



La produzione industriale e commerciale italiana, stimata in tutto il mondo, è sempre più un volano di crescita strategico per l'intero sistema-paese. La sua tutela è, allora, un compito primario di tutte le forze di polizia impegnate sul territorio, a salvaguardia dell'imprenditoria onesta

1. Il brand Italia: restare i primi della classe.

La parola *brand* ha un etimo germanico. Nel suo significato originale vuol dire “*tizzone ardente*”, esattamente come i marchi che “*a fuoco*” venivano impressi sui capi di bestiame per consentirne il riconoscimento. Il richiamo alla lucentezza del fuoco, col tempo, ha traslato il significato della parola che è stata, in seguito, usata anche per indicare lo scintillio delle sciabole sguainate (da cui il termine “*brandire*” e “*brando*”, sinonimo di spada). Quasi come se descrivesse una strategia normativa, la metamorfosi della parola *brand* suggerisce al suo interno due componenti essenziali, che vedremo nella tutela del *made in Italy*: la riconoscibilità di una merce o un prodotto, che *indelebilmente* ed *esclusivamente* appartiene a chi lo ha realizzato, e la necessità di brandire le armi della migliore tutela normativa possibile. Tutto questo, al fine di garantire un sistema di giustizia sociale che non sia solo effettivo, ma soprattutto efficace, e di cui ogni operatore di polizia è direttamente investito.

L'obiettivo del presente intervento è, allora, esattamente questo: fornire una guida rapida e pragmatica agli operatori di polizia impegnati quotidie sul territorio, a difesa dei cittadini in generale, e dell'imprenditoria onesta in particolare.

2. La tutela del *made in Italy*: griglia d'analisi

Sul tema della tutela del *made in Italy* lo *starting point* normativo è il comma 49, art. 4, della Legge 350/2003 (Finanziaria 2004)¹, che recita: “*L'importazione e l'esportazione a fini di commercializzazione ovvero la commercializzazione o la commissione di atti diretti in modo non equivoco alla commercializzazione di prodotti recanti false o fallaci indicazioni di provenienza o di origine costituisce reato ed è punita ai sensi dell'articolo 517 del codice penale*”². La costruzione della fattispecie del reato è peculiare e merita qualche considerazione utile per gli operatori di polizia.

Anzitutto: la *condotta*. A rilevare – infatti – non è solo l'importazione, l'esportazione o la commercializzazione dei prodotti



ma, estensivamente, il compimento di “atti diretti in modo non equivoco alla commercializzazione” degli stessi. La formulazione aperta del reato, senza qualificazione dell’elemento soggettivo, segna una sostanziale differenza rispetto ai reati contraffattivi di cui agli artt. 473 (“Contraffazione, alterazione o uso di segni distintivi di opere dell’ingegno o di prodotti industriali”) e 474 (“Introduzione nello Stato e commercio di prodotti con segni falsi”) del codice penale. Come noto, difatti, tali reati rispettivamente sanzionano le condotte commissive di:

- a. contraffazione o alterazione di marchi nazionale ed esteri di prodotti in Italia, nonché l’utilizzo e, naturalmente, l’introduzione nel territorio dello Stato di tali marchi³; ovvero
- b. detenzione per la vendita, messa in vendita o in circolazione dei prodotti⁴.

In particolare, l’ultima tipologia di condotta (sanzionata dall’art. 474 c.p.), al fine dell’integrazione dell’illecito, deve accompagnarsi *apertis verbis* al dolo specifico di “*trarne profitto*”. La mancata precisazione dell’elemento soggettivo anche nell’illecito a tutela del *made in*, si traduce in un arretramento della soglia di rilevanza penale, che considera configurato l’illecito *de quo* anche in presenza di un mero dolo generico.

Il compimento di *atti diretti in modo non equivoco alla commercializzazione* apre, come evidente, un ventaglio molto vasto di ipotesi operative. Potrebbe questo essere il caso, ad esempio, di un operatore di polizia che – durante un controllo stradale – rinvenga un considerevole quantitativo di merce recante false o fallaci indicazioni *made in Italy*, tali da far lecitamente presumere una destinazione a terzi dei prodotti. Tale deduzione, si lasci osservare, potrebbe essere efficacemente corroborata dalla titolarità, da parte del soggetto sottoposto a controllo, di una partita IVA, con la quale eserciti attività di commercializzazione di prodotti di consumo⁵.

La sanzione prevista, in tali casi, è quella dell’art. 517 del codice penale, che prevede la reclusione fino a due anni o la multa fino a 20.000 euro per “*chiunque pone in vendita, o mette altrimenti in circolazione opere dell’ingegno o segni distintivi nazionali o esteri, atti a indurre in inganno il compratore sull’origine, provenienza o qualità dell’opera o del prodotto (...)*”. Solare, quantomeno proceduralmente, la differenza (come corollario investigativo) con i citati reati contraffattivi

di cui agli articoli 473 e 474 del codice penale, per la cui repressione è previsto l’utilizzo del penetrante strumento delle intercettazioni di conversazioni o comunicazioni⁶.

In riferimento al *tempus commissi delicti* del reato, infine, la medesima disposizione specifica che le fattispecie *de quibus* sono integrate “*sin dalla presentazione dei prodotti o delle merci in dogana per l’immissione in consumo o in libera pratica*”: ben prima, dunque, della commercializzazione sul territorio e a prescindere da essa. Come evincibile dalla normativa di riferimento, infatti, è corpo del reato anche il prodotto ancora vincolato al regime doganale *di immissione in libera pratica*⁷, ovvero il prodotto che pur avendo assolto misure di politica commerciale ed altri dazi comunitari legalmente dovuti (necessari per l’acquisizione della posizione doganale di *merce comunitaria*), ma non abbia ancora scontato le imposte nazionali (pregiudiziali all’immissione in consumo *tout court*). Operativamente, nel corso di un controllo documentale su strada, tale posizione doganale è rappresentata con il codice “42” all’interno della casella nr. 37 del DAU (*Documento Amministrativo Unico*)⁸, che scorterà in tutto l’iter sul territorio della UE, la partita di merce fino al suo svincolo definitivo presso la dogana di destinazione.

3. Falsa e fallace indicazione: questione di immagine

In riferimento al corpo del reato, l’illecito si considera integrato qualora siano presenti sul prodotto, indifferentemente:

- “*false indicazioni*”, ovvero la stampigliatura “*Made in Italy*” su merci e prodotti non originari dell’Italia ai sensi della normativa comunitaria sull’origine;
- “*fallaci indicazioni*”, intendendosi per esse la gamma di segni, simboli, figure o *quant’altro* possa indurre a ritenere che il prodotto o la merce sia di origine italiana, “*anche qualora sia indicata l’origine e a provenienza estera dei prodotti o delle merci*”. Integra ugualmente il reato l’uso fallace o fuorviante di marchi aziendali ai sensi della disciplina sulle pratiche commerciali ingannevoli e salvo quanto previsto dal successivo comma 49 bis, in riferimento all’uso del marchio da parte del titolare o licenziatario⁹.

La nozione di “*fallace indicazione*” è stata oggetto di approfondimento da parte del giudice di Nomofilachia che, a più riprese, ha argomentato come la stessa sussista ogni qualvolta la merce presenti *caratteristiche, intrinseche od estrinseche, potenzialmente ingannatrici per il consumatore finale*¹⁰. Più in dettaglio, ci sembra di poter compendiare gli indirizzi espressi dal giudice di legittimità in due canoni fondamentali ai fini della valutazione dell’aderenza o meno del prodotto alla (seppur) stringente normativa del “*made in Italy*”, ovvero:

- a) la prevalenza dell’origine imprenditoriale del prodotto su quella *materiale*;
- b) la preferenza per un criterio sostanziale nella tutela del consumatore.

In riferimento al primo criterio, la giurisprudenza di legittimità italiana ha da tempo chiarito che la locuzione “*origine imprenditoriale del prodotto*” è non solo una nozione più ampia di “*origine geografica*”, ma che – *ex necessitate rei* – la stessa implica la nitida riconducibilità del manufatto industriale ad un



ben preciso e (pre)determinato *milieu* aziendale, connotato da modalità di produzione, requisiti qualitativi e strategie di distribuzione conosciute dal consumatore, alle quali egli si affida nella determinazione della sua volontà economica (viz. l'atto di acquisto)¹¹.

Non solo: la Corte di Cassazione, in significativi e numerosi frangenti della sua produzione, ha esacerbato l'impostazione testé compendiata arrivando a considerare anche l' "ambiente naturale circostante", il "trattamento", le "condizioni di lavoro" e le "tutele offerte" ai lavoratori, delle variabili strutturanti la scelta economica dell'acquirente, configurando così una sorta di diritto al consumo etico e consapevole¹².

Ancora, in merito al secondo criterio desumibile dall'orientamento della Suprema Corte, è cristallino come la tutela del "made in Italy", in un momento storico caratterizzato da un avvilente affanno del mercato di qualità, abbia assunto tinte decisamente sostanzialistiche, trascurando scaltri e subdoli aggiramenti della normativa di settore, per lo più perpetrati mediante precisazioni sull'origine inserite su parti difficilmente visibili dei manufatti o, addirittura, esterne agli stessi (e.g. *depliant*, fogli promozionali, libretti di istruzione *et similia*). Tale considerazione pare abbia animato anche la *voluntas legislatoris* nel momento in cui ha deciso – chirurgicamente – di inserire nel corpo del quarantanovesimo comma dell'art. 4 della Legge Finanziaria per il 2004, l'inciso che statuisce che è da ritenersi integrata una *fallace indicazione* (rilevante ai fini della normativa "made in Italy") anche qualora sia indicata l'origine o la provenienza delle merci¹³.

Per ultimare l'analisi della disposizione, occorre evidenziare, infine, che lo stesso 49esimo comma del citato articolo della Finanziaria 2004, prevede la regolarizzazione amministrativa delle condotte, distinguendo in base all'apposizione sul prodotto di:

a. una *fallace indicazione* delle merci, che può essere

sanata sul piano amministrativo con l'asportazione a cura ed a spese del contravventore dei segni o delle figure o di quant'altro induca a ritenere che si tratti di un prodotto di origine italiana;

b. una *fallace indicazione* sull'origine o sulla provenienza di prodotti o merci, che invece può essere sanata sul piano amministrativo attraverso l'esatta indicazione dell'origine o l'asportazione della stampigliatura "made in Italy".

4. Le novità del DL 135/2009: ulteriori tipologie di tutela

Ad arricchire la strategia di tutela della produzione commerciale ed industriale nazionale è intervenuto il D.L. 135/2009¹⁴ che, schematicamente, ha introdotto ulteriori due fattispecie rilevanti:

a. l'uso del marchio *fallace* da parte del titolare o licenziatario dello stesso (art. 4, comma 49 bis che configura, dogmaticamente, dunque, un reato proprio), non accompagnato da indicazioni di provenienza sufficienti e precise. In tal caso, al reato si associa la sanzione amministrativa pecuniaria 16 da 10.000 a 250.000 euro e la confisca amministrativa obbligatoria del prodotto (salvo, precisa il comma 49 *ter*, l'apposizione delle indicazioni di origine a cura e spese del titolare del marchio sul prodotto o sulla confezione o sui relativi documenti di corredo);

b. la tutela dei prodotti "interamente italiani" (disciplinati dall' art. 16 del D.L. 135/2009). Per tali prodotti si intende un manufatto "realizzato interamente in Italia (...), classificabile come made in Italy ai sensi della normativa vigente, e per il quale il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano" (comma 1). In tali casi "Chiunque fa uso di un'indicazione di vendita che presenti il prodotto come interamente realizzato in Italia, quale "100% made in Italy", "100% Italia", "tutto italiano", in qualunque lingua espressa, o altra che sia analogamente idonea ad ingenerare nel consumatore la convinzione della realizzazione interamente in Italia del prodotto, ovvero segni o figure che inducano la medesima fallace convinzione, al di fuori dei presupposti previsti nei commi 1 e 2, è punito, ferme restando le diverse sanzioni applicabili sulla base della normativa vigente, con le pene previste dall'art. 517 del codice penale, aumentate di un terzo" (comma 4).

In merito alle procedure di verbalizzazione amministrative, occorre precisare che – al di fuori delle zone di vigilanza doganale, dove sopravvive la competenza dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli – l'art. 43 del D.L. 22 giugno 2012, n. 83 ha disposto il trasferimento del potere sanzionatorio in materia di *Made in Italy* alle Camere di Commercio, sottraendola al Ministero per lo Sviluppo Economico (Mi.S.E.), mediante l'aggiunta del comma 49-*quater* all'art. 4 della L. 24 dicembre 2003, n. 350. Tale norma stabilisce che "Le Camere di commercio industria artigianato ed agricoltura territorialmente competenti ricevono il rapporto di cui all'articolo 17 della legge 24 novembre 1981, n. 689, ai fini dell'irrogazione delle sanzioni pecuniarie amministrative di cui al precedente comma 49-bis"¹⁶.

5. L'importanza di chiamarsi "Italia"

In un recente rapporto dal suggestivo titolo "I.T.A.L.I.A.

geografie del nuovo *made in Italy* 2017¹⁷, realizzato dalla fondazione *Symbola* in collaborazione con *UnionCamere*, è riportato un sondaggio Ipsos in cui si attesta che, tra 19 Paesi intervistati, il *brand* Italia è il terzo più riconosciuto al mondo, subito dopo il blocco anglo-americano di Stati Uniti e Regno Unito. Drivers del successo italiano sono, prima di tutto, la percezione della *qualità di vita* (per la quale il Bel Paese si posiziona al primo posto, seguito da Canada ed Australia) e, soprattutto, la *creatività e l'inventiva* (primo posto, davanti a Stati Uniti e Giappone).

Non si tratta solo di “*podì virtuali*”, il sistema *made in Italy* ha, infatti, consentito alla bilancia commerciale italiana di toccare, nel solo 2016, un nuovo *surplus record* con l'estero, raggiungendo i 51,6 miliardi di euro. Si tratta del quinto *surplus* commerciale manifatturiero al mondo: 90,5 miliardi di euro, dietro potenze come Cina, Germania, Corea del Sud e Giappone.

Basterebbero queste rapide pennellate per capire quanto la tutela della produzione commerciale ed industriale nazionale rappresenti un *bene comune* baricentrico per il sistema-paese. Un *asset* cruciale quanto vulnerabile, che il legislatore ha cercato nel tempo di guarnire con i presidi normativi agili, flessibili e (soprattutto) dissuasivi che abbiamo esaminato.

Armi che il diritto positivo ha forgiato, ma che spetta agli operatori di polizia *brandire* con impegno e professionalità. ■

***Capitano della Guardia di Finanza
savastano.lorenzo@gdf.it**

Note

1 Legge 24 dicembre 2003, n. 350, recante: “Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato”, il cui art. 4 è rubricato “Finanziamento agli investimenti”.

2 Attualmente, l'art. 517 del codice penale, prevede una pena che varia dalla reclusione fino ai due anni alla multa fino ai 20.000 euro.

3 Reclusione da sei mesi a tre anni e con la multa da euro 2.500 a euro 25.000, o reclusione da uno a quattro anni e della multa da euro 3.500 a euro 35.000, qualora il reato riguardi brevetti, disegni o modelli industriali nazionali o esteri.

4 In quest'ultimo caso, l'introduzione in Italia di prodotti contraffatti deve essere accompagnata dal dolo specifico di trarne profitto (v. *ultra*).

5 Tale circostanza potrebbe essere agevolmente verificata mediante mirate interrogazioni alle banche dati in uso all'Amministrazione finanziaria (ad es. la banca dati dell'Agenzia delle Entrate “Serpico”).

6 Essendo tali reati espressamente elencati all'art. 266, comma 1, lett. f-ter) del codice di procedura penale.

7 Cfr. Art. 5, punto 16 del Reg. (UE) 952/2013 (Codice doganale dell'Unione); art. 4, punto 16 - artt. 79/83 del Reg. (CEE) 2913/1992 (Codice Doganale Comunitario); artt. 218, 225, 230, 237 del Reg. (CEE) 2454/93 (Disposizioni d'applicazione del Codice Doganale Comunitario).

8 Il Documento Amministrativo Unico (DAU) è un formulario avente precise caratteristiche previste dalla normativa comunitaria. Esso costituisce di per sé la dichiarazione doganale, per tutti i regimi doganali e le destinazioni doganali utilizzati dagli operatori. La sua applicazione è stata disciplinata dal Reg. Cee 2454/93, che reca modalità di applicazione del Codice Doganale Comunitario (Reg. CE 952/13)

9 Sul punto, si rimanda a quanto verrà a breve detto sulle importanti novità in materia, introdotte dal D.L. 135/2009.

10 Ex pluribus: Sentt. Cass. n. 3352/2005 (FRO); 13712/2005 (IGAM); 2648/2006 (TASCI); 3669/2006 (MODA LISA); 21797/2006 (VIDIVICI); 24043/2006 (B&D); 8684/2007 (ITALIAN DESIGN); 35720/2007 (FILA); 166/2008 (GRIFFE MONTENAPOLEONE); 2466/2008 (CILLIGARIS); 27063/2008 (SYNERGIE GROUP).

11 Su tutte: Sentt. Cass. n. 3352/2005 (FRO) e 34103/2005 (IGAM). In ambedue i casi, la Cassazione, soffermandosi sulla nozione di fallace indicazione, ha ribadito il principio per cui, in genere, relativamente ai prodotti industriali, la cui qualità dipende dalla affidabilità tecnica del produttore, per origine o provenienza del prodotto deve intendersi la sua origine imprenditoriale, cioè la sua fabbricazione da parte di un imprenditore che assume la responsabilità giuridica, economica e tecnica del processo produttivo.

12 Su tutti: Tribunale di Varese del 31/1/2006, che *expressis verbis* ha sancito che: “la più recente scelta legislativa esplicita, intesa ad imporre una corretta e veritiera informazione anche sulla materialità della produzione, tutela inoltre l'interesse, di sicuro rilievo sociale, del cittadino ad esercitare un vaglio critico – nelle proprie opzioni di consumo – anche in funzione delle scelte di strategia aziendale produttiva adottate dall'imprenditore, attribuendosi rilievo non insignificante – dal punto di vista del giudizio che ciascuno è chiamato a formulare sul prodotto finale – al luogo della produzione ed alle, spesso connesse, condizioni materiali di impiego dei fattori produttivi con cui è stato realizzato, e quindi ad esempio, a valutare gli effetti della produzione sull'ambiente naturale circostante oppure il trattamento, le condizioni di lavoro e le tutele offerte alle persone impiegate nella produzione”.

13 Cfr. art. 4, l. 350/2003: “49. (...) costituisce fallace indicazione, anche qualora sia indicata l'origine e la provenienza estera dei prodotti o delle merci, l'uso di segni, figure, o quant'altro possa indurre il consumatore a ritenere che il prodotto o la merce sia di origine italiana incluso l'uso fallace o fuorviante di marchi aziendali ai sensi della disciplina sulle pratiche commerciali ingannevoli (...)”.

14 Decreto Legge n. 135 del 25 settembre 2009, recante: “Disposizioni urgenti per l'attuazione di obblighi comunitari e per l'esecuzione di sentenze della Corte di giustizia delle Comunità europee”, il cui art. 16 è rubricato “Made in Italy e prodotti interamente italiani”.

15 Sul doppio binario sanzionatorio si sono espresse, da ultimo, le Sentt. Cass., III Sez., n. 54521/2016; Cass., IV Sez., n. 25030/2017; Cass., III Sez., n. 21256/2016.

16 Le modalità applicative dell'art. 4, comma 49-bis della integrata L. n. 350/2003 sono fissate dalla circolare esplicativa del MISE n. 124898 del 9 novembre 2009 e nella nota n. del 6 agosto 2012, prot. 173529.

17 Reperibile sul sito della fondazione SYMBOLA: <http://www.symbola.net>.