

Prefazione

di *Vittoria Luda di Cortemiglia**

Lo studio *Arte, moda e geopolitica. Come guerre e contraffazione minacciano il Made in Italy* si incentra su tre temi solo apparentemente complementari o addirittura distanti tra loro per evidenziare la necessità che il Made in Italy sia oggetto di una tutela e di una protezione omnicomprensiva e a tutto tondo. Di pari passo emerge chiaramente l'importanza di una comprensione più profonda di queste problematiche, non solo da parte degli «addetti ai lavori», ma anche del «grande pubblico», affinché si superi il malinteso che la contraffazione sia un fenomeno a basso rischio e di rilevanza sociale inferiore rispetto ad altri reati.

Le tre sezioni dello studio analizzano aspetti spesso inesplorati dell'arte e della moda, presentando ricerche aggiornate e interessanti casi studio concreti, in cui questi *asset* diventano vere e proprie «vittime di guerra», soggetti di negoziazioni diplomatiche, geopolitiche e commerciali, oltre che «terreno di conquista» per criminali e falsari di vario tipo e per la criminalità organizzata. Gli autori propongono soluzioni comparate, sia giuridiche che tecnologiche in una prospettiva multidisciplinare e operativa.

Lo studio parte dal presupposto che il Made in Italy – sinonimo di bellezza, raffinatezza e alta qualità – sia assimilabile a un vero e proprio *brand* che gode di enorme prestigio internazionale. L'Italia offre uno dei patrimoni culturali più importanti al mondo. La sua storia, i suoi variegati paesaggi unitamente ai rinomati prodotti del settore agroalimentare, hanno reso l'Italia uno dei cinque paesi più visitati al mondo. In base al cosiddetto effetto *country of origin*, tre persone su quattro preferiscono acquistare prodotti quando conoscono in quale paese sono stati creati. Dunque, il Made in Italy come sinonimo anche di garanzia di qualità ed eccellenza.

* Senior Expert per le Nazioni Unite in materia di criminalità organizzata e traffici illeciti.

Tuttavia, come risulta chiaro dallo studio, per quanto da anni si siano impiegati sforzi notevoli per mettere in atto strategie di salvaguardia di questo *brand*, i fenomeni legati alla contraffazione e al mercato del falso sono estremamente diffusi. I prodotti italiani vantano un'ottima reputazione e diventano quindi obiettivi estremamente redditizi per i contraffattori, in particolare nei principali settori manifatturieri italiani, quali quello della moda (in particolare abbigliamento, calzature e pelletteria), ma anche – come vedremo – nel mondo dell'arte.

L'Italia è uno degli Stati europei maggiormente colpiti dal fenomeno della contraffazione sia come paese produttore sia come paese consumatore. Secondo le stime dell'OSCE (Organizzazione per la Sicurezza e la Cooperazione in Europa)¹, nel 2019 il volume del commercio internazionale dei prodotti contraffatti e piratati ha raggiunto un giro d'affari del valore di 464 miliardi di dollari, equivalente all'incirca al 2,5% del commercio mondiale. Per quanto concerne l'Italia, nello stesso anno, le importazioni di merci contraffatte e piratate sono stati pari a 8,7 miliardi di euro (ovvero, i prodotti falsi rappresentavano il 2,1% delle importazioni italiane).

Accanto alle importazioni di prodotti falsi dall'estero esiste però anche un florido mercato della contraffazione nazionale, «alimentato da veri e propri poli produttivi sul territorio, organizzati per gestire ogni singola fase del più ampio processo che conduce all'immissione in consumo dei generi contraffatti, dall'importazione della materia prima all'assemblaggio, dallo stoccaggio alla vendita»². In altre circostanze, alcuni passaggi del processo produttivo sono condotti all'estero, e nel territorio della Repubblica avviene solo l'assemblaggio del prodotto finale e la commercializzazione attraverso reti più o meno strutturate di intermediari o venditori.

Sebbene non si tratti affatto di un fenomeno recente, la contraffazione si manifesta oggi in forme indubbiamente diverse da quelle finora conosciute. Innanzitutto, assistiamo all'infiltrazione di enormi quantità di prodotti falsi commerciati in pressoché tutti i mercati del mondo. Nessuna tipologia di prodotti ne è esclusa. L'e-commerce da un lato e le nuove tecnologie dall'altro – intelligenza artificiale³, stampa in 3D e altre – hanno contribuito a imprimere un'ulteriore accelerazione a un fenomeno già in costante crescita.

¹ «Il commercio di beni contraffatti e l'economia italiana», UIBM, OECD, Ministero dello sviluppo economico, 2021.

² «Lotta alla contraffazione e tutela del Made in Italy», Documento di Analisi n. 5, Ufficio Valutazione Impatto, Senato della Repubblica, 2017.

³ M. Musumeci, V. Luda di Cortemiglia, J. Zacharia, M. Diaz, «Study on the Impact of Artificial Intelligence on the Infringement and Enforcement of Copyright and Design», EUIPO, 2022.

La tipologia della contraffazione in Italia varia notevolmente da settore a settore. Lo studio esamina nello specifico il mondo della moda e quello dell'arte, presentandone gli aspetti specifici e fornendo una dettagliata quanto lucida analisi dei rischi ma anche delle soluzioni possibili.

La moda italiana beneficia ancora – sebbene molte note *maison* italiane siano passate in mano straniera – di una straordinaria reputazione nel panorama internazionale ed è fonte di grande ispirazione per stilisti, imprenditori e consumatori di tutto il mondo. Non si può credere sia un caso che la più conosciuta fashion influencer a livello mondiale sia l'italiana Chiara Ferragni.

Malgrado i postumi della crisi pandemica e l'attuale contesto geopolitico, i dati inerenti alle esportazioni italiane sono stati superiori alle aspettative, andando oltre quota 600 miliardi secondo le rilevazioni ISTAT per il 2022. Tra i settori maggiormente in crescita, oltre a quello del food & beverage, il settore abbigliamento continua a essere in forte espansione.

Nonostante siano stati attuati diversi meccanismi di intervento da parte dell'Unione Europea e a dispetto dello scrupoloso apparato giuridico italiano, molti sono ancora i fenomeni legati alla contraffazione nel mondo della moda, nei quali si sfrutta illegalmente il brand del Made in Italy per la vendita di prodotti spesso di scarsa qualità con ingenti perdite e danni sia economici che d'immagine per il nostro paese.

Lo studio analizza come i prodotti contraffatti vengano smerciati sia attraverso canali illegali – facendo talvolta leva su rotte e filiere già ampiamente utilizzate per altri traffici illeciti – ma spesso anche infiltrando la *supply chain* legale. Si tratta di un mercato divenuto altamente sofisticato e specializzato con ramificazioni in diversi paesi: in molti casi è difficile distinguere i prodotti falsi dai prodotti originali.

Simile, sebbene molto specifico, è il discorso relativo al mondo dell'arte. Come suggerito da una ricerca del 2021⁴, il mercato dell'arte è il terzo al mondo per volume di illeciti, dopo il traffico di armi e droga. Il Bel Paese detiene, com'è noto, il maggior numero di siti riconosciuti come Patrimonio Mondiale dell'Umanità dall'UNESCO. Immensa è la ricchezza di opere d'arte di ogni epoca su tutto il territorio nazionale. Secondo NOMISMA⁵, il mondo dell'arte italiano ha un valore che nel 2019 si aggirava intorno ai 1,46 miliardi di euro.

⁴ M. Bonafoni, V. Mancini, G. Prezioso, «La contraffazione in Italia», Rome Business School, 2022.

⁵ «Il valore dell'Industry dell'arte in Italia», Nomisma, 2021.

Tale immensa fortuna, tuttavia «si è rivelata un vero e proprio “male dell’abbondanza”»⁶. Oltre a scavi clandestini, furti e traffico illegale, in Italia, ogni giorno vengono vendute quattro opere d’arte contraffatte: furono 1.547 nel 2020 in crescita rispetto alle 1.083 dell’anno precedente⁷. Le cosiddette archeomafie sono anche note per l’utilizzo che fanno dell’arte come settore per riciclare il denaro, o per l’utilizzo dei beni trafugati come moneta di scambio per partite di droga e armi, come mezzo di ricatto nei confronti dello Stato.

Il tema della contraffazione delle opere d’arte ha una storia, si può dire, quasi millenaria. L’ordinamento italiano prevede una specifica tutela penale alle opere d’arte sanzionando con pene severe la loro contraffazione, secondo le disposizioni contenute nel titolo VIII-*bis* del codice penale, intitolato «Dei delitti contro il patrimonio culturale», introdotto dalla recente riforma del 2022.

Tuttavia, a prescindere dal settore colpito, la comprensione della gravità di questi fenomeni e dell’impatto che essi hanno non solo sulla qualità dei prodotti o sulle aziende colpite, ma anche sull’economia di interi settori e sul Made in Italy nel suo insieme è ancora molto carente: il 62% dei prodotti importati contraffatti e piratati, in Italia nel 2019, è stato venduto a consumatori consapevoli di acquistare prodotti falsi⁸.

Questo dato è solo apparentemente di scarsa rilevanza, perché è noto come la percezione della pericolosità di un fenomeno criminale spesso influisca fortemente sulle risorse che lo Stato e le forze dell’ordine dedicano a contrastarlo.

Da ultimo, ma non per importanza, è l’analisi condotta dagli autori sul ruolo che gioca la geopolitica, prendendo spunto da guerre del passato per poi far riferimento a episodi legati alla più recente guerra in Ucraina. Le evidenze ci portano a constatare con chiarezza che l’arte è spesso anche una vittima a sé stante nei periodi di guerra. Ne sono esempio le vituperate razzie dei nazisti operate in tutto il continente europeo durante la Seconda guerra mondiale, o il ricatto che Napoleone tese al Papa per risparmiarlo da una rischiosa marcia su Roma – a fronte della consegna di «500 manoscritti e 100 opere d’arte»⁹.

I profitti ingenti provenienti dalla contraffazione, il difficoltoso monitoraggio dei traffici e l’individuazione dei carichi sospetti, affiancati alla scarsa

⁶ G. Ceschi, «Il ruolo della criminalità organizzata nel traffico illecito di opere d’arte», *Rivista di Studi e Ricerche sulla Criminalità Organizzata*, 2021.

⁷ Bonafoni, Mancini, Prezioso, «La contraffazione in Italia», cit.

⁸ «Il Commercio di beni contraffatti e l’economia italiana», cit.

⁹ Bonafoni, Mancini, Prezioso, «La contraffazione in Italia», cit.

percezione sociale della gravità dei fenomeni ad essa correlati, rendono questo business altamente attrattivo per la criminalità. È ormai noto il nesso tra i reati relativi alla contraffazione con altri reati gravi quali il traffico di droga, il riciclaggio di denaro e la corruzione.

In Italia, la conoscenza di questi fenomeni criminali si è andata consolidando nel tempo e, a oggi, possiamo rilevare come la consapevolezza della vulnerabilità del Made in Italy sia nota alle forze dell'ordine e alle istituzioni da diversi anni. La cooperazione tra diversi enti e istituzioni si è via via intensificata. L'arsenale giuridico di cui dispone il nostro paese è tra i più efficaci a livello europeo, come comprovato anche dagli eccellenti risultati ottenuti dagli organi inquirenti e dalle forze di polizia e dogane coinvolti. Occorre, però, una cooperazione che vada oltre i confini nazionali.

Anche a livello europeo ha preso piede una coscienza crescente della gravità di questi fenomeni. Nel 2021 il Consiglio dell'Unione Europea ha individuato i reati in materia di proprietà intellettuale e la contraffazione tra le dieci priorità dell'Unione per la lotta alla criminalità organizzata e alle forme gravi di criminalità. A tal fine, nel periodo 2022-2025 i paesi membri dell'UE si sono impegnati a mettere in campo azioni sinergiche di prevenzione e contrasto attraverso la piattaforma multidisciplinare europea EMPACT per il contrasto alle minacce della criminalità.

In quest'ambito, oltre alla pianificazione ed esecuzione di azioni congiunte di indagine e contrasto, l'Osservatorio Europeo per la Proprietà Intellettuale (EUIPO) con l'Eurojust e l'Europol stanno portando avanti iniziative volte allo scambio di informazioni, esperienze e materiali di formazione tra paesi. Tali azioni consentiranno da un lato l'approfondimento del fenomeno e la consapevolezza del coinvolgimento crescente delle mafie in questo settore ma, dall'altro lato, anche la condivisione delle migliori tecniche investigative e di indagine giudiziaria.

Salvaguardare il Made in Italy dalle attuali minacce richiede uno sguardo tanto serio quanto ampio. Dal canto nostro, siamo certi che occorra intervenire con decisione a tutti i livelli e con approccio quanto più possibile multidisciplinare, partendo anche dalla formazione delle giovani generazioni, consumatori già oggi, ma anche professionisti e operatori del diritto di domani.