

XXIX Incontro di Aida

SEGNI DISTINTIVI E PUBBLICITÀ DEL MADE IN

Milano 20 maggio 2016

Breve rassegna delle norme e della giurisprudenza sul *Made in Italy*
Contributo di Mario BARBUTO¹

SOMMARIO — 1) La protezione del *Made in Italy*- — 2) Le decisioni della Corte Costituzionale sul *Made in Italy* (ed anche *Made in Lazio* e *Made in Lombardia*). — 3) La giurisprudenza penale sul *Made in Italy*. — 4) La giurisprudenza civile- — 5) Alcune opinioni della dottrina

1) La protezione del *Made in Italy*.

L'introduzione nel nostro ordinamento delle norme di protezione del *made in Italy* ha alle sue spalle una cronistoria complicata.

Si tratta di un complesso di norme, peraltro mutate più volte in pochi anni e collocate in leggi che riguardano altri temi — legge finanziaria per il 2004 e per il 2007, “decreto competitività” del 2015, legge comunitaria del 2009, decreto “sblocca Italia” del 2014 — secondo una di tecnica legislativa a cui il sottoscritto, appartenente alla vecchia generazione, non riesce ad abituarsi.

Data la complessità della vicenda ritengo opportuno dividerla in cinque fasi

Prima fase (2003)

La l. 24 dicembre 2003 n. 350 (legge finanziaria 2004), all'art. 4, commi 61 e 63, preannuncia l'« **istituzione di un apposito marchio** » (il legislatore usa proprio il termine «marchio»), finalizzato alla tutela dei prodotti di origine italiana.

La lettura delle due disposizioni (si ripete: commi 61 e 63) esige, però, il previo richiamo del comma 49 dello stesso art. 4.

Si riporta il comma 49 nel testo originario (negli anni successivi più volte modificato, come si dirà in seguito):

«L'importazione e l'esportazione a fini di commercializzazione ovvero la commercializzazione di prodotti recanti false o fallaci indicazioni di provenienza

¹ *Presidente dell' IAP.*

Già Capo Dipartimento dell'Organizzazione Giudiziaria del Ministero della Giustizia.

costituisce reato ed è punita ai sensi dell'articolo 517 del codice penale. Costituisce falsa indicazione la stampigliatura Made in Italy su prodotti e merci non originari dall'Italia ai sensi della normativa europea sull'origine; 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. Le fattispecie sono commesse sin dalla presentazione dei prodotti o delle merci in dogana per l'immissione in consumo o in libera pratica e sino alla vendita al dettaglio. La fallace indicazione delle merci 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. La falsa indicazione sull'origine o sulla provenienza di prodotti o merci può essere sanata sul piano amministrativo attraverso l'esatta indicazione dell'origine o l'asportazione della stampigliatura Made in Italy ».

Con la menzione testuale del comma 49 diventa più agevole la lettura del comma 61, il cui testo originario (prima delle modifiche intervenute con l'art. 1, comma 232, l. n. 311 del 2004 e con l'art. 1, comma 174, l. n. 244 del 2007) era il seguente:

« È istituito presso il Ministero delle attività produttive un apposito fondo con dotazione di [...] per la realizzazione di azioni a sostegno di una campagna promozionale straordinaria a favore del Made in Italy, anche attraverso la regolamentazione dell'indicazione di origine o l'istituzione di un apposito marchio a tutela delle merci integralmente prodotte sul territorio italiano o assimilate ai sensi della normativa europea in materia di origine, nonché per il potenziamento delle attività di supporto formativo e scientifico particolarmente rivolte alla diffusione del Made in Italy nei mercati [...] a cura di apposita sezione dell'ente di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 30 luglio 1999 n. 287², collocata presso due delle sedi periferiche esistenti, con particolare attenzione alla naturale vocazione geografica di ciascuna nell'ambito del territorio ».

Disponeva (e dispone ancora) il comma 63:

« Le modalità di regolamentazione delle indicazioni di origine e di istituzione ed uso del marchio di cui al comma 61 sono definite con regolamento emanato ai sensi dell'articolo 17, comma 2, della legge 23 agosto 1988 n. 400, su proposta del Ministro delle attività produttive, di concerto con i Ministri dell'economia e delle finanze, degli affari esteri, delle politiche agricole e forestali e per le politiche comunitarie ».

Seconda fase (anni 2005/2006): il succedersi delle modifiche di dettaglio.

Si segnalano le novità sul testo dell'art. 4, **comma 49**, citato, intervenute in epoca immediatamente successiva:

- a) con l'art. 1, comma 9, d.l. 14 marzo 2005 n. 35 (c.d. « decreto competitività »), conv. con modif. in l. 14 maggio 2005 n. 80, il cit. comma 49 subisce un primo ritocco nel senso che dopo le parole “*fallaci indicazioni di provenienza*” vengono inserite le parole “*o di origine*”;
- b) con l'art. 2-ter, comma 1, d.l. 30 settembre 2005 n. 203, convertito in legge, con modificazioni, dalla l. 2 dicembre 2005 n. 248, nel comma 49, dopo le parole: «*L'importazione e l'esportazione a fini di commercializzazione ovvero la*

² Si segnala che l'« ente di cui all'articolo 8 [...] » a cui si riferisce la norma è la ex Scuola centrale tributaria del Ministero delle Finanze, regolamentata dal d.m. 28 settembre 2000 n. 301, trasformatasi poi in « Scuola superiore dell'economia e delle finanze » per effetto del d.lgs. 29 settembre 2003 n. 381, di poco antecedente alla legge finanziaria n. 350 del 2003 (che è del 24 dicembre).

- commercializzazione* », sono state inserite le parole « o la commissione di atti diretti in modo non equivoco alla commercializzazione »;
- c) con l'art. 1, comma 941, l. 27 dicembre 2006 n. 296 (legge finanziaria 2007), al secondo periodo del comma 49 sono aggiunte, in fine, le seguenti parole: «*incluso l'uso fallace o fuorviante di marchi aziendali ai sensi della disciplina sulle pratiche commerciali ingannevoli* ».

Terza fase (anno 2009), divisa in due periodi.

La prima riforma del luglio-agosto 2009.

Con l. 23 luglio 2009 n. 99, in vigore dal 15 agosto 2009, l'istituto del *Made in Italy* ha avuto una nuova disciplina, per effetto delle radicali innovazioni introdotte dall'art. 15, dal titolo « *Tutela penale dei diritti di proprietà industriale* » e, soprattutto, dall'art. 17, dal titolo « *Contrasto della contraffazione* », il cui comma 4 ha riscritto il citato comma 49 dell'art. 4 della legge n. 350 del 2003.

Quella riforma, però, ha avuto vita breve.

Dopo appena quaranta giorni l'art. 17, comma 4, l. n. 99 del 2009 viene abrogato dall'art. 16, comma 8, d.l. n. 135 del 2009, conv. in l. n. 166 del 2009 che ha introdotto una nuova disciplina.

La seconda riforma del settembre 2009.

Con d.l. 25 settembre 2009 n. 135 (Disposizioni urgenti per l'attuazione di obblighi comunitari e per l'esecuzione di sentenze della Corte di giustizia delle Comunità europee), convertito con modificazioni in l. 20 novembre 2009 n. 166 la disciplina della materia viene riscritta con l'art. 16 dal titolo significativo « *Made in Italy e prodotti interamente italiani* ».

La struttura della norma è complessa.

Giova riportare i primi quattro commi:

«1. Si intende realizzato interamente in Italia il prodotto o la merce, 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.

2. Con uno o più decreti del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con i Ministri delle politiche agricole alimentari e forestali, per le politiche europee e per la semplificazione normativa, possono essere definite le modalità di applicazione del comma 1.

3. Ai fini dell'applicazione del comma 4, per uso dell'indicazione di vendita o del marchio si intende la utilizzazione a fini di comunicazione commerciale ovvero l'apposizione degli stessi sul prodotto o sulla confezione di vendita o sulla merce dalla presentazione in dogana per l'immissione in consumo o in libera pratica e fino alla vendita al dettaglio.

4. 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'articolo 517 del codice penale, aumentate di un terzo ».

Il successivo comma 5 introduce una ennesima modifica al già citato comma 49 dell'art. 4, l. n. 350 del 2003.

Il comma 6 dispone l'inserimento dei commi 49-*bis* e 49-*ter* nell'art. 4 dell'originaria legge n. 350 del 2003.

In particolare:

- il comma 49-bis prevede un ipotesi di illecito amministrativo, punito con la sanzione da 10 mila e 250 mila euro, per la « *fallace indicazione l'uso del marchio, da parte del titolare o del licenziatario* », consistente in una condotta «*con modalità tali da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto o la merce sia di origine italiana ai sensi della normativa europea sull'origine, senza che gli stessi siano accompagnati da indicazioni precise ed evidenti sull'origine o provenienza estera o comunque sufficienti ad evitare qualsiasi fraintendimento del consumatore sull'effettiva origine del prodotto, ovvero senza essere accompagnati da attestazione, resa da parte del titolare o del licenziatario del marchio, circa le informazioni che, a sua cura, verranno rese in fase di commercializzazione sulla effettiva origine estera del prodotto*»
- il comma 49-ter prevede la «*confisca amministrativa del prodotto o della merce*» in caso di illecito ex art. 49-bis.

Il comma 7 fissa il termine di quarantacinque giorni per l'entrata in vigore dei precedenti commi 5 e 6.

Il comma 8 dispone, come si è detto, l'abrogazione dell'art. 17, comma 4, l. n. 99 del 2009.

Il comma 8-bis (aggiunto dalla l. n. 166 del 2009 di conversione del d.l. n. 135 del 2009) inserisce dopo il comma 2 dell'art. 1 del d.lgs. 19 novembre 2004 n. 297, «*al fine di consentire una maggiore competitività dei prodotti agro-alimentari italiani e sostenere il Made in Italy*», un comma 2-bis e un comma 2-ter in tema di «*smarchiatura [termine insolito nel panorama legislativo; N.d.A.] ai sensi del regolamento emanato, previa approvazione del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, dal Consorzio di tutela ovvero, in mancanza del provvedimento di riconoscimento del Consorzio, dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali* ».

Quarta fase (anno 2010): la legge «*Reguzzoni-Versace*»

La l. 8 aprile 2010 n. 55 (nota come « legge Reguzzoni-Versace »), con l' **art. 1, comma 1**, istituisce un « *sistema di etichettatura obbligatoria dei prodotti finiti e intermedi* » nei settori del tessile, della pelletteria e del calzaturiero, finalizzato a mettere in evidenza « *il luogo di origine di ciascuna fase di lavorazione* » ed assicurare « *la tracciabilità dei prodotti stessi* ».

Il **comma 4** dispone che l'impiego dell'indicazione « *Made in Italy* » è permesso esclusivamente «*per prodotti finiti per i quali le fasi di lavorazione, come definite ai commi 5, 6, 7, 8 e 9, hanno avuto luogo prevalentemente nel territorio nazionale e in particolare se almeno due delle fasi di lavorazione per ciascun settore sono state eseguite nel territorio medesimo e se per le rimanenti fasi è verificabile la tracciabilità*».

Il **comma 10** dispone che « *per ciascun prodotto di cui al comma 1, che non abbia i requisiti per l'impiego dell'indicazione Made in Italy, resta salvo l'obbligo di etichettatura con l'indicazione dello Stato di provenienza, nel rispetto della normativa comunitaria* ».

L' **art. 2** dispone, però, che « *le caratteristiche del sistema di etichettatura obbligatoria e di impiego dell'indicazione Made in Italy, di cui all'articolo 1, nonché le modalità per l'esecuzione dei relativi controlli* » devono essere stabilite con apposito decreto interministeriale (con la partecipazione del Ministro per le politiche europee).

L' **art. 3** prevede per i trasgressori misure sanzionatorie amministrative (fino a 70 mila euro) e anche sanzioni penali detentive fino a 3 anni di reclusione in caso di violazioni reiterate e fino a sette anni nel caso di « *attività organizzata* ».

Risulta che nel luglio 2010 la Commissione UE abbia espresso perplessità sulla l. n. 55 del 2010, sia per gli aspetti procedurali (la legge è stata notificata a Bruxelles il 7 maggio 2010, quando non poteva più essere considerata una bozza, essendo stata pubblicata sulla Gazzetta ufficiale in aprile) sia per il merito. Scrive infatti il direttore generale Impresa e Industria della Commissione UE, Heinz Zourek che « *la Corte di giustizia ha più volte dichiarato che una normativa nazionale che disciplina la marcatura o di applicazione dei regimi di origine (è) in violazione degli articoli 34-36 del nuovo Trattato UE* ».

Subito dopo la Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 30 settembre 2010 sugli « *indirizzi interpretativi relativi all'applicazione della legge 8 aprile 2010 n. 55* »³ avverte che la concreta applicabilità della legge è subordinata all'adozione del decreto interministeriale previsto dall'art. 2 e che nelle more « *continueranno ad applicarsi le norme del codice doganale comunitario (reg. CEE n. 2913/92) e delle relative disposizioni di applicazione (reg. CEE n. 245/93)* ».

Quinta fase (anno 2014):

Rilevante è il d.l. 12 settembre 2014 n. 133, detto «*Sblocca Italia*», convertito con modificazioni in l. 11 novembre 2014 n. 164

L' **art. 30**, in tema di «*Misure urgenti per le imprese*» — in particolare, in tema di «*Promozione straordinaria del Made in Italy*» — stabilisce:

*«Al fine di ampliare il numero delle imprese, in particolare piccole e medie, che operano nel mercato globale, espandere le quote italiane del commercio internazionale, valorizzare l'immagine del Made in Italy nel mondo, sostenere le iniziative di attrazione degli investimenti esteri in Italia, il Ministro dello sviluppo economico adotta con proprio decreto entro 60 giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto, un Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia. Il Piano di cui al presente comma è adottato d'intesa con il Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale e con il Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali con riferimento alle azioni di cui al comma 2, lettere c), d), e), ed f), rivolte alle imprese agricole e agroalimentari, nonché alle iniziative da adottare per la realizzazione delle suddette azioni»*⁴.

³ In G.U. del 2.12.2010, n. 282.

⁴ Si segnalano alcune significative iniziative del Ministero dello Sviluppo Economico per dare attuazione all'art. 30 del d.l. 12 settembre 2014 n. 133-«*Sblocca Italia*»:

- istituzione della «*Cabina di regia per l' Italia internazionale*» che nella quarta riunione del 26 febbraio 2015 ha individuato gli obiettivi del «*Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia*» (di cui all'art. 30 citato) con interventi sulla strutture, in particolare sull' ICE-Agenzia e sulle c.d. «*Aree e Paesi focus*»;

- D.M. 14 marzo 2015 con il quale è stato adottato il suddetto «Piano», d'intesa con i Ministeri indicati nel cit. art. 30, avente l'obiettivo, tra gli altri, di «*valorizzare l'immagine del Made in Italy nel mondo*», affidandone l'attuazione all' ICE-Agenzia con il compito di informare i Ministeri competenti (Sviluppo economico; Affari Esteri; Politiche agricole, alimentari e forestali) mediante rapporto trimestrale;

- D.M. 7 aprile 2015 con cui vengono attribuite le risorse economiche per l'attuazione del «Piano» mediante stanziamento di 117,5 milioni e vengono stabilite le «modalità di gestione con l'ICE-Agenzia»;

- Delibera dell' ITA-Italian Trade Agency con cui vengono approvati quattro Progetti promozionali finalizzati a dare attuazione ad una parte del «Piano», individuati in un analitico allegato (denominato «Appunto per il Consiglio di Amministrazione»).

Le «azioni» menzionate alle lettere c), d), e), ed f), sono così elencate:

- valorizzazione delle produzioni di eccellenza, in particolare agricole e agroalimentari, e tutela all'estero dei marchi e delle certificazioni di qualità e di origine delle imprese e dei prodotti;
- sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione;
- realizzazione di un segno distintivo unico, per le iniziative di promozione all'estero e durante l'Esposizione universale 2015, delle produzioni agricole e agroalimentari che siano rappresentative della qualità e del patrimonio enogastronomico italiano;
- realizzazione di campagne di promozione strategica nei mercati più rilevanti e di contrasto al fenomeno dell' *italian sounding*⁵.

2) Le decisioni della Corte Costituzionale sul *Made in Italy* (ed anche *Made in Lazio* e *Made in Lombardia*).

Sulle disposizioni contenute nei commi 61 e 63 dell'art. 4, l. 350 del 2003 cit. si registra un immediato intervento della Consulta con la sentenza n. 175 del 4 maggio 2005⁶

È infondata la questione di legittimità costituzionale dell'art. 4, commi 61 e 63, l. 24 dicembre 2003 n. 350 — afferma la Corte costituzionale — nella parte in cui istituisce presso il Ministero delle attività produttive un apposito fondo per il sostegno di una campagna promozionale straordinaria a favore del *Made in Italy* e per il potenziamento delle attività di supporto formativo e scientifico particolarmente rivolte alla diffusione del *Made in Italy* e demanda ad un regolamento governativo la disciplina delle modalità di attuazione, in riferimento all'art. 117, terzo e sesto comma, Cost.

E' parimenti infondata — aggiunge la Corte — la questione di legittimità costituzionale dell'art. 4, comma 61, nella parte in cui, nell'istituire presso il Ministero delle attività produttive un apposito fondo per il sostegno di una campagna promozionale straordinaria a favore del *Made in Italy* e per il potenziamento delle attività di supporto formativo e scientifico particolarmente rivolte alla diffusione del *Made in Italy*, prevede che la stessa sia curata da un'apposita sezione della Scuola superiore dell'economia e delle finanze collocata presso due delle sedi periferiche esistenti, con particolare attenzione alla naturale vocazione geografica di ciascuna

⁵ Secondo un documento del Ministero dello Sviluppo Economico (Ufficio Italiano Brevetti e Marchi), il fenomeno *italian sounding* consiste nell' «utilizzo di denominazioni geografiche, immagini e marchi che evocano l'Italia per promuovere e commercializzare prodotti affatto riconducibili al nostro Paese (che) rappresenta la forma più eclatante di concorrenza sleale e truffa nei confronti dei consumatori, soprattutto nel settore agroalimentare». La citata fonte ministeriale stima che il giro d'affari a livello mondiale di tale fenomeno illegale sia di circa 54 miliardi di euro l'anno.

Sembra essere un caso di *italian sounding* la decisione Trib. Sassari, 4 aprile 2013 (commentata da MASINI, *Sfruttamento commerciale dell' italian sounding, concorrenza sleale e vicende della libertà di informazione*, in *Dir. e giur. agr.*, 2013, 7-8, 2, 473) relativa al formaggio *Pecorino* prodotto in Romania dalla società Lactitalia controllata dalla Roinvest.

⁶ Corte cost. 4 maggio 2005 n. 175, *Foro it.* 2005, I, 2278; *Giorn. dir. amm.* 2005, f. 7, 758.

nell'ambito del territorio nazionale, in riferimento all'art. 117, terzo e sesto comma, Cost.

Pertinenti rispetto al tema in esame sono due decisioni successive della Consulta sul *Made in Lazio* e *Made in Lombardia*.

Va dichiarata l'illegittimità costituzionale della legge reg. n. 9 del 2011 Regione Lazio (Istituzione dell'elenco regionale *Made in Lazio* - Prodotto in Lazio) in quanto gli articoli da 34 a 36 del TFUE — che, nel caso in esame, rendono concretamente operativo il parametro dell'art. 117 Cost. — vietano agli Stati membri di porre in essere restrizioni quantitative, all'importazione ed alla esportazione, "*e qualsiasi misura di effetto equivalente*". Infatti, nella giurisprudenza della Corte di giustizia, la "*misura di effetto equivalente*" è costantemente intesa in senso ampio e fatta coincidere con "*ogni normativa commerciale degli Stati membri che possa ostacolare, direttamente o indirettamente, in atto o in potenza, gli scambi intracomunitari*": la legge della Regione Lazio, mirando a promuovere i prodotti realizzati in ambito regionale, garantendone siffatta origine, produce, quantomeno "indirettamente" o "in potenza", gli effetti restrittivi sulla libera circolazione delle merci che, anche al legislatore regionale, è inibito di perseguire per vincolo dell'ordinamento comunitario (Corte cost. 19 luglio 2012, n. 191, *Giur. it.* 2013, 2, 281; *Foro it.* 2012, 10, 1, 2562).

E' cessata la materia del contendere in relazione alle questioni di legittimità costituzionale - promosse dal Presidente del Consiglio dei ministri, in riferimento all'art. 117, commi primo e secondo, lett. e), m), s) ed l), Cost., degli artt. 3, comma 1, lett. g), 4, comma 1, 6, commi 1, 2, 4, 5 e 13, e 7, commi 6, lett. b), e 7 della legge della Regione Lombardia 19 febbraio 2014, n. 11, recanti misure dirette a promuovere la crescita e le innovazioni del sistema produttivo regionale (istituzione del "*Made in Lombardia*", costituzione di un circuito di moneta complementare, disciplina semplificata per taluni aspetti delle attività economiche). Infatti, la Regione Lombardia, nelle more del giudizio, ha approvato la legge n. 24 del 2014 il cui art. 21, comma 3, ha modificato tutte le disposizioni oggetto di censura in senso soddisfacente delle ragioni del ricorrente. Inoltre, non è contestato che, nelle more della sopravvenuta modifica legislativa, le norme impugnate non abbiano ricevuto attuazione (Corte cost. 20 novembre 2014, n. 260).

3) La giurisprudenza penale sul *Made in Italy*.

Ricca è la giurisprudenza dei giudici penali.

Omettendo di menzionare la copiosa casistica dei giudici di merito, ci si limita a citare i casi esaminati dalla Corte di Cassazione.

Il primo intervento della S.C. — vigente la versione originaria dell'art. 4, comma 49, l. 24 dicembre 2003 n. 350 — è del 2004, a distanza di dieci mesi dalla legge.

In sede di ricorso avverso un decreto di sequestro in dogana di prodotti fabbricati in Romania da un sub-fornitore di una impresa italiana, destinati a quest'ultima con una indicazione, sui prodotti stessi, contenente la parola « *Italy* », Cass. pen. 21 ottobre 2004 n. 3352⁷. afferma:

⁷ Cass. pen. 21 ottobre 2004 n. 3352, *Foro it.* 2005, 2, 203; *Riv. pen.* 2006, 3, 369 e, con la data 2 febbraio 2005, *Guida dir.* 2005, f. 12, 76.

« Con l'art. 4, comma quarantanove, della legge 24 dicembre 2003 n. 350, il legislatore ha inteso unicamente risolvere il contrasto interpretativo esistente in ordine al momento consumativo del reato di vendita di prodotti con segni mendaci di cui all'art. 517 c.p., precisando che esso si perfeziona sin dal momento della presentazione dei prodotti e delle merci in dogana, ma non ha in alcun modo inteso estendere anche la portata precettiva della disposizione citata».

Successivamente la S.C. ha puntualizzato meglio il suo orientamento prendendo atto delle innovazioni via via inserite nel testo della norma.

Si riportano le più significative decisioni intervenute negli anni successivi, con l'avvertenza che molte delle questioni affrontate nella fase iniziale possono considerarsi superate dalla sentenza Cass. 9 febbraio 2010 n. 19746 (citata oltre).

- Cass. pen. 17 febbraio 2005 n. 13712, Acanfora⁸. Nella specie, la S.C. ha ritenuto non integrata la fattispecie di reato nella condotta di commercializzazione da parte di una società italiana di prodotti tessili recanti l'indicazione della società italiana produttrice — ma fabbricati in Cina a seguito di delocalizzazione del processo produttivo posta in essere dalla società — per l'irrelevanza della mancata indicazione del luogo estero della loro fabbricazione, in quanto i prodotti tessili non vengono identificati in base all'origine geografica, ossia all'ambiente territoriale ove il processo produttivo si svolge, ma la loro qualità viene assicurata dalla materia prima e dalla tecnica produttiva usate, riconducibili alla società produttrice.
- Cass. 23 settembre 2005 n. 34103, Tarantino⁹. Nella specie la S.C. ha ritenuto non corretta l'apposizione della dicitura *Made in Italy* relativamente a delle magliette fabbricate in Romania, sia pure per conto di una società italiana, la quale provvedeva solo alla fornitura dei macchinari per la lavorazione e la confezione degli articoli, alla creazione dei modelli, degli stampi e della smacchiatura del filato, al supporto tecnico, alla spedizione in Romania dei prodotti semilavorati, che venivano assemblati nello stabilimento rumeno. La S.C. ha precisato che secondo gli artt. 23 e 24, reg. CE n. 2913 del 12 ottobre 1992, il marchio *Made in Italy* può essere utilizzato quando il prodotto è interamente fabbricato in Italia o in Italia sia avvenuta l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale, che si sia conclusa con la fabbricazione di un prodotto nuovo, o abbia rappresentato una fase importante del processo di fabbricazione.

Sia consentita un'auto-citazione. La sentenza è stata commentata favorevolmente dal sottoscritto (ved. nota dal titolo *La piena tutela del Made in Italy aspetta il regolamento delegato*, Guida dir. 2005, f. 12, 76) osservando che « l'intervento della Cassazione è indubbiamente importante perché contiene la prima interpretazione di una norma recente sulla quale si erano create molte aspettative (una sorta di nuova era per la tutela avanzata del Made in Italy) e anche timori (si pensi ai riflessi nel mondo dei subfornitori) » e criticando della nuova legge le « fraseologie ridondanti » che « annacquano le intenzioni, rendendole ambigue ».

⁸ Cass. pen. 17 febbraio 2005 n. 13712, Acanfora, *Dir. ind.* 2005, 372, con gli estremi 14 aprile 2005; *Impresa* 2005, f. 6, 1021, con nota adesiva di KIFLÈ e PERROTTI.

⁹ Cass. 23 settembre 2005 n. 34103, Tarantino, in *Dir. ind.* 2006, 219; *Riv. dir. ind.* 2006, 2, 90; nonché, con la data 19 aprile 2005, *Giur. it.* 2006, 5, 1036; *Dir. pen. e proc.* 2006, f. 5, 604.

- Cass. pen. 9 novembre 2005 n. 2648, Giordani¹⁰: « Integra il reato di vendita di prodotti industriali con segni mendaci la commercializzazione di beni del settore abbigliamento con la dicitura “Italy”, che pur essendo prodotti da una ditta italiana su disegno e tessuto italiano, siano confezionati all'estero da maestranze locali, in quanto in questo particolare settore l'Italia gode di un prestigio internazionale, fondato anche sulla particolare specializzazione delle maestranze impiegate, e pertanto, il sottacere tale dato fattuale o il fornire fallaci indicazioni, ha l'intento di conferire al prodotto una maggiore affidabilità, promovendone l'acquisto ».
- Cass. 15 marzo 2006 n. 12451, Colavita (*inedita*): « Integra il reato di vendita di prodotti industriali con segni mendaci (artt. 517 cod. pen. e 4, comma 49, legge 24 dicembre 2003 n. 350) la messa in vendita di olio d'oliva prodotto con olive raccolte e trasformate all'estero in confezioni indicanti l'origine italiana del prodotto ». Nella specie, la S.C. ha precisato che le disposizioni del codice doganale comunitario di cui al Regolamento CEE 2913 del 1992 hanno ambito applicativo diverso da quello della fattispecie di cui all'art. 4, comma 49, della l. n. 350 del 2003 limitandosi a stabilire i criteri in base ai quali devono essere applicati i dazi all'importazione o all'esportazione e che, quindi, non rileva per la sussistenza del reato la circostanza che la compensazione per equivalente tra olio di oliva extra vergine comunitario e olio di oliva extra vergine comunitario sia autorizzata dall'allegato 74 al codice doganale comunitario.
- Cass. pen. 15 marzo 2007 n. 27250, Contarini¹¹: «Deve essere esclusa la configurabilità del reato di cui all'art. 4, comma 49, della l. 24 dicembre 2003 n. 350 (tutela del *Made in Italy*) nel caso in cui i prodotti agroalimentari o vegetali, commercializzati come prodotti in Italia in quanto recanti la stampigliatura *Made in Italy*, abbiano subito in Italia un processo di lavorazione o di trasformazione “sostanziale”, pur provenendo dall'estero in tutto od in parte la materia prima utilizzata per produrli. In tema di vendita di prodotti industriali con segni mendaci, per quanto riguarda i prodotti agro-alimentari, la disciplina dettata dall'art. 4, comma 49, della l. 24 dicembre 2003 n. 350 (tutela del *Made in Italy*), deve essere interpretata nel senso che l'origine degli stessi è definita dalla loro derivazione geografica ed indipendentemente dalla localizzazione delle fasi di lavorazione esclusivamente per i prodotti recanti marchio DOP (denominazione di origine protetta) ovvero IGP (indicazione geografica protetta) attributivi di una garanzia di tipicità e di qualità, mentre per tutti gli altri prodotti agroalimentari “generici” perché sprovvisti di detti marchi, per stabilirne l'origine deve farsi riferimento ai criteri dettati dagli artt. 23 e 24 del codice doganale europeo (Reg. CEE 12 ottobre 1992 n. 2913 del 1992) ». Nella specie si trattava di macedonia di frutta in cui una modesta percentuale del prodotto era di provenienza estera nonché di prugne allo sciroppo raccolte interamente all'estero.

¹⁰ Cass. pen. 9 novembre 2005 n. 2648, Giordani, in *Giust. pen.* 2007, 2, 129; *Impresa* 2006, f. 7/8, 1159, con nota adesiva di IZZO; *Dir. pen. proc.* 2006, 602, con commento di MANDELLI:

¹¹ Cass. pen. 15 marzo 2007 n. 27250, Contarini, in *Guida dir.* 2007, f. 38, 73, con nota adesiva di SIROTTI GAUDENZI, *Da norme e giurisprudenza comunitarie deriva una sicura risposta al problema*; *Dir. e giur. agr.* 2007, f. 2, 547, con nota di MASINI, *L'origine “geografica” della frutta non è quella “doganale” della macedonia*.

Si omette la menzione di altre decisioni di quel periodo perché appare dirimente una decisione della S.C. adottata in epoca successiva alla riforma del settembre 2009 della disciplina sul *Made in Italy*. Trattasi di Cass. pen. 9 febbraio 2010 n. 19746, Follieri¹².

La S.C. ha esaminato un fatto commesso il 28 ottobre 2009, quando era già in vigore il citato d.l. 25 settembre 2009 n. 135 ed ha affermato (massime ufficiali): «L'imprenditore che apponga su un prodotto, oltre al proprio marchio o all'indicazione della località in cui ha la sede, anche una fallace o falsa dicitura con cui attesti che lo stesso è stato fabbricato in Italia o in un Paese diverso da quello di effettiva fabbricazione risponde, nel primo caso, del delitto di cui all'art. 4, comma 49, della l. 24 dicembre 2003 n. 350 e, nel secondo, del delitto di cui all'art. 517 cod. pen. ». « L'omessa indicazione del luogo di fabbricazione degli oggetti prodotti all'estero su cui siano apposti marchi di aziende italiane, prevista come delitto dall'art. 4, comma 49, l. 24 dicembre 2003 n. 350 come modificato dall'art. 17, comma quarto, lett. a) l. 23 luglio 2009 n. 99, non è più prevista dalla legge come reato ma configura l'illecito amministrativo di cui all'art. 4, comma 49-bis, l. n. 350 del 2003». Nella specie si trattava di sequestro di camicie prodotte in Serbia, prive di indicazioni sul luogo di produzione ma recanti la marca «Romeo Gigli» e la dicitura « prodotto e distribuito da » (società italiana).

La sentenza risulta così massimata dalla rivista *Dir. pen. e proc.*: «Per effetto delle modifiche introdotte dal d.l. n. 135 del 2009, costituisce illecito amministrativo la violazione dell'obbligo di indicare l'origine estera del prodotto, nell'ipotesi di uso del marchio con modalità tali da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto sia di origine italiana».

Detta massimazione (diversa da quella ufficiale) è fondata sull'ampia motivazione della sentenza, la quale, dopo un interessante *excursus* sui diversi orientamenti pregressi della stessa S.C., sia prima che immediatamente dopo l'entrata in vigore dell'art. 4, comma 49, legge n. 350 del 2003, dà conto delle modifiche e delle novità introdotte nel 2009 (l. 23 luglio 2009 n. 99, art. 17, comma 4; d.l. 25 settembre 2009 n. 135, art. 16, comma 8, convertito con l. 20 novembre 2009 n. 166, di cui si è detto). Infatti nella parte finale l'estensore conclude che il giudice di merito, ove il fatto non sia riconducibile alle residuali ipotesi di rilevanza penale ancora previste dal comma 49, deve procedere alla revoca del sequestro probatorio o preventivo a seguito dell'intervenuta depenalizzazione (annullando l'ordinanza impugnata, con rinvio al tribunale di Firenze).

Si ritiene di completare il quadro con la menzione delle decisioni di epoca successiva alla citata "sentenza Follieri" n. 19746 del 2010.

- Cass. pen. 5 aprile 2011 n. 28220, Fatmir¹³: «Integra il reato di cui all'art. 16, comma quarto, d. l. n. 135 del 2009, convertito in l. n. 166 del 2009 (indicazione di vendita di prodotto 100% "made in Italy") l'apposizione di diciture,

¹² Cass. pen. 9 febbraio 2010 n. 19746, Follieri, in *Foro it.* 2010, 10, 2, 510; *Dir. pen. e proc.* 2010, 7, 809.

¹³ Cass. pen. 5 aprile 2011 n. 28220, Fatmir, in *Cass. pen.* 2012, n. 10, 3498, con commento di SVATIATI E., *La falsa indicazione di vendita di prodotto 100% made in Italy*.

indicazioni o segni che inequivocamente dichiarino o inducano a ritenere che il prodotto sia stato interamente realizzato in Italia». Nella specie la Corte ha escluso che la sola dicitura "*Angels in Venice- Art Style Mode Design*" possa rientrare in tali ipotesi.

- Cass. pen. 24 aprile 2013, n. 39093, Benigni (*inedita*), contenente il richiamo di Cass. n. 28220 del 2011 cit.: «Integra il reato previsto dall'art. 517 cod. pen. la vendita di oggetti realizzati con materie prime italiane, ma completamente rifiniti all'estero e corredati dalla dicitura *Made in Italy* per la potenzialità ingannatoria dell'indicazione sul luogo di fabbricazione del prodotto» Nella specie la S.C. ha ritenuto legittimo il sequestro di portafogli confezionati in Romania con pelle italiana, e recanti la stampigliatura "*Genuine Leather - Made in Italy*".
- Cass. pen. 17 ottobre 2014, n. 3789, Martini e altro (*inedita*): «In tema di tutela penale dei prodotti dell'industria e del commercio, integra il reato previsto dall'art. 4, comma 49, l. n. 350 del 2003 in relazione all'art. 517 cod. pen., la importazione a fini di commercializzazione di calzature corredate dalla dicitura "*Made in Italy*" che siano state assemblate in via definitiva all'estero, in considerazione della potenzialità ingannatoria dell'indicazione del luogo di fabbricazione del prodotto». Fattispecie nella quale l'assemblaggio dei prodotti mediante cucitura della tomaia alla suola, da considerarsi quale fase essenziale del processo di lavorazione, era avvenuta in Romania.
- Cass. pen. 6 novembre 2014, n. 52029, Vagnarelli (*inedita*): «In tema di tutela penale dei prodotti dell'industria e del commercio, integra l'illecito amministrativo previsto dall'art. 4, comma 49-bis, della legge n. 350 del 2003 - e non il reato di cui all'art. 517 cod. pen. - l'importazione dall'estero di prodotti recanti un'etichetta raffigurante un marchio (nella specie, "*Gamma Italy*") idoneo, in assenza di precise indicazioni sulla esatta provenienza o della dichiarazione di impegno a rendere tali informazioni in fase di commercializzazione, a trarre in inganno anche un consumatore esperto sull'effettiva origine del prodotto»

Naturalmente la rassegna sopra esposta non rappresenta un quadro completo.

Da una ricerca nella banca dati della S.C. (il CED) con le parole testuali "*Made in Italy*" risultano ben 89 sentenze, di cui solo 11 contenenti nella massima ufficiale quella espressione. Il che induce a credere che la rassegna possa considerarsi sufficientemente significativa quanto alle massime ufficiali e che il suo allargamento potrebbe rivelarsi superfluo perché riguarderebbe sentenze e ordinanze che non sono state ritenute meritevoli di memorizzazione dall'Ufficio Massimario della S.C.

4)La giurisprudenza civile

Non si rinvencono sentenze civili della Corte di Cassazione sul tema del *made in Italy*.

Quanto alle decisioni dei giudici di merito, nel panorama iniziale non può considerarsi pertinente, benché citato in alcune rassegne, il provvedimento cautelare Trib. Venezia 16 novembre 2004 (*Foro it.* 2005, 1, 1620) relativo alla vendita di calici di vetro colorato contrassegnati dalla dicitura «*Made in Italy - Murano-Venezia*», valutata come «*falsa indicazione geografica perché il luogo di produzione*

di tali calici è in realtà Napoli » quindi «idonea a confondere il pubblico dei consumatori, essenzialmente turisti, e a determinare uno sviamento della clientela interessata all'acquisto dei vetri muranesi, con conseguente integrazione della fattispecie di concorrenza sleale di cui all'art. 31, d.lgs. n. 198 del 1996 ».

L'assenza di interventi delle Sezioni civili della S.C. consente di dare una attendibile chiave di lettura delle norme citate.

In sintesi: la normativa sul *Made in Italy* concerne essenzialmente il versante penale (e sanzionatorio amministrativo) della relativa disciplina normativa.

Conforta tale assunto una delle prime analisi dell'istituto *Made in Italy* che si rinviene nel panorama dottrinale, quella di FRANCESCHELLI, di cui si dirà oltre.

5) Alcune opinioni della dottrina.

In un saggio del 2010 FRANCESCHELLI¹⁴ tenta di inquadrare la « locuzione *Made in Italy* » nell'« ambito degli istituti del diritto industriale », ponendosi dapprima la domanda se si tratti veramente di un « marchio » (in senso tecnico-giuridico), come ipotizzato dal legislatore nella legge n. 350 del 2003.

La risposta è negativa. « Se si segue la tesi secondo la quale il marchio distingue il *prodotto* », afferma l'A. (riferendosi alle tesi di Sena, Franzosi, Cionti) « l'espressione *Made in Italy* non avrebbe senso perché l'Italia non è un prodotto, né il lavoro italiano è un prodotto, né è individuabile un "*prodotto Italia*" inteso in senso universale ». E prosegue: « Se per converso si segue la tesi secondo la quale il marchio individua l'*impresa* [...] similmente l'espressione non avrebbe senso, perché l'Italia non è un'impresa, o, comunque, sarebbe difficile considerare unitariamente tutte le imprese italiane e accoglierle *sic et simpliciter* sotto un solo segno distintivo».

Si potrebbe sostenere che si tratti di un « *marchio collettivo* » aggiunge l'A. « ma la disciplina del marchio collettivo è particolarmente complessa e richiede formalità tali che è difficile inquadrare l'espressione *Made in Italy* in tale fattispecie ».

Così pure per l'ipotesi del « *marchio di qualità* », impraticabile perché i marchi di qualità hanno una connotazione pubblicitaria che implica « il potere di vigilanza e controllo da parte di un ente ».

Quanto alla tesi pragmatica — fondata sul significato letterale dell'espressione — che si tratti di una « *denominazione d'origine* » (il luogo di produzione) o una « *indicazione di provenienza* » (il luogo da cui è stata spedita la merce), l'A. segnala la pericolosità dell'idea autarchica (una reminiscenza degli anni trenta) che solo « tutto ciò che è prodotto in Italia possa fregiarsi di tale segno » per cui l'uso del segno « sarebbe legittimamente precluso a qualsiasi oggetto, bene o prodotto che fatto in Italia non è ». Tale impostazione, in quanto finalizzata a scoraggiare l'acquisto di prodotti stranieri ed a favorire il consumo dei prodotti italiani « non è più compatibile con i principi dell'Unione europea, di cui siamo parte ».

In proposito l'A. ricorda la giurisprudenza della Corte di giustizia CE che ha ritenuto illegittima una iniziativa irlandese, nota come « *oggetti ricordo dell'Irlanda* », che

¹⁴ FRANCESCHELLI, *Made in Italy. Much ado about nothing. Studi in memoria di Paola Frassi*, Milano 2010, 2010, 337.

sanciva l'obbligo della dicitura *foreign* per gli articoli di gioielleria-souvenir importati dall'estero (arrêt de la Cour 17 juin 1981, affaire 113/80) e così pure l'altra iniziativa inglese, nota come « *marchi di origine del Regno Unito* » che prescriveva l'obbligo di indicare l'origine di tutti i prodotti tessili, degli elettrodomestici, delle calzature e degli articoli di coltelleria, sia importati che nazionali (arrêt de la Cour 25 avril 1985, affaire 207/83).

L'A., una volta esclusa la tesi suggestiva che si tratti di un «*marchio corporativo*» di reminiscenza medievale (con l'intervento di un « funzionario dell'arte » per ispezionare il singolo prodotto, come previsto, per esempio, dal capitolare dei berrettai di Venezia del 1271 o dagli Statuti di Firenze del 1415), afferma che il *Made in Italy* « **non sembra essere un marchio d'impresa ai sensi del Codice della Proprietà Industriale** » (peraltro la sua disciplina non risulta inserita nel c.p.i. del 2005, né risulta con lo stesso coordinata).

Esaurita la rassegna di ciò che il *Made in Italy* « non è », l'A. tenta di ricostruire la fattispecie in un diverso contesto normativo e conclude:

« La disciplina del *Made in Italy* può inquadrarsi nella più ampia disciplina della protezione del consumatore » (menzionando gli artt. 6 e 12 del Codice del consumo del 2003); pur con la perplessità derivante da un ulteriore interrogativo: « Resta da chiedersi perché il consumatore italiano debba essere protetto solo in relazione a chi falsamente gli offre prodotti italiani che italiani non sono, e non nei confronti di chi millanta l'origine francese o inglese di un bene o di un prodotto ».

La vera definitiva conclusione di Franceschelli — ciò spiega il titolo del saggio contenente la citazione letteraria «*tanto rumore per nulla*» — è che « **da un punto di vista giuridico il *Made in Italy* può essere definito come l'elemento fattuale di una fattispecie di reato laddove collegato alla disciplina penalistica dei delitti contro la fede pubblica e in particolare della falsità in segni di autenticazione, con particolare riguardo al commercio di prodotti non segni falsi** ».

Altrettanto critica è l'opinione di CAPUZZI (esposta nel medesimo volume del 2010 cit.)¹⁵.

L'A. commenta gli ultimi sviluppi sul *Made in Italy* (art. 17, l. n. 99 del 2009; art. 16, d.l. n 135 del 2009 conv. in l. n. 166 del 2009), non senza manifestare allarme per disegno di legge « Reguzzoni Versace » approvato alle Camere nel marzo 2010¹⁶. Avverte che nelle attuali discussioni sull'argomento bisogna superare l'equivoco che «tutela del *Made in Italy*» sia sinonimo di «tutela della qualità agroalimentare italiana» perché, in realtà il tema trascende il settore agroalimentare — che peraltro dispone di strumenti specifici di tutela, quali le DOP e le IPG — ed investe altri settori industriali tra cui, in particolare, quello tessile.

L'A. osserva: « Sembra che quella del *Made in Italy* stia diventando una *ossessione* per molti esponenti dell'imprenditoria e della politica che, di fronte alle esigenze pressanti della globalizzazione e alle difficoltà della crisi economica, vedono in tale *certificazione* una sorta di *panacea*, non facendo invece attenzione al complesso degli strumenti a disposizione dell'ordinamento (comunitari e nazionale): si pensi solo alla utilizzabilità dell'art. 517 c.p. o delle altre fattispecie penali e

¹⁵ CAPUZZI, *Indicazioni geografiche e tutela della qualità agro-alimentare: le novità del 2009. Studi in memoria di Paola A.E. Frassi*, Milano 2010, 87.

¹⁶[V. legge 9 aprile 2010 n. 55 citata al § 1 relativo alla c.d. quarta fase.

amministrative». « *L'ossessione per il Made in Italy* », nota l'A. « appare poi anche espressione di una tendenza protezionistica che non giova certo a tenere fermo — pur nelle difficoltà — il principi di libera concorrenza ».

L'A. critica la tecnica legislativa che ha portato alle ultime modifiche in materia, soprattutto laddove ha introdotto la distinzione tra «*Made in Italy*» («classico» o «generale») e «*cento per cento Made in Italy*», complicando ulteriormente il sistema. Nell'analizzare le « criticità concorrenziali » della normativa e nel sottolineare « il primato del diritto comunitario », l'A. avverte che « l'unica strada percorribile, anche per il caso dell'etichettatura e del “*Made in*” è l'elaborazione di *regole uniformi* per l'intero mercato comune, le cui frontiere sono soggette alle regole del Codice doganale comunitario». Raccomanda inoltre di « non indulgere a scelte di tipo protezionistico o a tendenze di tipo statalistico, sulla spinta di *lobby* di interessi » e osserva che « l'infelice ritocco della norma sul *Made in Italy* della legge n. 99/2009, abrogata dopo poco più di due mesi, è un esempio emblematico (e paradossale) di tale logica asistemica: sotto la bandiera del rafforzamento della *competitività* delle imprese italiane e della *internazionalizzazione*, si rischia di danneggiare proprio le imprese nazionali più meritevoli, cioè quelle che nel tempo hanno saputo delocalizzare, secondo la logica del mercato globale, magari abbassando i costi per il consumatore ».

La conclusione dell'A. è la seguente (p. 118 del volume): « **In definitiva, la recente vicenda del *Made in Italy* dimostra quanto sia complesso tutelare la qualità dei prodotti nazionali sul mercato globale, rispettando pienamente i principi del libero mercato, capaci nel lungo periodo di permettere lo sviluppo dell'economia di Paese** ».

Anche GALLI (*Marchi italiani e Made in Italy, Dir. ind.* 2009, 6, 511) è critico sugli ultimi interventi del legislatore e rileva che le nuove norme adottate nel corso dell'estate 2009 riprendono ed aggravano i vizi che già affliggevano le disposizioni preesistenti in materia, spesso emanate sotto la pressione di esigenze contingenti e privi di un disegno unitario; il che non giova alla chiarezza della disciplina e alla certezza del diritto.

Le disposizioni legislative, nota l'A., sembrano anche sindacabili sotto il profilo della violazione del principio costituzionale di eguaglianza (art. 3 Cost.) e sotto il profilo della contrarietà all'art. 28 (*ex art.* 30) Trattato CE.

RICOLFI nell'ampio Trattato sui marchi del 2015¹⁷, riferendosi in particolare al «caso *FRO*» [ved. Cass. pen. 21 ottobre 2004 – 2 febbraio 2015 n. 3352, sopra segnalato], afferma: «Può pur essere che l'impiego di un marchio che “suona” italiano per elettrodi fabbricati in tutto o in parte in Romania sia penalmente represso dalle modifiche recenti della normativa sul “*made in Italy*”. Non per questo è da ritenersi che il segno sia, alla stregua delle norme sulla decadenza, divenuto idoneo a trarre in inganno il pubblico, oltretutto composto di acquirenti professionali, che non ricollega caratteristiche particolari alla produzione di elettrodi nell'uno o piuttosto che nell'altro Paese» e, più in generale, così conclude:

«Il diritto dei marchi, diversamente dalle norme sul “made in Italy”, ha come obiettivo il corretto assolvimento delle funzioni del segno nell'interesse dei

¹⁷ RICOLFI, *Trattato dei marchi. Diritto europeo e nazionale*, Torino, 2015, II, 1005

consumatori e del mercato e non conosce, almeno fino ad oggi, le finalità protezionistiche della produzione nazionale e di disincentivo alla delocalizzazione delle imprese italiane verso Paesi che offrono vantaggi comparati, che caratterizzano gli – sconclusionati – interventi più recenti del legislatore penale».

Non sembra manifestare atteggiamento critico, invece, **SCUFFI**¹⁸ il quale, sottolinea che il momento attuale (con riferimento all'anno 2005) il «*Made in Italy* » ed il «*naturalmenteitaliano*» si presentano come « indicazioni di origine della nazione per la cui tutela il legislatore ha previsto misure penali e persino la registrazione come marchio ».

L'A. ricorda che la stessa Relazione illustrativa al c.p.i. « rimarca quale importanza abbia ormai assunto la proprietà industriale come strumento di recupero del “*Sistema Italia*” nell'ambito della concorrenza internazionale ».

Afferma infine che la legge n. 350 del 2003 (art. 4, comma 49) «ha ripreso il testo base delle norme predisposte dalle prime bozze del Codice inserendo una nuova figura di reato »; e conclude che « **opportunamente la legge ha anche previsto la registrazione come marchio del *Made in Italy* a garanzia delle merci integralmente prodotte sul territorio italiano** », con un mandato al Ministro delle politiche agricole e forestali di « **vigilare sul marchio (collettivo) destinato alle produzioni agroalimentari italiane di qualità e denominato “*naturalmenteitaliano*”**».

¹⁸ SCUFFI, commento dell'art. 127 c.p.i., in SCUFFI-FRANZOSI-FITTANTE, *Il codice della proprietà industriale*, Padova 2005, 587.