_\_ N. Reg. \_\_\_\_\_

**DICHIARA**

sotto la propria responsabilità e nella consapevolezza che le dichiarazioni mendaci e la falsità in atti sono punite ai sensi del codice penale e delle leggi speciali in materia (art. 76 d.p.r. 445/2000):

sul presupposto dell'origine estera del prodotto, di impegnarsi, a propria cura, a rendere - in fase di commercializzazione dei beni di cui alla presente dichiarazione doganale n. \_\_\_\_\_, presentata il \_\_\_\_\_, tutte le informazioni relative alla origine estera del prodotto, secondo le seguenti modalità:

(*barrare con X la scelta*)

- Indicazione con appendice informativa
- Indicazione sul prodotto
- Indicazione sulla confezione
- Altro (specificare analiticamente i contenuti delle informazioni da rendere al consumatore).....

Data, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (Il Dichiarante)