



CAMERA di COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA MONZA BRIANZA

0392807521 – 0392807511

“Made in Italy” da difendere per il 99% degli imprenditori italiani, soprattutto attraverso tracciabilità del prodotto e maggiori controlli

“TAROCCHI” E CONTRAFFAZIONE FANNO PERDERE QUASI 50 MILIARDI DI EURO ALLE IMPRESE ITALIANE IN UN ANNO

E in Italia ammontano ad oltre 7,5 miliardi di Euro all’anno gli investimenti in innovazione attraverso la registrazione di marchi e brevetti

Monza, 19 gennaio 2010. Le imprese italiane investono in un anno in innovazione, attraverso la registrazione di invenzioni, marchi e brevetti oltre 7,5 miliardi di Euro. Un patrimonio di idee a rischio di imitazioni illecite: complessivamente contraffazioni, copie pirata e prodotti taroccati costano alle imprese italiane quasi 50 miliardi di Euro all’anno, vale a dire circa 16 mila Euro a impresa. Un danno economico che tocca nel nostro Paese, direttamente o indirettamente, circa la metà delle imprese e che si ripercuote soprattutto in Lombardia, dove gli imprenditori perdono annualmente, a causa della contraffazione, quasi 10 miliardi di Euro. Perdite che fanno ritenere la difesa del “Made in Italy” una priorità dalla quasi totalità degli imprenditori italiani (99,4%), una difesa da attuare attraverso azioni mirate quali la tracciabilità del prodotto (75,9%), maggiori controlli (52,6%) e l’etichetta obbligatoria (38,3%). E la maggioranza degli italiani (94,8%) è convinta che il “Made in Italy” debba essere rigoroso, vale a dire debba prevedere sia l’ideazione che il confezionamento in Italia. E’ quanto emerge da una stima e dalla indagine “Oltre il Made in Italy”, condotte dall’Ufficio studi della **Camera di commercio di Monza e Brianza**. *“La contraffazione - ha dichiarato Carlo Edoardo Valli, Presidente della Camera di commercio di Monza e Brianza - e, più in generale l’abusivismo, non provocano soltanto un danno economico ma rappresentano un problema sociale sempre più preoccupante. Occorre un’alleanza sulla qualità che parta dai produttori, coinvolga i distributori e arrivi fino ai consumatori. Come Camera di commercio siamo impegnati nel rafforzare il Made in Italy, e nel caso specifico il Made in Brianza, attraverso iniziative specifiche, come il passaporto del mobile, che promuovano l’intera filiera, dalle materie prime al design, e con i controlli di qualità che svolgiamo quotidianamente sui prodotti non a norma.”* E di Made in Italy, proprietà intellettuale e contraffazione si è parlato oggi durante il convegno **“Oltre il Made in Italy. Proprietà intellettuale valore aggiunto per il sistema Italia: marchi, brevetti, modelli, contraffazione e Made in”**, che si è tenuto oggi a Monza presso l’Hotel de la Ville, dove sono intervenuti, fra gli altri, il Ministro per le Politiche Europee Andrea Ronchi, Margot Froehlinger della Commissione Europea, il Presidente della Camera di commercio di Monza e Brianza Carlo Edoardo Valli.

I risultati dell’indagine in Italia

Che cosa è il “Made in Italy”? Per la maggioranza degli imprenditori italiani (57,8%) il “Made in Italy” rappresenta i prodotti fabbricati in Italia, quindi è riconosciuto come l’espressione dello

stile italiano (24,3%) e come garanzia di qualità (17,9%). Ed è proprio la qualità l'elemento che caratterizza il "made in Italy" per il 69,5% degli imprenditori italiani, seguita dall'eleganza e dalla bellezza.

La difesa del Made in Italy La difesa del "Made in Italy" è considerata una priorità dalla quasi totalità degli imprenditori italiani (99,4%), una difesa da attuare attraverso azioni mirate quali la tracciabilità del prodotto (75,9%), maggiori controlli (52,6%) e l'etichetta obbligatoria (38,3%). E il 94,8% degli italiani sono convinti che il "Made in Italy" debba essere rigoroso, vale a dire debba prevedere sia l'ideazione che il confezionamento in Italia.

I risultati dell'indagine in Lombardia

In Lombardia le perdite economiche causate dalla contraffazione sono stimate in quasi 10 miliardi di Euro, distribuiti tra le imprese milanesi (oltre 3 miliardi di Euro), bresciane (oltre 1 miliardo e mezzo di Euro), bergamasche (quasi 900 milioni), varesotte (oltre 800 milioni) e brianzole (quasi 700 milioni). Prodotti contraffatti e copie pirata che imitano illegalmente invenzioni, marchi e brevetti, per i quali le imprese lombarde investono in un anno quasi 1.600.000.000 Euro, distribuiti tra le imprese milanesi (671 milioni di Euro), bresciane (224 milioni), bergamasche (199 milioni), brianzole (124 milioni) e varesotte (oltre 110 milioni).

Che cosa è il "Made in Italy"? Per la maggioranza degli imprenditori lombardi (58,9%) il "Made in Italy" rappresenta i prodotti fabbricati in Italia, quindi è riconosciuto come l'espressione dello stile italiano (23,8%) e come garanzia di qualità (17,3%). Ed è proprio la qualità l'elemento che caratterizza il "made in Italy" per il 69,2% degli imprenditori lombardi, seguita dall'eleganza e dalla bellezza.

La difesa del Made in Italy La difesa del "Made in Italy" è considerata una priorità dalla quasi totalità degli imprenditori lombardi (99,5%), una difesa da attuare attraverso azioni mirate quali la tracciabilità del prodotto (75,4%), maggiori controlli (52,8%) e l'etichetta obbligatoria (37,9%). E il 94,5% dei lombardi sono convinti che il "Made in Italy" debba essere rigoroso, vale a dire debba prevedere sia l'ideazione che il confezionamento in Italia.

Perdite economiche per le imprese causate dalla contraffazione, valori espressi in Euro

ITALIA	LOMBARDIA	MILANO	MONZA E BRIANZA	BERGAMO	BRESCIA	COMO	VARESE	LECCO
45.926.595.000	9.447.462.000	3.171.751.000	692.606.000	893.026.000	1.584.445.000	548.121.000	839.773.000	246.841.000

Fonte: Stima dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza su indagine "Oltre il Made in Italy", realizzata dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, che ha coinvolto oltre 1200 imprese e dati Istat, Tagliacarne

Investimenti delle imprese destinati a innovazione (registrazione di marchi e brevetti), valori espressi in Euro

ITALIA	LOMBARDIA	MILANO	MONZA E BRIANZA	BERGAMO	BRESCIA	COMO	VARESE	LECCO
7.528.620.000	1.544.481.000	671.054.000	124.153.000	199.019.000	224.493.000	39.550.000	110.361.000	50.188.000

Fonte: Stima dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza su indagine "Oltre il Made in Italy", realizzata dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, che ha coinvolto oltre 1200 imprese e dati Istat, Tagliacarne

Cos'è per lei il Made in Italy (%)

	ITALIA	LOMBARDIA	MILANO	MONZA E BRIANZA	BERGAMO	BRESCIA	COMO	VARESE	LECCO
I prodotti fabbricati in Italia	57,8	58,9	54,9	61,5	64,8	59,7	57,8	67,6	58,2
Un'espressione dello stile italiano	24,3	23,8	28,3	21,3	20,4	20,9	23,3	18,1	30,9
Una garanzia di qualità	17,9	17,3	16,8	17,2	14,8	19,4	18,9	14,3	10,9

Fonte: Indagine "Oltre il Made in Italy", realizzata dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, che ha coinvolto oltre 1200 imprese

Per lei quale elemento caratterizza il “Made in Italy” (%)

	ITALIA	LOMBARDIA	MILANO	MONZA E BRIANZA	BERGAMO	BRESCIA	COMO	VARESE	LECCO
La qualità	69,5	69,2	62,9	70,1	75,9	73,1	74,4	74,3	69,1
L'affidabilità	6,6	6,9	8,8	5,7	4,6	7,5	7,8	4,8	3,6
L'eleganza e la bellezza	23,9	23,9	28,3	24,1	19,4	19,4	17,8	21	27,3

Fonte: Indagine “Oltre il Made in Italy”, realizzata dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, che ha coinvolto oltre 1200 imprese

È d'accordo con la difesa del “Made in Italy” (%)

	ITALIA	LOMBARDIA	MILANO	MONZA E BRIANZA	BERGAMO	BRESCIA	COMO	VARESE	LECCO
Sì	99,4	99,5	99,7	98,9	99,1	98,5	100	100	100
No	0,6	0,5	0,3	1,1	0,9	1,5	-	-	-

Fonte: Indagine “Oltre il Made in Italy”, realizzata dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, che ha coinvolto oltre 1200 imprese

È a favore di un “Made in Italy”... (%)

	ITALIA	LOMBARDIA	MILANO	MONZA E BRIANZA	BERGAMO	BRESCIA	COMO	VARESE	LECCO
Rigoroso: come ideazione e confezionamento in Italia	94,8	94,5	94,2	92,5	96,3	95,5	96,7	94,3	96,4
Solo come confezionamento in Italia	2,2	2,4	2,2	3,4	0,9	1,5	3,3	4,8	1,8
Solo come ideazione in Italia	2,7	2,9	3,3	4	1,9	3	-	1	1,8
Sono contrario	0,2	0,2	0,3	-	0,9	-	-	-	-

Fonte: Indagine “Oltre il Made in Italy”, realizzata dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, che ha coinvolto oltre 1200 imprese

Quali sono le azioni che ritiene utili per la difesa del “Made in Italy” (risposta multipla) (%)

	ITALIA	LOMBARDIA	MILANO	MONZA E BRIANZA	BERGAMO	BRESCIA	COMO	VARESE	LECCO
La tracciabilità del prodotto	75,9	75,4	77,2	71,3	76,9	73,1	81,1	72,4	65,5
Maggiori controlli	52,6	52,8	50	55,7	46,3	58,2	61,1	56,2	61,8
Un'etichetta intelligente	23,5	22,7	24,2	21,8	25	26,9	12,2	21	16,4
Un'etichetta obbligatoria	38,3	37,9	39	36,8	30,6	56,7	41,1	41,9	27,3
Il marchio collettivo	17,2	16,7	19	17,8	13,9	13,4	15,6	14,3	14,5

Fonte: Indagine “Oltre il Made in Italy”, realizzata dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, che ha coinvolto oltre 1200 imprese

È d'accordo con l'idea di tracciabilità dei prodotti? (%)

	ITALIA	LOMBARDIA	MILANO	MONZA E BRIANZA	BERGAMO	BRESCIA	COMO	VARESE	LECCO
Sì, dovrebbe essere obbligatoria	93,6	93,4	94,8	89,7	94,4	97	91,1	95,2	90,9
Sì, dovrebbe essere volontaria	5,4	5,4	4,7	8	5,6	1,5	7,8	4,8	5,5
No	1	1,1	0,5	2,3	-	1,5	1,1	-	3,6

Fonte: Indagine “Oltre il Made in Italy”, realizzata dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, che ha coinvolto oltre 1200 imprese