

La Federazione

informazione quotidiana sull'attività regionale

22/10/20

Il fashion italiano falso vale 5,2 mld l'anno

Secco: "Il "nostro" spettacolo Tuttofalso ancora attualissimo! Vorrei una maggiore unità di intenti a livello nazionale per non disperdere le forze"



La contraffazione? Una piaga! Dopo anni di battaglie su ipotetiche leggi, task force e controlli, **-afferma Giuliano Secco Presidente della Federazione Moda di Confartigianato Veneto** in occasione della settimana Anticontraffazione, attualmente in corso fino al 25 ottobre - nel 2013 abbiamo provato a cambiare obiettivo. Se non riesci a distruggerli ... togli loro il mercato. E' nato così il progetto voluto dal Tavolo Veneto della Moda (Confartigianato, Cna, Confindustria, Confcommercio e Confesercenti del Veneto) di produrre e promuovere, grazie al decisivo contributo della Regione Veneto, lo spettacolo Tuttofalso, scritto da Andrea Guolo e interpretato da Tiziana di Masi. Sette anni di tour, più di 250 repliche in tutta Italia. Migliaia di cittadini coinvolti e tantissimi studenti con la collaborazione degli istituti scolastici. Una idea innovativa che è, oggi, ancora attualissima. La lotta contro il falso per la difesa del vero Made in Italy è una battaglia principalmente culturale. In questa settimana che è proprio quella anticontraffazione, ci tengo però **-prosegue** - a fare un appello: vorrei una maggiore unità di intenti a livello nazionale per non disperdere le forze. Sono tante le iniziative, i progetti, le manifestazioni. Ma troppo disarticolate tra loro e il Governo sembra non prenderne mai sul serio nessuna. I dati appena pubblicati dall'OCSE purtroppo ne sono un drammatico conferma".

Il valore del commercio mondiale di prodotti italiani contraffatti dei settori tessile, moda e accessorio, stima l'OCSE, ammonta a 5,2 miliardi di euro. Il mercato nero dei prodotti del fashion made in Italy è una piaga per l'economia nazionale, che causa alle aziende manifatturiere italiane 1,3 miliardi di euro di danni per le mancate vendite, e danni ai consumatori, convinti di acquistare un prodotto autentico, 1,4 miliardi di

euro. Senza contare che la contraffazione genera anche un impatto negativo indiretto in termini di riciclaggio di denaro, evasione fiscale, sfruttamento del lavoro illegale e sostenibilità ambientale delle produzioni.

"Negli ultimi anni **-precisa** - la lotta alla contraffazione si è inasprita, passando dai 26 milioni di articoli sequestrati nel 2016 agli oltre 52 nel 2018. Dei sequestri effettuati, il 25,4% riguarda articoli del settore abbigliamento, il 34,2% accessorio, il 16% calzaturiero, il 7,3% gioielleria e il 3,3% occhialeria. Ma non basta. Non mi stancherò mai di proporre quanto abbiamo sintetizzato ad ottobre dello scorso anno alla conclusione del nostro importante seminario sul lato oscuro della moda tenuto a Treviso **-conclude Giuliano Secco-**: dobbiamo tutti puntare ad avere regole realmente applicabili e ad attuare un cambiamento culturale, sia a livello di operatori, che di legislatori e controllori. Ed è proprio di leggi che abbiano "gambe sulle quali camminare" che dobbiamo iniziare a parlare. Innanzi tutto estendendo la "buona pratica" adottata a Prato di applicazione dell'articolo 603 bis del codice penale introdotto nell'ottobre 2016 con la legge 199, che ha riscritto il reato di "intermediazione



Confartigianato
Imprese Veneto

La Federazione

informazione quotidiana sull'attività regionale

22/10/20

illecita e sfruttamento del lavoro”. Secondo presentando al Ministero della Giustizia un progetto di riforma dei reati in materia di lavoro nero e contraffazione nel sistema moda. Il problema non è solo elaborare delle buone norme, ma anche farle applicare con i controlli, con il processo e con una cultura della legalità degna di questo nome. Una normativa che dovrà essere imperniata sulla figura del consumatore finale. La frode va sanzionata in quanto lesiva soprattutto degli interessi del destinatario ultimo del prodotto. E, sempre pensando al consumatore, che preveda la valorizzazione dell'etichetta parlante, comprensibile e trasparente, che faccia realmente cogliere cosa c'è dietro il prodotto e quale sia il suo valore in termini di rispetto dei principi etici e sociali. Un controllo della concorrenza sleale che sia trampolino di lancio per affrontare il tema del giusto compenso”.