

# Papers

di diritto europeo



UNIVERSITÀ  
di **VERONA**  
Dipartimento  
di **SCIENZE GIURIDICHE**



**Centro di documentazione europea – Università degli Studi di Verona – *Papers di diritto europeo*, 2020 / 1**

Diletta Danieli, *Nuove frontiere nei rapporti tra ordinamento dell'Unione europea e diritto sportivo: il ruolo della cittadinanza europea*

Paolo Butturini, Veronica De Crescenzo, Veronica Polin, *La finanza innovativa nel settore della moda: la sfida del crowdfunding tra aspetti economici e questioni giuridiche*

Chiara Tincani, *I sistemi logistici e il ricorso al contratto di trasporto per l'elusione della disciplina del lavoro*

Cinzia Peraro, *La tracciabilità dei prodotti moda: tra tutela del "Made in" e libera circolazione delle merci nell'Unione europea*

© 2020 Centro di documentazione europea – Università degli Studi di Verona

**ISSN 2038-0461**

**Registrazione al Tribunale di Verona numero 1875 del 22/07/2010**

**Referee:** gli scritti contenuti nella rivista sono valutati attraverso un sistema *peer-review*.

La rivista *open access* "Papers di diritto europeo" raccoglie contributi sui temi dell'integrazione europea nei suoi aspetti di diritto, sia istituzionale sia materiale, e dei suoi riflessi sugli ordinamenti nazionali in una prospettiva interdisciplinare. Sono accolti contributi di professori e ricercatori universitari, come pure di studiosi italiani e stranieri.

I *papers* sono reperibili unicamente in formato elettronico e possono essere scaricati in formato pdf sul sito Internet.

**Direzione scientifica:**

Prof.ssa Maria Caterina Baruffi

**Comitato scientifico:**

Prof.ssa Maria Caterina Baruffi, [mariacaterina.baruffi@univr.it](mailto:mariacaterina.baruffi@univr.it)

Prof.ssa Laura Calafà, [laura.calafa@univr.it](mailto:laura.calafa@univr.it)

Prof. Franco Ferrari, [franco.ferrari@nyu.edu](mailto:franco.ferrari@nyu.edu)

Prof. Matteo Ortino, [matteo.ortino@univr.it](mailto:matteo.ortino@univr.it)

Dott.ssa Isolde Quadranti, [isolde.quadranti@univr.it](mailto:isolde.quadranti@univr.it)

**Comitato di redazione:**

Dott.ssa Diletta Danieli, [diletta.danieli@univr.it](mailto:diletta.danieli@univr.it)

Dott.ssa Caterina Fratea, [caterina.fratea@univr.it](mailto:caterina.fratea@univr.it)

Dott.ssa Cinzia Peraro, [cinzia.peraro@univr.it](mailto:cinzia.peraro@univr.it)

Dott.ssa Isolde Quadranti, [isolde.quadranti@univr.it](mailto:isolde.quadranti@univr.it)

**Editore:**

Centro di documentazione europea dell'Università degli Studi di Verona

Dipartimento di Scienze giuridiche

Via Carlo Montanari, 9

37122 Verona

Tel. +39.045.8028847

Fax +39.045.8028846

# La tracciabilità dei prodotti moda: tra tutela del “Made in” e libera circolazione delle merci nell’Unione europea

Cinzia Peraro

## Abstract

Il presente contributo rappresenta il risultato delle attività di ricerca condotte nell’ambito del progetto “*Tracciabilità, anticontraffazione e certificazione dei prodotti Moda Made in Italy*”, co-finanziato dal “POR FESR 2014-2020. Asse 1. Azione 1.1.4 “Sostegno alle attività collaborative di R&S per lo sviluppo di nuove tecnologie sostenibili, di nuovi prodotti e servizi”, presentato dalla Rete Innovativa Regionale “Face Design” (Fashion Creative Enterprises and Design), di cui il Dipartimento di Scienze giuridiche dell’Università degli Studi di Verona è partner, mentre la prof.ssa Maria Caterina Baruffi è responsabile scientifico dell’unità di ricerca. In particolare, l’elaborato tiene conto anche dell’analisi dei risultati delle risposte raccolte tramite il questionario diffuso tra le aziende partecipanti al progetto con l’obiettivo di valutare l’impiego del sistema di tracciabilità e le esigenze di tutela dei prodotti moda “Made in Italy”.

# La tracciabilità dei prodotti moda: tra tutela del “Made in” e libera circolazione delle merci nell’Unione europea\*

---

Cinzia Peraro\*\*

SOMMARIO: 1. Introduzione: i sistemi di tracciabilità. – 2. Inquadramento normativo: indicazione d’origine e “Made in Italy”. – 2.1. Indicazione d’origine e contrasto agli illeciti. – 2.2. Indicazione d’origine ed etichettatura. – 2.3. Indicazione d’origine e usi commerciali. – 3. Interpretazioni giurisprudenziali. – 4. Considerazioni conclusive.

## 1. Introduzione: i sistemi di tracciabilità.

Nell’era della globalizzazione e dell’industria 4.0 si combinano diversi fattori finalizzati alla commercializzazione di prodotti che sempre di più assecondano le scelte dei consumatori. Si assiste infatti ad un processo che parte dagli utenti finali per definire la creazione e la produzione delle merci, che quindi vengono adattate per soddisfare le tendenze di stile e i valori dettati dall’evoluzione del contesto sociale ed economico. È proprio in base alla considerazione dei mutamenti imposti dalle esigenze di sviluppo della società che i consumatori mostrano interesse ed attenzione ai prodotti, ai materiali utilizzati, al ciclo produttivo, ivi comprese le indicazioni in merito alla provenienza dei materiali, ai processi della filiera produttiva, alle politiche di sostenibilità e responsabilità sociale. L’acquisto dei prodotti moda non dipende più solamente dall’aspetto estetico, ma anche da quello produttivo e qualitativo. Le informazioni che devono essere messe a disposizione dei consumatori rappresentano quindi un elemento essenziale del prodotto inteso nel suo complesso, indicando le sue caratteristiche e le sue fasi di lavorazione. Per tali ragioni si sono sviluppati strumenti e sistemi di tracciabilità, quali mezzi indispensabili sia per i produttori per

---

\* Il presente contributo rappresenta il risultato delle attività di studio e approfondimento condotte, in particolare durante il periodo coperto dall’assegno di ricerca (dal 1° gennaio al 31 dicembre 2019), nell’ambito del progetto “*Tracciabilità, anticontraffazione e certificazione dei prodotti Moda Made in Italy*”, co-finanziato dal “POR FESR 2014-2020. Asse 1. Azione 1.1.4 “Sostegno alle attività collaborative di R&S per lo sviluppo di nuove tecnologie sostenibili, di nuovi prodotti e servizi”, presentato dalla Rete Innovativa Regionale “Face Design” (Fashion Creative Enterprises and Design), di cui il Dipartimento di Scienze giuridiche dell’Università degli Studi di Verona è partner, mentre la prof.ssa Maria Caterina Baruffi è responsabile scientifico dell’unità di ricerca. Per informazioni, si veda il sito internet <https://sites.les.univr.it/fashion/index.php/rirfacedesign>, nonché [www.face-design.it/it](http://www.face-design.it/it).

\*\* Assegnista di ricerca in Diritto dell’Unione europea, Dipartimento di Scienze giuridiche dell’Università degli Studi di Verona. Membro del “The Fashion HUB” e del teaching staff di “The Fashion LAB” (Progetto di Eccellenza del Dipartimento di Scienze giuridiche).

seguire e tenere traccia di tutta la catena produttiva, sia per i consumatori finali per verificare e conoscere il prodotto da acquistare.

La tracciabilità è oggi nota e diffusa soprattutto nel settore agro-alimentare, per controllare la provenienza dei prodotti e tutelare la sicurezza dei prodotti stessi e dei consumatori. L'introduzione di simili meccanismi nel settore della moda non è tutt'oggi pienamente realizzata, basandosi su sistemi di tipo volontario, di cui le aziende possono dotarsi aderendo alle linee guida proposte dall'ente promotore del singolo sistema di tracciabilità. Da analisi di mercato appare che l'ampia disponibilità mostrata dalle imprese italiane ad aderire a tali meccanismi si spiega con la necessità di tutelare le proprie merci e valorizzare le loro qualità. Tracciare un prodotto dovrebbe quindi permettere di tracciare l'identità dello stesso, le fasi della produzione, l'origine, i luoghi di produzione, la provenienza dei materiali usati, con lo scopo di far emergere e certificare l'autenticità dei prodotti finali.

I sistemi di tracciabilità perseguono in sostanza, da una parte, la finalità di informare il consumatore sui processi di produzione, materie e qualità dei prodotti, nonché, dall'altra, di permettere al produttore di certificare la qualità dei suoi prodotti, rendendo visibili e trasparenti i processi di produzione, garantendo l'autenticità, aumentando così la visibilità del prodotto e dell'azienda, nonché la sua competitività nel contesto economico, oltre che soddisfare obiettivi di responsabilità sociale.

Alcuni sistemi di tracciabilità già avviati si basano su varie tecnologie e dispositivi digitali che connettono il prodotto al sito internet dell'impresa produttrice, come il sistema di tracciabilità "TF - Traceability & Fashion" ([www.tffashion.camcom.it](http://www.tffashion.camcom.it)), a cui hanno aderito le imprese partecipanti al progetto "*Tracciabilità, anticontraffazione e certificazione dei prodotti Moda Made in Italy*" della RIR Face Design (in seguito «progetto "Tracciabilità"»). Questo sistema è stato promosso da Unioncamere e dalle Camere di Commercio italiane e gestito da Unionfiliera, per riqualificare e valorizzare i prodotti delle filiere moda, e fa uso di un codice alfanumerico. Tra gli altri, anche "Italcheck" ([www.italcheck.it](http://www.italcheck.it)) certifica e traccia gli autentici prodotti italiani grazie a una etichetta che può essere accompagnata da un codice IC, QR code, RFID, NFC. Altri sistemi intendono invece coniugare le esigenze della tracciabilità con l'innovazione digitale offerta dalla blockchain. Tra queste, si colloca il progetto pilota promosso dal Ministero per lo Sviluppo Economico<sup>1</sup>, che impiega la tecnologia blockchain come strumento chiave per la protezione dei prodotti "Made in Italy", al fine di accrescere la fiducia del consumatore, creando condizioni di trasparenza, e di garantire la tutela ambientale.

---

<sup>1</sup> Si veda il sito internet [www.mise.gov.it/index.php/it/blockchain/blockchain-per-il-made-in-italy](http://www.mise.gov.it/index.php/it/blockchain/blockchain-per-il-made-in-italy).

Questo ultimo profilo connesso alla sostenibilità e all'impatto ambientale della produzione nel settore della moda è attualmente al centro del dibattito politico ed economico. I sistemi di tracciabilità potrebbero infatti rappresentare una soluzione condivisibile dal mondo imprenditoriale per assicurare il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità, in particolare quelli contenuti nell'“Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile” (<https://unric.org/it/agenda-2030>), e quindi connessi alla responsabilità sociale.

La tracciabilità si concilierebbe quindi, da un lato, con la funzione di identificazione del prodotto, delle sue fasi di lavorazione e delle sue caratteristiche, nonché della sua qualità, quale tratto distintivo, e, dall'altro, con la funzione di garanzia di perseguimento di politiche sostenibili sotto le diverse prospettive sociale, economica e ambientale.

Ai fini della presente analisi, si è ritenuto opportuno ripercorrere e rintracciare nel contesto normativo e giurisprudenziale, a livello nazionale ed europeo, le regolamentazioni in vigore che riguardano le informazioni relative ai prodotti moda, in particolare il paese d'origine, allo scopo di valutare l'opportunità di introdurre modifiche volte ad assicurare una convergenza tra i diversi interessi in gioco e predisporre così una adeguata tutela ai prodotti moda italiani.

## 2. Inquadramento normativo: indicazione d'origine e “Made in Italy”.

L'impiego dell'indicazione “Made in Italy” è soggetto alla normativa vigente sui piani internazionale, europeo e nazionale, che costituiscono il contesto entro cui occorre svolgere le considerazioni in merito alla possibilità di usare una simile indicazione di origine.

Il quadro normativo è principalmente finalizzato alla tutela dei prodotti sotto il profilo fiscale e doganale, nonché per contrastare il fenomeno della contraffazione. La legislazione impone poi l'obbligo di fornire precise informazioni circa la provenienza di un materiale o la lavorazione di un prodotto con lo scopo di garantire la sicurezza dei prodotti e quindi informare il consumatore finale.

Alla luce del contesto normativo la domanda da porsi è se possa trovare spazio l'uso dell'espressione “Made in Italy” non solo per precisare la provenienza territoriale del prodotto, ma anche per conferire un valore aggiunto a tale prodotto, con scopi quindi commerciali, valorizzando così la qualità di un bene legato al territorio italiano. A tal fine, pare opportuno ripercorrere la normativa più rilevante in materia, seppure sia comunemente noto che l'uso di marchi di qualità composti dall'indicazione del paese di origine è vietato all'interno del contesto di integrazione economica europea, poiché in violazione della libertà fondamentale di circolazione delle merci e del libero scambio nel mercato interno. In tale ipotesi, infatti, l'uso dell'espressione “Made in Italy”

limiterebbe e discriminerebbe prodotti simili provenienti da altri Stati, facendo prevalere un prodotto nazionale rispetto agli altri. È in questo quadro normativo che si assiste, soprattutto attraverso le proposte di legislazione interna, a un conflitto tra interessi nazionali, volti a tutelare i prodotti di eccellenza della moda localizzati nel territorio italiano, con quello europeo, che mira a garantire il buon funzionamento del mercato interno. L'origine della merce ha quindi una rilevanza doganale per l'applicazione delle misure di politica commerciale, ma il marchio di origine "Made in" del prodotto può avere anche la finalità di orientare le scelte di acquisto dei consumatori grazie all'effetto sulla qualità percepita.

## 2.1. Indicazione d'origine e contrasto agli illeciti.

La prima normativa adottata a livello internazionale con lo scopo di contrastare false indicazioni del paese o del luogo di fabbricazione o di produzione, è rappresentata dalla Convenzione di Madrid del 14 aprile 1891 sulla repressione delle false o ingannevoli indicazioni di provenienza,<sup>2</sup> ratificata dall'Italia con legge n. 676 del 4 luglio 1967 e completata dal DPR 26 febbraio 1968, n. 656 recante "norme per l'applicazione dell'Accordo di Madrid del 14 aprile 1891".

Sul piano interno le indicazioni di origine false o fallaci sono punite ai sensi dell'art. 517 del codice penale. Allo stesso scopo, la Legge finanziaria 2004 - Legge 24 dicembre 2003, n. 350, includeva una disposizione con cui venivano sanzionate la "falsa indicazione" e la "fallace indicazione" dell'origine del prodotto. La falsa indicazione si verifica quando l'indicazione "Made in Italy" è apposta su prodotti e merci non originari dell'Italia; invece, la fallace indicazione si configura quando, qualora sia stata indicata l'origine estera del prodotto, è tuttavia riscontrabile l'uso di parole o figure che possano indurre il consumatore a ritenere che il prodotto sia italiano. Ai fini della determinazione dell'origine del prodotto occorre comunque ricorrere alla normativa comunitaria contenuta nel codice doganale (su cui v. *infra*, in questo par.). Nella Legge finanziaria del 2004 era altresì previsto il Fondo per la promozione straordinaria del "Made in Italy" per "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". Anche in questa previsione vi è un rinvio alla disciplina comunitaria in materia di indicazione d'origine.

È con il Regolamento (CEE) n. 2913/92 del 12 ottobre 1992 che è stato istituito un codice doganale comunitario. In particolare, gli art. 22 e ss. specificano le condizioni per determinare l'origine delle merci. Il codice è stato poi aggiornato con il Regolamento (CE) n. 450/2008 e successivamente sostituito, dal 1° maggio 2016, dal Regolamento (UE) n. 952/2013 del Parlamento

---

<sup>2</sup> Reperibile al sito internet [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/it/wipo\\_pub\\_261.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/it/wipo_pub_261.pdf).

europeo e del Consiglio, del 9 ottobre 2013, che istituisce il codice doganale dell'Unione.<sup>3</sup> Nello specifico, l'art. 60 sull'“Acquisizione dell'origine” prevede che: “1. Le merci interamente ottenute in un unico paese o territorio sono considerate originarie di tale paese o territorio. 2. Le merci alla cui produzione contribuiscono due o più paesi o territori sono considerate originarie del paese o territorio in cui hanno subito l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale ed economicamente giustificata, effettuata presso un'impresa attrezzata a tale scopo, che si sia conclusa con la fabbricazione di un prodotto nuovo o abbia rappresentato una fase importante del processo di fabbricazione”.

Per la determinazione dell'origine non preferenziale<sup>4</sup> delle merci occorre pertanto fare riferimento a due criteri: (1) quello delle merci interamente ottenute e (2) quello dell'ultima lavorazione o trasformazione sostanziale. La norma non chiarisce i concetti di trasformazione e lavorazione sufficienti per l'attribuzione dell'origine, per i quali occorre fare riferimento alle interpretazioni giurisprudenziali della Corte di giustizia, non riferite al solo settore moda (su cui v. *infra*, par. 3).

La normativa europea opera in particolare nel contesto doganale per impedire la circolazione di merci con indicazioni d'origine false o fallaci, allo scopo di salvaguardare il libero scambio nel mercato interno dell'Unione.

Nell'ambito delle politiche di anticontraffazione, si inserisce anche la proposta di Legge del 2013, d'iniziativa di un gruppo di deputati, in tema di “Agevolazioni per l'introduzione di sistemi anticontraffazione per consentire al consumatore l'identificazione dei prodotti di origine italiana o interamente prodotti in Italia mediante l'apposizione di segni unici e non riproducibili associati a codici a barre bidimensionali”. La proposta, che non ha avuto seguito, rispondeva all'esigenza di salvaguardare i prodotti italiani, ricorrendo anche a strumenti di tracciamento delle fasi di lavorazione.

---

<sup>3</sup> V. anche Regolamento delegato (UE) 2015/2446 della Commissione del 28 luglio 2015 che integra il regolamento (UE) n. 952/2013, Regolamento di esecuzione (UE) 2015/2447 della Commissione, del 24 novembre 2015, recante modalità di applicazione di talune disposizioni del regolamento (UE) n. 952/2013, Regolamento delegato (UE) n. 341/2016 della Commissione, del 17 dicembre 2015, che stabilisce misure transitorie relative ai mezzi per lo scambio e l'archiviazione di dati di cui all'art. 278 del codice fino a quando i sistemi elettronici necessari per l'applicazione delle disposizioni del codice non siano operativi.

<sup>4</sup> Per origine preferenziale, invece, si intende uno status della merce grazie al quale viene assegnato il diritto a un trattamento tariffario preferenziale; tale trattamento si sostanzia in un dazio ridotto ovvero in un'esenzione dal dazio in virtù di specifici accordi di libero scambio sottoscritti fra il paese di esportazione e il paese di destinazione della merce. Su cui v. anche le linee guida reperibili al sito internet [https://www.adm.gov.it/portale/documents/20182/2870257/guidance-on-non-preferential-rules-of-origin\\_ita+finale.pdf/f122d326-0d1b-4431-857a-9380fc9131c7](https://www.adm.gov.it/portale/documents/20182/2870257/guidance-on-non-preferential-rules-of-origin_ita+finale.pdf/f122d326-0d1b-4431-857a-9380fc9131c7).

## 2.2. Indicazione d'origine ed etichettatura.

Il *corpus* normativo europeo applicabile al settore moda contiene anche disposizioni volte a imporre l'indicazione dei materiali usati, della loro origine, della composizione dei prodotti, nonché l'uso di specifiche denominazioni.

Con la Direttiva 94/11/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 marzo 1994, sul ravvicinamento delle disposizioni degli Stati membri concernenti l'etichettatura dei materiali usati nelle principali componenti delle calzature destinate alla vendita al consumatore (recepita con Decreto 11 aprile 1996 n. 397300 del Ministero dell'industria del commercio dell'artigianato) sono state introdotte norme uniformi in merito all'uso di determinate diciture relative ai componenti delle calzature. Per il settore tessile, le direttive 73/44/CEE, 96/73/CE e 2008/121/CE, relative alle denominazioni che devono essere impiegate in questo settore, sono state abrogate dal Regolamento (UE) n. 1007/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 settembre 2011, relativo alle denominazioni delle fibre tessili e all'etichettatura e al contrassegno della composizione fibrosa dei prodotti tessili, che si applica dall'8 maggio 2012. Tale atto normativo rappresenta quindi lo strumento unico e uniforme applicabile in tutti gli Stati dell'Unione riguardante le denominazioni delle fibre tessili e le informazioni da inserire nelle etichette dei prodotti tessili<sup>5</sup>.

Le informazioni relative ai prodotti, di cui è prevista l'indicazione, perseguono anche la finalità di assicurare la sicurezza dei prodotti stessi. A tal riguardo, rileva il Decreto Legislativo 21 maggio 2004 n. 172 di attuazione della direttiva 2001/95/CE relativa alla sicurezza generale dei prodotti, che identifica come sicuro “qualsiasi prodotto che, in condizioni di uso normali o ragionevolmente prevedibili, compresa la durata e, se del caso, la messa in servizio, l'installazione e la manutenzione, non presenti alcun rischio oppure presenti unicamente rischi minimi, compatibili con l'impiego del prodotto e considerati accettabili nell'osservanza di un livello elevato di tutela della salute e della sicurezza delle persone in funzione”. A tal fine vengono presi in considerazione alcuni elementi, quali le caratteristiche del prodotto, in particolare la sua composizione, il suo imballaggio, le modalità del suo assemblaggio e, se del caso, della sua installazione e manutenzione; l'effetto del prodotto su altri prodotti, qualora sia ragionevolmente prevedibile l'utilizzazione del primo con i secondi; ancora, la presentazione del prodotto, la sua

---

<sup>5</sup> Si veda anche la dichiarazione del Parlamento e del Consiglio, inserita in calce al Regolamento (UE) n. 1007/2011, pubblicata in *GUUE* il 21.12.2011, che recita: “Il Parlamento europeo e il Consiglio sono consapevoli dell'importanza di fornire informazioni accurate ai consumatori, in particolare quando si tratta di prodotti contrassegnati con un'indicazione di origine, al fine di proteggerli da indicazioni fraudolente, inaccurate o fuorvianti. L'uso delle nuove tecnologie, quali l'etichettatura elettronica, inclusa l'identificazione a radiofrequenza, può rappresentare uno strumento utile per fornire tali informazioni mantenendo il passo con lo sviluppo tecnologico. Il Parlamento europeo e il Consiglio invitano la Commissione a tenere conto, al momento di elaborare la relazione ai sensi dell'articolo 24 del regolamento, del loro impatto su eventuali nuovi obblighi in materia di etichettatura, anche in vista di migliorare la tracciabilità dei prodotti”.

etichettatura, le eventuali avvertenze e istruzioni per il suo uso e la sua eliminazione, nonché qualsiasi altra indicazione o informazione relativa al prodotto; le categorie di consumatori che si trovano in condizione di rischio nell'utilizzazione del prodotto, in particolare dei minori e degli anziani. Viene poi specificato che “[l]a possibilità di raggiungere un livello di sicurezza superiore o di procurarsi altri prodotti che presentano un rischio minore non costituisce un motivo sufficiente per considerare un prodotto come non sicuro o pericoloso”.

Grava in capo al produttore l'obbligo di immettere sul mercato prodotti sicuri e sul distributore quello di agire con diligenza e di collaborare, offrendo ad esempio la documentazione idonea a rintracciare l'origine dei prodotti per un periodo di dieci anni dalla data di cessione al consumatore finale.

In merito alla sicurezza dei prodotti di consumo, anche con riguardo al settore moda, era stata avanzata a livello europeo una proposta di Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio, abrogativa delle direttive 87/357/CEE e 2001/95/CE (COM(2013)78 final del 13 febbraio 2013). Questa normativa si basava sull'art. 114 TFUE, che prevede la possibilità di adottare atti al fine di ravvicinare le legislazioni per l'instaurazione e il funzionamento del mercato interno, quale obiettivo principale, differenziandosi così dalla legislazione rientrante nella disciplina della politica commerciale comune. Tuttavia, la proposta è stata bloccata dal Consiglio nel 2016 e ritirata nel 2017. Il problema riguardava la determinazione dell'indicazione dell'origine in base all'art. 7, secondo cui “1. I fabbricanti e gli importatori appongono sui prodotti un'indicazione del paese d'origine del prodotto o, se le dimensioni o la natura del prodotto non lo consentono, tale indicazione è apposta sull'imballaggio o su un documento di accompagnamento del prodotto. 2. Al fine di determinare il paese d'origine di cui al paragrafo 1, si applicano le regole d'origine non preferenziali di cui agli articoli da 23 a 25 del regolamento che istituisce un codice doganale comunitario. 3. Se il paese d'origine di cui al paragrafo 2 è uno Stato membro dell'Unione i fabbricanti e gli importatori possono far riferimento all'Unione o a un determinato Stato membro”. Il regolamento proposto, con l'articolo in questione, suggeriva quindi di inserire l'indicazione del paese d'origine del prodotto, facendo un rinvio alle norme del codice doganale per determinare l'origine stessa, specificando che sarebbe stato possibile fare riferimento all'Unione o a uno Stato membro specifico, qualora l'origine fosse localizzata nel territorio dell'Unione. Le regole previste nella proposta di Regolamento erano volte ad assicurare la piena tracciabilità dei prodotti, in base alle quali venivano posti obblighi proporzionati e attentamente calibrati a tutti gli attori della filiera: dal produttore all'importatore, sino al distributore. L'intenzione era quella di offrire informazioni trasparenti al consumatore grazie a un'etichettatura dei prodotti in grado di identificare chiaramente le loro caratteristiche. In particolare, la proposta di lasciare all'impresa la scelta di indicare, per i

beni prodotti in Europa, genericamente “Made in Europe” o più precisamente lo Stato europeo di riferimento, come ad esempio “Made in Italy”, era stata ritenuta compatibile con le regole dell’Organizzazione Mondiale del Commercio e quindi non discriminatoria poiché si applica allo stesso modo a merci UE ed extra-UE, distinguendosi così dalla proposta di regolamento sul “Made in” del 2005, successivamente ritirata, che imponeva la marcatura solo ai prodotti importati dai Paesi terzi (su cui v. *infra*, par. 2.3)<sup>6</sup>.

### 2.3. Indicazione d’origine e usi commerciali.

Una parte della normativa, soprattutto nazionale, rilevante nello studio della definizione di “Made in Italy”, applicabile anche al settore moda, riguarda in realtà la possibilità di fare riferimento al paese di origine per indicare un valore aggiunto del prodotto, laddove l’indicazione dell’origine rappresenta una qualità del prodotto stesso, che, mostrando la connessione con un territorio, ne evoca le capacità qualitative e creative, facendo pertanto emergere una finalità legata agli usi commerciali della definizione “Made in”.

In questo quadro, si inserisce la già ricordata proposta di Regolamento del 2005 concernente l’introduzione dell’obbligo di indicazione del Paese d’origine sull’etichettatura di taluni prodotti importati da Paesi terzi (COM(2005)661 del 16 dicembre 2005). La normativa, che si sarebbe dovuta applicare anche ai prodotti moda, si basava sull’art. 133 relativo alla politica commerciale e intendeva imporre la marcatura solo ai prodotti importati dai Paesi terzi, al fine di assicurare una corretta informazione ai consumatori, quali utenti finali che attribuiscono un importante valore commerciale all’informazione sull’origine geografica di un prodotto, e, al contempo, tutelare la competitività dell’industria comunitaria. Tra le motivazioni della proposta rileva l’esigenza di far fronte alle condizioni di svantaggio rispetto ai partner commerciali della allora Comunità europea, i quali, tra l’altro, impongono l’obbligo di un marchio di origine sulle importazioni, e poter così usufruire dei vantaggi associati alla fabbricazione all’interno della Comunità europea, oltre a rappresentare un’occasione per una lotta più efficace alle indicazioni di origine false o ingannevoli.

La proposta del 2005 in questione suggeriva altresì di rivedere il quadro normativo contenuto nella Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell’11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno (attuata in Italia con il decreto legislativo 2 agosto 2007 n. 146), che, volta all’armonizzazione del controllo all’interno del mercato interno in materia di pratiche commerciali sleali, ha previsto, tra l’altro, norme per il

---

<sup>6</sup> In tal senso, si vedano le motivazioni alla proposta del 2013 relativa all’istituzione del marchio Italian Quality reperibili al sito internet <http://www.senato.it/leg/17/BGT/Schede/FascicoloSchedeDDL/ebook/42024.pdf>.

contrasto all'uso ingannevole delle indicazioni di origine. In particolare, la direttiva prevedeva la sussistenza di una pratica commerciale sleale allorché informazioni false o ingannevoli circa l'origine geografica inducessero il consumatore ad acquistare un prodotto che non avrebbe altrimenti acquistato. È in questa ipotesi infatti che emerge la finalità dell'uso della denominazione di origine, potendo il consumatore attribuire un valore commerciale alle informazioni sull'origine geografica di un prodotto. La direttiva non rendeva però obbligatorio fornire informazioni sull'origine geografica delle merci, né definiva il concetto di "origine", che era comunque regolato dal codice doganale.

È tuttavia sul piano interno che sono state avanzate proposte e sono state adottate legislazioni volte a introdurre la dicitura "Made in Italy". Già con la proposta di Legge del 18 luglio 2006 "relativa all'istituzione del Marchio Made in Italy" si voleva perseguire l'obiettivo di assicurare una maggiore protezione alle merci integralmente prodotte con materie prime italiane, ideate e lavorate in Italia. Sulla stessa scia si colloca la proposta di Legge del 2007 contenente norme per la riconoscibilità e la tutela dei prodotti italiani, in cui era prevista l'introduzione della denominazione "Made in Italy" e "100% Made in Italy", nonché regole per l'etichettatura.

Anche la proposta di Legge Reguzzoni-Versace del 2009, contenente "misure inerenti la commercializzazione di prodotti tessili", introduceva l'etichettatura obbligatoria dei prodotti finiti e intermedi nei settori tessile, pelletteria e calzaturiero, al fine di evidenziare il luogo di origine di ciascuna fase di lavorazione e assicurare la tracciabilità dei prodotti stessi. L'utilizzo della denominazione "Made in Italy" veniva concesso unicamente alle imprese che ne facevano richiesta per prodotti finiti per i quali le fasi di lavorazione avevano avuto prevalentemente luogo nel territorio italiano, intendendosi così almeno la metà delle fasi rilevanti per ciascuno settore interessato (tessile, della pelletteria e calzaturiero). Pertanto, per i prodotti rientranti nell'ambito di applicazione della normativa, l'uso dell'indicazione della provenienza italiana poteva essere impiegato qualora i prodotti fossero stati lavorati interamente nel nostro Paese o ivi fosse collocata almeno la metà delle fasi di produzione. Si assisteva così ad una deroga al criterio comunitario dell'origine non preferenziale contenuto nel codice doganale comunitario.

Posto l'insuccesso dell'iter legislativo degli atti sopra citati, la disciplina oggi in vigore è contenuta nella legge 20 novembre 2009 n. 166 di conversione, con modificazioni, del decreto legge 25 settembre 2009 n. 135,<sup>7</sup> che, ai sensi dell'art. 16 relativo a "Made in Italy e prodotti interamente italiani", prevede che si considerino realizzati interamente in Italia i prodotti o le merci per i quali il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento siano stati compiuti esclusivamente sul territorio italiano. Solo in tal modo è possibile l'utilizzo della dicitura "Made in

---

<sup>7</sup> Reperibile al sito internet [https://www.camera.it/parlam/leggi/091661\\_Testo%20coordinato.pdf](https://www.camera.it/parlam/leggi/091661_Testo%20coordinato.pdf).

Italy”. Diversamente, esso prevede la sanzione di cui all’articolo 517 del codice penale, aumentata di un terzo, oltre a quelle applicabili sulla base della normativa vigente per chi utilizzi “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” (art. 16, par. 4). Ai fini dell’applicazione di tale disposizione, il par. 3 chiarisce che “per uso dell’indicazione di vendita o del marchio si intende l’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”. La condanna dell’uso di indicazioni fallaci, impiegando una denominazione che richiama il territorio italiano, è volta a impedire che il consumatore venga indotto a ritenere il prodotto o la merce di origine italiana, quale caratteristica idonea a orientare il consumatore nell’apprezzamento della qualità del prodotto stesso.

All’etichettatura e all’uso dell’indicazione “Made in Italy” è dedicata la Legge 8 aprile 2010 n. 55 contenente “Disposizioni concernenti la commercializzazione di prodotti tessili, della pelletteria e calzaturieri”, che tuttavia non ha mai incontrato il parere positivo della Commissione europea in quanto in contrasto coi principi comunitari, a causa delle restrizioni che avrebbe potuto determinare alla concorrenza e alla libera circolazione delle merci sul territorio europeo.<sup>8</sup> Nello specifico, la Commissione ha rilevato che la denominazione “Made in Italy” viola il principio della libera circolazione delle merci e che i sistemi di indicazione della provenienza d’origine, sia volontari sia obbligatori, contrastano con gli obiettivi del mercato interno dell’Unione perché possono rendere più difficile la vendita in uno Stato membro di una merce prodotta in un altro Stato membro, concretando misure di effetto equivalente a restrizioni quantitative alle importazioni e alle esportazioni, vietate dal Trattato sul funzionamento dell’Unione europea, agli artt. 34 e 35. Per tale ragione non sono mai stati adottati i regolamenti di attuazione della legge 55/2010.

In merito alla legge in parola, si era espressa anche la sezione III della Corte di Cassazione penale, con sentenza del 24 maggio 2012, n. 19650, rilevando che il marchio “Made in Italy” può

---

<sup>8</sup> V. anche nota della Commissione europea Direzione Generale Impresa e Industria n. 518763 del 28 luglio 2010; Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 30/09/2010 n. 49403: nella quale si conferma l’orientamento secondo cui la Legge 55/2010 non sarà ritenuta applicabile sino a quando non saranno emanati i regolamenti attuativi, invitando tutte le amministrazioni pubbliche eventualmente interessate dalla normativa in oggetto ad attenersi a questo indirizzo interpretativo e dunque a non applicare le disposizioni sull’etichettatura obbligatoria dei prodotti tessili, delle pelletterie e delle calzature; Circolare dell’Agenzia delle dogane del 22 settembre 2010, n. 119919 (con cui ha precisato che nell’espletamento della propria attività di controllo non considererà applicabili le nuove disposizioni sull’etichettatura nei settori considerati dalla Legge 55/2010 sino a quando non saranno adottati i decreti interministeriali attuativi di cui sopra).

essere apposto soltanto quando le fasi di lavorazione per realizzare un prodotto finito hanno avuto luogo prevalentemente nel territorio nazionale e 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 caso riguardava una Srl con sede in Romania ed operante nel settore calzaturiero che si era opposta al sequestro disposto dalla Guardia di finanza nei confronti di un proprio carico di solette e gambali su cui era riportata la dicitura “Made in Italy”. Secondo la Suprema Corte, nel caso in esame vi era stata sia un’illegitima apposizione di un marchio di imprenditore italiano sia una falsa attestazione di fabbricazione del prodotto in un Paese diverso da quello effettivo, condotte che rendevano astrattamente configurabile il reato relativo alla vendita di prodotti industriali con segni mendaci di cui all’articolo 517 del codice penale. La Cassazione ha rilevato altresì che la garanzia assicurata dall’art. 517 c.p. riguarda l’origine e la provenienza della merce, non già da un determinato luogo, bensì da un determinato produttore, cioè da un imprenditore che ha la responsabilità giuridica, economica e tecnica del processo di produzione.<sup>9</sup> Ciò che è generalmente rilevante per l’ordine economico non è infatti l’origine o la provenienza geografica, bensì la fabbricazione da parte di un determinato imprenditore, il quale, coordinando giuridicamente, economicamente e tecnicamente il processo produttivo, assicura la qualità del prodotto.

Come già sottolineato dalla Cassazione, sezione III, nella sentenza *Thun* del 7 luglio 1999, n. 2500, “la induzione in inganno di cui all’art. 517 c.p., riguarda l’origine, la provenienza o qualità dell’opera o prodotto, ma i primi due elementi sono funzionali al terzo, che è in realtà il solo fondamentale, posto che il luogo o lo stabilimento in cui il prodotto è confezionato è indifferente alla qualità del prodotto stesso. Lo strumento che rassicura il mercato sulla qualità del prodotto è il marchio, registrato o no, che si configura come segno distintivo del prodotto medesimo, nella forma di un emblema o di una denominazione”. La funzione del marchio viene ravvisata nell’indicazione della provenienza imprenditoriale, nell’assicurazione della qualità del prodotto e nella “suggestione pubblicitaria”, che cioè costituisce un richiamo per la clientela. Questa triplice funzione del marchio non è, ad avviso della Corte, “modificata neppure nella realtà economica contemporanea, nella quale numerosi imprenditori si avvalgono legittimamente di imprese situate in altri paesi per fabbricare i propri prodotti contrassegnati da un proprio marchio distintivo”, come ha già statuito la sezione III della Cassazione penale con la sentenza del 17 febbraio 2005, n. 13712. Il marchio costituisce quindi “il collegamento tra un determinato prodotto e l’impresa, non nel senso della materialità della fabbricazione, ma della responsabilità del produttore il quale, solo di fatto, ne garantisce la qualità nel senso che è il solo responsabile verso l’acquirente; sicché non è

---

<sup>9</sup> Sul punto si veda anche Cass. pen., sez. III, sentenza del 21 ottobre 2004, n. 3352.

richiesto dalla disciplina del marchio che venga pure indicato il luogo di fabbricazione perché non imposto dalla legge e perché non sussiste per l'imprenditore l'obbligo di informare che egli non fabbrica direttamente i prodotti".

La legge 55/2010 e la sentenza della Corte di Cassazione del 2012 sono state oggetto altresì della "interrogazione con richiesta di risposta scritta" n. P-010129/12 del 7 novembre 2012 indirizzata alla Commissione, alla quale era stato chiesto di esprimere una valutazione in merito a detta sentenza e di indicare se fossero necessarie modifiche alle disposizioni del vigente codice doganale relative alla determinazione dell'origine non preferenziale per i prodotti realizzati in due o più paesi<sup>10</sup>. A nome della Commissione europea, Antonio Tajani aveva affermato che "la Commissione non è in posizione per commentare la decisione della Suprema Corte di Cassazione italiana" e che "la legge n. 55 dell'8 aprile 2010 non è entrata in vigore poiché non sono stati adottati provvedimenti attuativi", in merito alla quale la Commissione stava svolgendo le opportune valutazioni. Per quanto riguarda la determinazione dell'origine, nella risposta era stato fatto riferimento alla recente proposta della Commissione relativa al codice doganale dell'Unione, la quale "non modifica il criterio dell'ultima trasformazione sostanziale al fine di determinare l'origine dei prodotti nella cui produzione è coinvolto più di un paese", specificando che "[r]egole più dettagliate su come interpretare il criterio dell'ultima trasformazione sostanziale per i beni importati possono essere incluse negli atti delegati o di attuazione da predisporre in seguito all'adozione ad opera del Consiglio e del Parlamento europeo del nuovo Codice doganale".

Altre iniziative sono state promosse allo scopo di valorizzare i prodotti a fini commerciali, come il disegno di legge del 2013 d'iniziativa di un gruppo di senatori relativo all'"istituzione del marchio Italian Quality per il rilancio del commercio estero e la tutela dei prodotti italiani", che si proponeva di assicurare un livello elevato di protezione dei consumatori. Analogamente, la proposta di legge del 2014 ad iniziativa di un gruppo di deputati mirava ad introdurre "norme per la tracciabilità dei prodotti italiani e per il contrasto della contraffazione", in modo da tutelare sia i prodotti italiani sia i consumatori. Ai sensi dell'art. 4, avrebbero dovuto essere istituiti tre marchi che indicassero in modo chiaro e inequivocabile al consumatore l'origine e il luogo di lavorazione dei prodotti commercializzati nel territorio nazionale. Si trattava di: "made in Italy - 100% italiano", per i beni prodotti utilizzando materie prime italiane e lavorati, in tutte le varie fasi della filiera, dal produttore al consumatore, nel territorio italiano; "made in Italy - prodotto in Italia con materia prima proveniente dall'estero", per i beni lavorati in Italia utilizzando materiale importato da altre nazioni; e, infine, "made in Italy - prodotto italiano realizzato all'estero", per i beni realizzati da

---

<sup>10</sup> Nell'interrogazione scritta era stato fatto riferimento anche, in generale, alla questione relativa alla tracciabilità: v. [www.europarl.europa.eu/doceo/document/P-7-2012-010129-ASW\\_IT.html](http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/P-7-2012-010129-ASW_IT.html).

imprese italiane, su design italiano, i cui impianti sono localizzati all'estero. In questo modo si riteneva che il consumatore sarebbe stato pienamente informato sull'origine dei prodotti cui è interessato e avrebbe potuto effettuare, in modo consapevole, la propria scelta.

In conclusione, il contesto normativo rilevante in tema di denominazione "Made in Italy" comprende le disposizioni legislative che determinano il paese d'origine, nonché quelle che indicano le informazioni che devono essere inserite nelle etichette. Da una prospettiva complessiva, emerge il contrasto tra interessi europei, volti alla tutela del libero scambio nel mercato interno impedendo misure restrittive, e gli interessi nazionali, posti a salvaguardia della produzione territoriale valorizzando le caratteristiche qualitative. La denominazione "Made in Italy" non può però servire per differenziare, sotto il profilo della qualità, i prodotti nazionali rispetto a quelli di altri Paesi, in quanto violerebbe la libera circolazione delle merci all'interno dell'Unione.

Alla luce di quanto osservato, è auspicabile trovare un coordinamento tra le fonti europee e nazionali sull'impiego della dicitura "Made in" in modo che sia conforme al diritto dell'Unione e alle interpretazioni giurisprudenziali della Corte di giustizia in tema di indicazione d'origine (su cui v. *infra*, par. 3), con riferimento principalmente al criterio dell'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale contenuto nel codice doganale, per definire la provenienza di un prodotto, tenendo conto della tutela sia dei prodotti sia dei consumatori.

Estremamente rilevante è, infine, la mancanza di una regolamentazione a livello sia nazionale sia europeo, mentre si sta diffondendo la tendenza ad utilizzare metodi su base volontaria, gestiti da autorità indipendenti, per introdurre e disciplinare sistemi di tracciabilità quali strumenti per rendere trasparenti le informazioni relative alla filiera produttiva, con lo scopo, non solo di contrastare i fenomeni di contraffazione, ma, anche, di tutelare i prodotti stessi.

### 3. Interpretazioni giurisprudenziali.

La mancanza a livello europeo e nazionale di una definizione della denominazione "Made in" condivisa è indice, come osservato, della diversità degli interessi in gioco da tutelare sul piano domestico e sovranazionale, vale a dire l'interesse a tutelare i propri prodotti e le proprie imprese e l'interesse generale dell'Unione europea a garantire il buon funzionamento del mercato interno, in cui sia garantita la libera circolazione delle merci con l'eliminazione di ogni ostacolo, incluse le misure di effetto equivalente, quale può essere l'indicazione del paese di origine, al fine di conferire un valore aggiunto (qualitativo) al prodotto stesso.

Il conflitto di interessi è stato rilevato dagli organi giurisdizionali europei e nazionali, che hanno più volte sottolineato la necessità di salvaguardare il libero scambio, quale pilastro fondamentale dell'integrazione europea.

Come già ricordato, la Commissione europea nel 2005 ha espresso parere negativo in merito alla possibilità di istituire un marchio nazionale attestante la localizzazione sul territorio italiano di tutti i processi di fabbricazione di un prodotto, sostenendone l'incompatibilità con il principio di libera circolazione delle merci nel mercato interno. Una simile denominazione sarebbe stata infatti in contrasto con il codice doganale comunitario, ma soprattutto con l'art. 34 TFUE che vieta fra gli Stati membri le restrizioni quantitative all'importazione e le misure di effetto equivalente. Questa norma impone che i requisiti cui le normative nazionali assoggettano la concessione di denominazioni nazionali di qualità, a differenza di quanto accade per le denominazioni di origine e le indicazioni di provenienza, possano riguardare solo le caratteristiche qualitative intrinseche dei prodotti, indipendentemente da qualsiasi considerazione relativa all'origine o alla provenienza geografica degli stessi. Ne consegue che, ad esempio, un ente pubblico può essere titolare di un marchio collettivo e concederne l'uso solo a condizione che tale marchio non attribuisca valore qualitativo all'origine della materia prima o del luogo di trasformazione, ma si basi esclusivamente sulle caratteristiche intrinseche del prodotto.

La Corte di Giustizia, con la sentenza del 12 ottobre 1978, causa 13/78, *Eggers Sohn et Co. c. Città di Brema* in materia di marchi di qualità di titolarità di enti pubblici, ha ritenuto incompatibile con il mercato interno la presunzione di qualità legata alla localizzazione nel territorio nazionale di tutto o di parte del processo produttivo, perché tale localizzazione di per sé "limita o svantaggia un processo produttivo le cui fasi si svolgano in tutto o in parte in altri Stati membri". Derogano a tale principio solo le regole relative alle denominazioni di origine e alle indicazioni di provenienza, DOP e IGP.

La Corte di giustizia ha anche statuito che l'instaurazione di un mercato comune, previsto dal Trattato, e il ravvicinamento graduale delle politiche economiche degli Stati membri mirano a realizzare la "fusione dei mercati nazionali in un mercato unico avente le caratteristiche di un mercato interno" (sentenza 25 aprile 1985, causa 207/83, *Novartis e a.*, punto 17). Inoltre, sempre ad avviso della Corte, "la tutela dei consumatori è adeguatamente garantita dalle norme che consentono di far vietare l'uso di indicazioni d'origine false" (*ivi*, punto 21).

Con la sentenza del 20 febbraio 1975, causa 12/74, *Commissione c. Repubblica federale di Germania*, i giudici del Lussemburgo, in relazione alla allora vigente direttiva 70/50<sup>11</sup> e al settore

---

<sup>11</sup> Direttiva 70/50/CEE della Commissione, del 22 dicembre 1969, relativa alla soppressione delle misure d'effetto equivalente a restrizioni quantitative non contemplate da altre disposizioni prese in virtù del Trattato CEE.

agro-alimentare, hanno affermato che “le denominazioni d’origine e le indicazioni di provenienza, cui la direttiva si riferisce, devono, a prescindere dagli elementi che possono più particolarmente caratterizzarle, possedere un requisito minimo: esse devono mettere in rilievo la provenienza del prodotto da una determinata zona geografica. Nella misura in cui le predette denominazioni sono giuridicamente tutelate, esse devono giustificare tale protezione, cioè apparire necessarie non solo per difendere i produttori interessati dalla concorrenza sleale, ma altresì per impedire che i consumatori siano tratti in inganno da indicazioni fallaci. La loro ragion d’essere consiste precisamente nel designare un prodotto che possiede in effetti qualità e caratteristiche intimamente connesse alla zona di provenienza. Per quanto riguarda più specificamente le indicazioni di provenienza, il collegamento con la zona geografica d’origine deve poter evocare una qualità e caratteristiche tali da consentire una precisa individuazione del prodotto” (punto 7).

In altri termini, per il consumatore è irrilevante la conoscenza dell’origine precisa del prodotto, a meno che detta origine non implichi una determinata qualità del prodotto, l’impiego di particolari materie prime o un determinato procedimento di fabbricazione, oppure sia rappresentativa di una tradizione o del patrimonio culturale della zona geografica. In questo secondo caso, il marchio d’origine non è però giustificato e avrebbe, di conseguenza, “carattere manifestamente discriminatorio”, così come affermato dalla Commissione nell’ambito della causa 113/80, sentenza del 17 giugno 1981, *Commissione c. Irlanda (Irish Souvenirs)*, punto 13.

Di conseguenza, “la finalità di assicurare un livello elevato di protezione dei consumatori, promuovendo il loro diritto ad una corretta informazione in ordine ai prodotti, non può inibire l’operatività della giurisprudenza della Corte di giustizia, per cui i regimi di marcatura nazionali, siano essi obbligatori o facoltativi, possono essere contrari agli obiettivi del mercato interno, perché rendono più difficile in uno Stato membro la commercializzazione di prodotti fabbricati in altri Stati nei settori in questione, vanificando quindi i vantaggi del mercato interno e il risultato positivo della divisione del lavoro fra gli Stati membri”<sup>12</sup>.

Per chiarire il ragionamento della Corte, si consideri la sentenza del 5 novembre 2002, causa C-325/00, *Commissione c. Germania*, in cui i giudici del Lussemburgo hanno ritenuto che la Germania avesse violato l’art. 28 del Trattato concedendo il marchio di qualità “Markenqualität aus deutschen Landen” (qualità di marca della campagna tedesca) a prodotti finiti di una determinata qualità fabbricati in Germania. Così facendo il messaggio pubblicitario, evidenziando la provenienza tedesca dei prodotti interessati, potrebbe indurre i consumatori ad acquistare i prodotti che recano tale marchio a discapito dei prodotti importati. Sempre secondo la Corte, il carattere facoltativo

---

<sup>12</sup> Cfr. Nota breve, n. 6, aprile 2013, “Incostituzionalità del marchio regionale di qualità dei prodotti agricoli ed agroalimentari”, nota 6, reperibile al sito internet [www.senato.it](http://www.senato.it).

dell'uso del marchio non eliminerebbe il potenziale effetto distorsivo sugli scambi tra gli Stati membri, in quanto potrebbe favorire la commercializzazione dei prodotti in questione rispetto a quelli che non possono fregiarsene (punto 24). Inoltre, la natura del titolare del marchio collettivo non è stata considerata dai giudici europei un elemento rilevante. Infatti, la considerazione che si trattasse di un soggetto privato, per il quale di norma non dovrebbero sussistere implicazioni rispetto ai principi comunitari, non ha esentato dall'applicazione delle regole sopra esposte, perché questi gravitava in effetti nella sfera di influenza dei pubblici poteri ed è stato pertanto considerato come strumento per l'attuazione di misure pubbliche (cfr. punti 14-21).

La Corte ha anche affrontato il tema dei marchi regionali. Nella decisione del 6 marzo 2003, causa C-6/02, *Commissione c. Francia*, la Repubblica francese è stata ritenuta responsabile per non aver cessato, entro il termine contenuto nel parere motivato, la protezione giuridica concessa alla denominazione "Salaisons d'Auvergne" nonché ai marchi regionali "Savoie", "Franche-Comté", "Corse", "Midi-Pyrénées", "Normandie", "Nord-Pas-de-Calais", "Ardenne de France", "Limousin", "Languedoc-Roussillon" e "Lorraine", venendo così meno agli obblighi ad essa incombenti in forza del Trattato. La Corte ha in tal modo fatto proprie le osservazioni formulate dalla Commissione europea, secondo la quale le disposizioni francesi che istituiscono le suddette denominazioni possono avere effetti sulla libera circolazione delle merci tra Stati membri, in quanto, in particolare, esse favoriscono la commercializzazione delle merci di origine interna a detrimento di quelle importate e dunque la loro applicazione creerebbe di per sé una disparità di trattamento tra tali categorie di merci.

Analogamente, nella sentenza del 17 giugno 2004, causa C-255/03, *Commissione c. Belgio*, la Commissione si era fatta portavoce della richiesta di dichiarare che il Belgio avesse violato il Trattato per aver adottato e mantenuto in vigore una normativa che concede il "marchio di qualità Vallone" a prodotti finiti di una determinata qualità fabbricati o trasformati in Vallonia. Tra le condizioni, infatti, per ottenere il marchio in questione figurava l'obbligo di trasformazione o di fabbricazione in Vallonia, mentre i presupposti che davano accesso ad una denominazione di qualità avrebbero dovuto riferirsi esclusivamente alle caratteristiche intrinseche del prodotto, escludendo qualsiasi riferimento alla sua origine geografica.

Anche a livello nazionale non sono mancate pronunce simili a quelle dei giudici europei. Il riferimento è alla nostra Corte costituzionale, che ha censurato quelle leggi regionali con le quali venivano istituiti marchi regionali poiché ritenute contrarie alla normativa europea. È quanto accaduto alla legge regionale del Lazio 5 agosto 2011, n. 9 relativa all'istituzione dell'elenco regionale "Made in Lazio – Prodotto in Lazio", che aveva istituito un elenco di prodotti lavorati nel territorio regionale con materie prime regionali (Made in Lazio – tutto Lazio), di prodotti lavorati

nel Lazio con materie prime derivanti da altri territori (Realizzato nel Lazio), di materie prime appartenenti al Lazio e commercializzate per la realizzazione di altri prodotti (Materie prime del Lazio). Per la Consulta l'illegittimità della normativa dipendeva dal contrasto con le "disposizioni degli articoli da 34 a 36 del TFUE – che, nel caso in esame, rendono concretamente operativo il parametro dell'art. 117 Costituzione" (sentenza 17-19 luglio 2012 n. 191). Tali norme, come noto, vietano, infatti, agli Stati membri di introdurre restrizioni quantitative, all'importazione e alla esportazione, e misure di effetto equivalente.

In modo conforme, con la sentenza 8-12 aprile 2013, n. 66, i giudici delle leggi hanno dichiarato incostituzionale la legge regionale del Lazio 28 marzo 2012, n. 1, recante disposizioni per il sostegno dei sistemi di qualità e tracciabilità dei prodotti agricoli e agroalimentari, per aver istituito un marchio regionale collettivo di qualità al fine di "garantire l'origine, la natura e la qualità nonché la valorizzazione dei prodotti agricoli ed agroalimentari" che, a parere della Presidenza del Consiglio dei Ministri, sarebbe stato in conflitto con gli articoli 34 e 35 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea e quindi con l'articolo 117, primo comma, Costituzione, oltre che con l'articolo 120 della Costituzione. Il Governo italiano aveva infatti ritenuto che la legge regionale avesse introdotto una misura idonea a discriminare i prodotti provenienti da regioni diverse dal Lazio e fosse pertanto una misura di effetto equivalente alle restrizioni agli scambi intracomunitari. Così facendo, con la misura in questione, la Regione non avrebbe rispettato i vincoli derivanti dall'ordinamento comunitario, imposti dall'art. 117 Cost., e avrebbe determinato una restrizione alla libera circolazione delle merci, anche all'interno del mercato nazionale, inducendo i consumatori a preferire i prodotti laziali rispetto a quelli provenienti da altre Regioni, in violazione dell'art. 120 Cost. La Regione Lazio, dal canto suo, riteneva che il sistema creato dalla legge impugnata non introducesse alcuna discriminazione tra prodotti laziali e quelli provenienti da altre Regioni o da altri Stati membri, poiché non istituiva "alcun legame tra marchio e territorio" e non era idoneo ad orientare l'interesse generale dei consumatori in direzione preferenziale di prodotti del territorio laziale. Ciò per la "sua natura del tutto neutra" rispetto alla provenienza geografica del prodotto, posto che ne "possono fruire tutti gli operatori del settore, sia che abbiano stabilimento nella Regione Lazio, sia che svolgano la propria attività economica in altra Regione italiana o, più in generale, nel territorio degli Stati membri".

Nella propria decisione, la Corte costituzionale è partita dall'osservazione che in base alla giurisprudenza comunitaria sono "misure di effetto equivalente" alle restrizioni quantitative agli scambi intracomunitari tutte le normative commerciali che possono ostacolare, anche solo potenzialmente, gli scambi nel mercato interno. Una legge che introduca "un marchio regionale di qualità destinato a contrassegnare, sulla base di disciplinari, ed in conformità a criteri, dalla stessa

stabiliti, determinati prodotti agricoli ed agroalimentari a fini, anche dichiaratamente, promozionali della agricoltura e cultura gastronomica del Lazio” avrebbe come conseguenza quella di “indurre il consumatore a preferire prodotti assistiti da siffatto marchio regionale rispetto ad altri simili, di diversa provenienza, e, conseguentemente, a produrre, quantomeno «indirettamente» o «in potenza», gli effetti restrittivi sulla libera circolazione delle merci”. Il suddetto divieto non potrebbe essere superato neppure considerando i due aspetti posti in evidenza dalla Regione, vale a dire la finalità di tutela del consumatore e il carattere ultra-territoriale del marchio. Quanto alla tutela del consumatore, la Corte ha osservato che essa non rientra nella competenza regionale, ma dello Stato, e alla Regione non è nemmeno attribuito il compito di certificare la “qualità” di prodotti sull’intero territorio nazionale e su quello di altri Stati europei, anche alla luce della giurisprudenza comunitaria secondo cui l’istituzione, da parte di un soggetto pubblico, di un marchio in funzione del perseguimento di una politica di qualità non lo esclude dal campo di applicazione della normativa di tutela degli scambi.

Ancora, i giudici costituzionali, nella sentenza n. 260 del 5-20 novembre 2014 relativa alla legge della Regione Lombardia 19 febbraio 2014, n. 11 (Impresa Lombardia: per la libertà di impresa, il lavoro e la competitività), hanno ritenuto che il suo art. 3, comma 1, lettera g), attribuendo alla Giunta regionale del compito di istituire il riconoscimento del “Made in Lombardia” finalizzato alla certificazione della provenienza del prodotto, si poneva in contrasto con l’art. 117, primo comma, Cost., sul presupposto che l’imputazione ad una autorità pubblica del “sistema di marcatura” avrebbe, almeno potenzialmente, effetti restrittivi sulla libertà di circolazione delle merci tra Stati membri, in violazione delle prescrizioni comunitarie (artt. 34 e 35 del TFUE).

Con la sentenza n. 86 del 12 aprile 2012, la Corte costituzionale ha dichiarato l’illegittimità costituzionale dell’art. 21 della legge della Regione Marche 29 aprile 2011, n. 7, che aveva introdotto un marchio “di origine e di qualità”, denominato “Marche Eccellenza Artigiana (MEA)”. Questo marchio, secondo la Corte, “con la chiara indicazione di provenienza territoriale (Marche), mirava a promuovere i prodotti artigianali realizzati in ambito regionale, garantendone per l’appunto l’origine e la qualità”. La norma era stata ritenuta in contrasto – tramite l’art. 117 Cost., che obbliga le Regioni a rispettare l’ordinamento comunitario – con i divieti di misure equivalenti alle restrizioni degli scambi comunitari posti dagli artt. 34 e 35 TFUE.

Da quanto finora osservato emerge l’esigenza di rispettare i limiti imposti dall’integrazione europea e dalla salvaguardia del mercato interno, per cui sono vietate tutte le misure restrittive. Ciò potrebbe avere, sul piano interno, conseguenze connesse alla tutela dei prodotti italiani, che non

possono indicare denominazioni “Made in Italy” per usi commerciali valorizzando caratteristiche qualitative dei prodotti stessi.

L’espressione “Made in” non è tuttavia ben definita nemmeno nella disciplina doganale, dove l’esigenza di indicare e determinare l’origine non preferenziale di un prodotto deve rispettare i criteri previsti dal codice doganale. Tra questi criteri, quello dell’ultima trasformazione o lavorazione sostanziale è stato oggetto di decisioni della Corte di giustizia, in relazione anche a settori diversi.

Già nella sentenza del 26 gennaio 1977, causa C-49/76, *Gesellschaft für Überseehandel mbH c. Handelskammer Hamburg*, la Corte aveva chiarito che “l’ultima trasformazione o lavorazione sostanziale si verifica solamente nell’ipotesi in cui il prodotto che ne risulta abbia composizione e proprietà specifiche che non possedeva prima di essere sottoposto a tale trasformazione o lavorazione”. Pertanto, il processo di lavorazione deve condurre alla realizzazione di un prodotto che abbia composizione e proprietà specifiche che non possedeva prima di essere sottoposto a tale trasformazione o lavorazione.

La Corte ha avuto modo di precisare che le attività di conservazione di un prodotto o di semplice cambiamento dell’aspetto esteriore dello stesso (es. imballaggi/confezioni, apposizione di etichette/segni distintivi) non sono sufficienti per riconoscere come luogo d’origine del prodotto quello dove le suddette attività si sono svolte. Anche per i prodotti alimentari (non DOP o IGP, per i quali è in vigore una disciplina specifica), l’origine è il luogo di coltivazione o di allevamento della materia prima utilizzata nella produzione e nella preparazione dei prodotti, oppure il luogo in cui è avvenuta la trasformazione sostanziale. In questo settore l’origine non può, in effetti, che essere connessa al territorio.

Per i prodotti industriali ed artigianali è consentito quindi apporre il marchio d’origine “Made in Italy” quando tutte le parti sono fabbricate all’estero, ma vengono successivamente assemblate in Italia per ottenere il prodotto finale, oppure se tutte le parti sono fabbricate in Italia e vengono successivamente assemblate all’estero, senza però che le parti fabbricate in Italia subiscano trasformazioni o lavorazioni sostanziali. La localizzazione dell’assemblaggio, quando è considerato una lavorazione sostanziale o una trasformazione sostanziale, può dunque determinare la possibilità di apporre la dicitura “Made in Italy”.

Dalla giurisprudenza della Corte di giustizia emerge che il mero montaggio o l’incorporazione di pezzi diversi può essere sufficiente al fine di determinare l’origine del prodotto, qualora sotto il profilo tecnico questa fase produttiva sia determinante, in quanto si concretizza la destinazione funzionale dei componenti utilizzati e sono conferite alla merce le proprietà qualitative specifiche del prodotto. L’indicazione dell’origine nel Paese di assemblaggio può pertanto avvenire solo

quando ivi avvenga la creazione di un prodotto “nuovo”, attraverso l’unione di parti interamente fabbricate in altri Paesi, purché il bene che si ottiene sia apprezzabile economicamente.

Nella sentenza del 13 dicembre 2007, causa C-372/06, *ASDA Stores*, la Corte ha osservato che, con riguardo alla questione se un’operazione di assemblaggio di diversi elementi costituisca una trasformazione o una lavorazione sostanziale, “una siffatta operazione è idonea ad essere considerata come conferente l’origine allorché rappresenta, sotto un profilo tecnico e rispetto alla definizione della merce in questione, lo stadio produttivo determinante durante il quale si concretizza la destinazione dei componenti utilizzati e nel corso del quale sono conferite alla merce in questione le sue proprietà qualitative specifiche”, come risulta anche dalla sentenza del 31 gennaio 1979, causa 114/78, *Yoshida*, e dalla sentenza del 13 dicembre 1989, causa C-26/88, *Brother International*. In particolare, in base a quest’ultima (punto 20), “tenuto conto della varietà delle operazioni che rientrano nella nozione di assemblaggio, vi sono situazioni nelle quali l’esame in base a criteri d’ordine tecnico può non essere decisivo per la determinazione dell’origine di una merce. In questi casi è d’uopo prendere in considerazione il valore aggiunto per effetto dell’assemblaggio come criterio sussidiario” (v. anche sentenza *ASDA Stores*, punti 36-37).

Pur se in un diverso contesto normativo, la Corte, nella sentenza del 14 giugno 2007, causa C-56/06, *Euro Tex*, ha affrontato la definizione del criterio in parola nell’ambito della controversia tra la società Euro Tex Textilverwertung GmbH, la quale gestiva un’impresa riconosciuta che si occupava della raccolta, del trasporto e del trattamento di indumenti e altri prodotti tessili e che nel corso del 1998 e del 1999 aveva consegnato a certi commercianti al dettaglio in Polonia prodotti tessili già selezionati e assortiti, e lo Hauptzollamt Duisburg (ufficio doganale di Duisburg) riguardo all’esattezza delle prove dell’origine fornite ai fini dell’esportazione di prodotti tessili usati verso la Polonia. In sostanza, il giudice nazionale chiedeva alla Corte di giustizia di chiarire se occorra operare, alla luce delle disposizioni del protocollo n. 4 allegato all’Accordo europeo che istituisce un’associazione tra le Comunità europee e i loro Stati membri, da una parte, e la Repubblica di Polonia, dall’altra (approvato con decisione del Consiglio e della Commissione 13 dicembre 1993, 93/743/Euratom, CECA, CE), una distinzione tra le operazioni semplici e quelle più complesse di assortimento. Le prime sarebbero, ai sensi dell’art. 7, n. 1, lett. b), del protocollo n. 4, lavorazioni o trasformazioni insufficienti a conferire ad una merce il «carattere originario», mentre le seconde potrebbero costituire lavorazioni o trasformazioni sufficienti ad attribuire tale qualità a norma dell’art. 6 di tale protocollo. Nell’ipotesi in cui fosse stato possibile operare una distinzione siffatta, il tribunale finanziario tedesco domandava di accertare se le operazioni di assortimento come quelle effettuate dalla Euro Tex rientrassero nella categoria delle operazioni più complesse.

La Corte, partendo dal presupposto che nel caso in esame la norma 3 dell'allegato D.1 della convenzione di Kyoto<sup>13</sup> farebbe dipendere l'origine della merce dal luogo in cui essa ha subito la sua ultima trasformazione o lavorazione sostanziale, ha analizzato la norma 6 di tale allegato, secondo la quale "non devono essere considerate trasformazioni o lavorazioni sostanziali le «operazioni che non contribuiscono affatto o soltanto in minima parte a conferire alle merci le loro caratteristiche o proprietà essenziali»". A tale proposito la norma 6 menziona, tra le altre, le "manipolazioni dirette a migliorare la presentazione o la qualità commerciale dei prodotti o a condizionarli per il trasporto, come la separazione o riunione di colli, l'assortimento e la classificazione doganale, il ricondizionamento dei colli" ed i "miscugli di merci di origine diversa, purché le caratteristiche del prodotto ottenuto non siano essenzialmente differenti dalle caratteristiche delle merci che sono state mischiate". Essa non effettua alcuna distinzione tra operazioni semplici e operazioni complesse. Sulla base di tali considerazioni e del fatto che l'art. 7, n. 1, lett. b), del protocollo n. 4 non permette di operare una distinzione tra le operazioni semplici e quelle più complesse di assortimento, la Corte ha ritenuto che "operazioni di assortimento come quelle descritte nella decisione del giudice nazionale rientrano nella nozione di operazione semplice di assortimento ai sensi della suddetta disposizione" (punto 33).

Infine, la Corte ha avuto modo anche di esprimersi in tema di etichettatura nella sentenza del 16 luglio 2015, causa C-95/14, *Unione Nazionale Industria Conciaria (UNIC)*, nel quadro di una controversia tra l'UNIC, un sindacato nazionale di categoria, membro della confederazione dell'industria italiana che raggruppa e rappresenta gli operatori più qualificati nel settore della conceria, e l'Unione Nazionale dei Consumatori di Prodotti in Pelle, Materie Concianti, Accessori e Componenti (Uni.co.pel), associazione di consumatori senza scopo di lucro, che persegue obiettivi di solidarietà sociale, e le società di diritto italiano FS Retail, Luna Srl e Gatsby Srl, in merito alla messa in commercio in Italia, senza indicazione concernente il paese d'origine del prodotto, delle calzature recanti sulla suola interna la denominazione generica, in lingua italiana, «pelle» o «vera pelle». Il giudice del rinvio chiedeva l'interpretazione degli articoli da 34 TFUE a 36 TFUE e degli articoli 3 e 5 della direttiva 94/11, e in particolare se tali disposizioni ostino a una normativa di uno Stato membro, che vieta, fra l'altro, il commercio degli elementi in cuoio delle calzature provenienti da altri Stati membri o da paesi terzi e che, in quest'ultimo caso, sono già state poste in commercio in un altro Stato membro o nello Stato membro interessato, quando questi prodotti non riportano indicazioni relative al loro paese d'origine. La Corte ha risposto al quesito sottopostole stabilendo che "gli articoli 3 e 5 della direttiva 94/11/CE devono essere interpretati

---

<sup>13</sup> Si tratta della convenzione internazionale per la semplificazione e l'armonizzazione dei regimi doganali, versione riveduta del 1999.

nel senso che essi ostano a una normativa di uno Stato membro, quale quella di cui trattasi nel procedimento principale, che vieta, fra l'altro, il commercio degli elementi in cuoio delle calzature provenienti da altri Stati membri o da paesi terzi e che, in quest'ultimo caso, sono già state poste in commercio in un altro Stato membro o nello Stato membro interessato, quando questi prodotti non riportano indicazioni relative al loro paese d'origine".

Secondo l'orientamento consolidato della Corte di giustizia, da un lato, in merito alla determinazione del paese di origine occorre avere riguardo alle fasi di produzione e alle caratteristiche proprie del prodotto finale, dall'altro, con riguardo all'introduzione delle denominazioni territoriali quali marchi indicativi di una qualità, una tale loro funzionalizzazione è in contrasto con il diritto europeo.

#### 4. Considerazioni conclusive.

Il sistema di tracciabilità e la denominazione "Made in Italy" si inseriscono nel più ampio contesto generale delle disposizioni doganali, della salvaguardia della libera circolazione delle merci e della concorrenza, nonché della sicurezza dei prodotti e della tutela dei consumatori. Rilevano in particolar modo i tentativi di introduzione del "Made in Italy" come indicazione di un valore aggiunto del prodotto, laddove la provenienza dal territorio italiano dovrebbe valorizzare la qualità del prodotto stesso. Occorrerebbe pertanto combinare e far convergere i diversi interessi in gioco per giungere a un compromesso nella tutela dei prodotti di eccellenza italiana, soprattutto nel settore moda, caratterizzata da componenti di progettazione e creatività il cui collegamento con il territorio è difficilmente dimostrabile, ma che in tal caso verrebbe censurato per violazione delle dinamiche del libero scambio.

Il quadro legislativo italiano è caratterizzato da tentativi di introduzione di una normativa volta a tutelare i prodotti legati al territorio italiano, o addirittura locale, quali i marchi "Made in" regionali, ritenuti però incostituzionali. Le normative regionali sono state infatti ritenute in contrasto con il diritto dell'Unione europea in materia di libera circolazione delle merci. Da una lettura delle proposte legislative emerge l'esigenza di garantire la tutela dei prodotti moda ideati, fabbricati, prodotti e realizzati in Italia, volta essenzialmente a far valere la qualità del prodotto italiano, non solo in termini materiali, legati alle materie usate o alle tecniche di produzione oppure perché legati ai luoghi dove sono localizzate le fasi di produzione, ma anche per la qualità connessa alla creatività, un'idea che è nata e è stata sviluppata in Italia, che racchiude un patrimonio culturale, calato in un contesto storico-sociale-economico italiano, in una determinata zona, aerea geografica, che presenta proprie particolarità. Si tratterebbe, dunque, di valorizzare un carattere aggiunto,

connesso al territorio italiano, quale sinonimo di buona qualità, e, al contempo, alla dimensione creativa, quale dimensione che racchiude diversi aspetti e non dipende solo dalla definizione di luogo di origine usata nel settore più prettamente doganale. Come previsto nelle proposte legislative, dovrebbe essere presa nuovamente in considerazione l'opportunità di riconoscere un collegamento con il territorio a prescindere (o sulla base di criteri meno restrittivi) dalla localizzazione del processo produttivo, dando prevalenza al luogo in cui si è sviluppata l'idea creativa. Nonostante questa soluzione sia apprezzabile nelle finalità perseguite, in quanto volta ad accrescere la capacità competitiva delle aziende italiane, essa deve ad ogni modo tenere conto delle dinamiche del mercato interno dell'Unione europea, potendo così rappresentare un possibile strumento di valorizzazione senza però recare pregiudizio al libero scambio delle merci tra gli Stati membri.

In questo contesto si colloca la possibilità per le aziende di ricorrere a strumenti per tracciare le fasi della produzione e far così conoscere tutta la vita del prodotto, informando i consumatori e rendendoli consapevoli della lavorazione oltre che delle qualità dei prodotti stessi. Dai dati raccolti con il questionario elaborato nell'ambito delle attività del progetto "Tracciabilità"<sup>14</sup>, emerge infatti che le nuove tecnologie sono considerate dalle aziende uno strumento utile nell'ambito dell'intera filiera, dalla produzione alla vendita, rappresentando un'opportunità per la crescita economica e quindi un mezzo per aumentare la competitività e la visibilità, oltre che per garantire così la trasparenza delle informazioni. Il sistema di tracciabilità contribuisce dunque a valorizzare l'azienda e i prodotti "Made in Italy", a rendere i consumatori più informati, nonché a valorizzare il patrimonio culturale e creativo nazionale. A ciò si aggiunge anche il rilievo che in tal modo le imprese possono più facilmente accertare e assicurare le loro politiche in tema di sostenibilità, quale profilo di interesse sempre più attuale non solo per i produttori stessi ma anche per i consumatori finali. Per le aziende che hanno partecipato al questionario, la promozione della sostenibilità dovrebbe essere un obiettivo comune per le imprese che producono beni italiani.

Il fatto che dotarsi di un sistema di tracciabilità sia volontario, quindi lasciato alla discrezionalità delle aziende, ma *in primis* dello Stato, crea disparità tra le imprese e dinamiche "a diverse velocità" nel mercato. Le aziende che decidono di impiegare un sistema di tracciabilità denotano una volontà di rendere visibili le informazioni riguardanti tutta la filiera, mostrando così non solo i valori dell'azienda stessa ma anche trasparenza nelle fasi della produzione.

Si potrebbe, infine, osservare che solo con un approccio comune potrebbero essere armonizzate le politiche imprenditoriali in virtù della crescita economica e produttiva territoriale.

---

<sup>14</sup> Il questionario e l'analisi dei risultati sono reperibili al sito internet <https://sites.les.univr.it/fashion/index.php/rirfacedesign>.

Proprio con riferimento alla valorizzazione delle aziende del settore moda è stato suggerito che sarebbe utile una maggiore collaborazione per realizzare un'immagine comune, che riunisca un gruppo di aziende legate al territorio con un marchio proprio. La collaborazione e la convergenza delle prospettive delle imprese localizzate in una determinata area territoriale dovrebbero così supportare concretamente ed effettivamente l'elaborazione di politiche comuni nell'affrontare esigenze e sfide comuni. Sulla base di questo presupposto, potrebbero essere riviste e rielaborate le disposizioni legislative in materia di denominazione "Made in Italy" che, come sopra illustrato, tengano conto dei diversi obiettivi perseguiti e delle diverse priorità configurabili.

## Bibliografia rilevante

- F. ANTONACCHIO, *Made in Italy. Protezione di imprese e consumatori dai falsi sul web*, Montecorvino Pugliano, 2016
- A. ARENA, F. BESTAGNO, G. ROSSOLILLO, *Mercato unico e libertà di circolazione nell'Unione europea*, Torino, 2<sup>a</sup> ed., 2020
- S. ARMELLA, *Diritto doganale dell'Unione europea*, Milano, 2015
- D. BARTLETT (ed), *Fashion and politics*, New Haven, London, 2019
- M.C. BARUFFI, *L'industria della moda nel mercato interno: tra rilancio economico e valorizzazione del patrimonio culturale dell'Unione europea*, in *Papers di diritto europeo*, 2018, edizione speciale
- G. BERTOLI, B. BUSACCA, L. MOLTENI, *Consumatore, marca ed "effetto made in": evidenze dall'Italia e dagli Stati Uniti*, Paper n. 47, 2005
- G. BERTOLI, R. RESCINITI, *International Marketing and the Country of Origin Effect. The Global Impact of "Made in Italy"*, Cheltenham UK, 2013
- G. BERTOLI, R. RESCINITI, *Made in Italy e Country of origin effect*, in *Mercati e Competitività*, 2013
- M. BOSSHARD, *La tutela dell'aspetto del prodotto industriale*, Torino, 2015
- F. BRUSA, *Il Made in Italy a confronto con l'eterogeneità dei fini. Ipotesi di un nuovo ordinamento*, in *Alimenta*, 2013
- R. BURBIDGE, *European Fashion Law. A Practical Guide from Start-up to Global Success*, Cheltenham, UK, 2019
- F. CAPELLI, *Ennesima bocciatura della proposta di regolamento sul "made in" (Lacónico commento ad un regolamento mai nato)*, in *Alimenta*, 2013
- L. CARVALHO ABREU, F. PEREIRA COUTINHO (a cura di), *Direito da moda. Vol. I*, Lisboa, 2019
- S.A. CERATO, *I segni indicativi del "made in"*, in *AIDA*, 2016
- F. CINGARI, *La Cassazione sulla tutela penale del Made in Italy*, in <https://archiviodpc.dirittopenaleuomo.org>
- D. CLARK-ESPOSITO, *A practical guide to fashion law and compliance*, New York, 2018
- I. D'AMATO, *La filiera del vero, Contraffazione e autenticità dei prodotti Made in Italy*, Milano, 2016
- S. DELL'ARTE, *I Marchi d'Impresa nella Comunità Europea*, Forlì, 2005
- D. DANIELI, *Louboutin's Red Sole strikes back: osservazioni a margine della causa C-163/16*, in *Papers di diritto europeo*, 2018, edizione speciale

- D. DANIELI, Searching for the appropriate IP regime for fashion designs: the EU vis-a-vis the US, in *Papers di diritto europeo*, 2017, edizione speciale
- F. DI BENEDETTO, Corporate Social Responsibility and antitrust compliance in the fashion industry, in *Papers di diritto europeo*, 2016, edizione speciale n. 2
- M. FABIO, Manuale di diritto e pratica doganale, Milano, 2016
- A. FITTANTE, Brand, Industrial design e Made in Italy: la tutela giuridica. Lezioni di diritto della proprietà industriale, Milano, 2<sup>a</sup> ed., 2017
- J. GARCIA (ed), Fashion Law: Trends and New Challenges, UK, 2020
- A. GERMANÒ, V. RUBINO (a cura di), La tutela dell'origine dei prodotti alimentari in Italia, nell'Unione europea e nel commercio internazionale, Milano, 2015
- G. LEES-MAFFEI, K. FALLAN, Made in Italy. Rethinking a Century of Italian Design, London, 2014
- A. MAIETTA, Il diritto della moda, Torino, 2018
- M.C. MALAGUTI, G.G. SALVATI, La responsabilità sociale d'impresa: percorsi interpretativi tra casi e materiali di diritto internazionale, dell'Unione europea ed italiano, Milano, 2017
- A. MARTIN, Industria 4.0, sfide e opportunità per il Made in Italy. Tecnologie, scenari, casi di successo, Milano, 2018
- M. MEISTER, Notion de transformation ou d'ouvraison substantielle, in *Europe*, 2010
- A. MICARA, Tutela del marchio e competitività nell'Unione europea, Torino, 2018
- E. MINERVINI, L. ROSSI CARLEO (a cura di), Le pratiche commerciali sleali. Direttiva comunitaria ed ordinamento italiano, Milano, 2007
- L. MORICONI, M. ZANGA, Guida pratica sull'origine delle merci. Procedure doganali, etichettatura e "Made in", Milano, 2011
- E. ORTEGA BURGOS (dir.), Fashion Law (Direito de la moda), Navarra, 2018
- M.R. PELIZZARI (a cura di), Moda e mode. Tradizioni e innovazione (secoli XI-XXI). Volume III: Società, Milano, 2019
- A. PERULLI (a cura di), La responsabilità sociale dell'impresa. Idee e prassi, Bologna, 2013
- B. POZZO, V. JACOMETTI (a cura di), Fashion Law. Le problematiche giuridiche della filiera della moda, Milano, 2016
- F.R. RINALDI, S. TESTA, L'impresa moda responsabile, integrare etica ed estetica nella filiera, Milano, 2013
- V. RUBINO, I limiti alla tutela del "made in" fra integrazione europea e ordinamenti nazionali, Torino, 2017

C. SAPPÀ (a cura di), Trademarks and fashion: a first survey in different parts of the world, Milano, 2020

G. TALAMO, Internazionalizzazione, backshoring e made in Italy: un'analisi del settore moda e lusso in Italia, in *Rivista Trimestrale di Scienza dell'Amministrazione*, 2016, n. 4

A.L. VALVO, Moda e lusso come fattori di integrazione europea, in *Rivista Trimestrale di Scienza dell'Amministrazione*, 2016, n. 4

F. VISMARA, Corso di diritto doganale. Diritto dell'Unione europea e diritto interno, Torino, 2018

N. WAJSMAN; C. ARIAS BURGOS; C. DAVIES, Il costo economico della violazione dei diritti di proprietà intellettuale nei settori dell'abbigliamento, delle calzature e degli accessori, 2016, [www.euipo.europa.eu](http://www.euipo.europa.eu)