

Milano, 22 maggio 2018

Tutelare il design "Made in Italy", oggi più di ieri.

Ad un mese dalla conclusione del Salone del Mobile di Milano vale la pena fare qualche riflessione sull'importanza di questo settore per l'economia italiana e sulla centralità della sua tutela legale.

La 57esima edizione del Salone del Mobile di Milano, che ha avuto luogo dal 17 al 22 aprile 2018, è stata senza ombra di dubbio l'edizione dei record.

Difatti, la più importante manifestazione al mondo improntata sul design ha contato 434.000 presenze da 188 Paesi, ben il 26% in più rispetto al 2017. Per non parlare del Fuorisalone, che con i suoi 11 distretti ha ormai conquistato tutti i principali quartieri di Milano, il tutto confermato dall'affluenza dei 7,9 milioni di passeggeri che hanno viaggiato su tutta la rete metropolitana di ATM.¹

Come osservato da Claudio Luti, presidente del Salone del Mobile, ad esaltare il successo di questa ultima edizione non sono solo i dati numerici, ma specialmente il target di visitatori, provenienti soprattutto da Svizzera, Germania, Regno Unito, Stati Uniti, Francia, Spagna, Olanda, Giappone e Brasile, confermando la leadership del Salone e dell'industria italiana del design.

Non a caso il design made in Italy può contare su 29.000 aziende, con 4,4 miliardi di euro di fatturato, piazzando l'Italia al secondo posto, solo dopo la Gran Bretagna, tra le grandi economie europee, all'interno delle quali un addetto al design su cinque è italiano².

L'industria del legno-arredo, grazie al design e all'avanguardia nella sostenibilità ambientale, rappresenta uno dei pilastri del made in Italy: difatti nel settore del legno la costante spinta verso la qualità abbraccia la necessità di stili di vita e di consumo più sobri e sostenibili, più attenti alle ragioni dell'ambiente

e della salute, che incontrano il loro traguardo nella green economy.

Molto si sta facendo a livello di sistema per questo imponente comparto. Le 29mila aziende italiane dell'arredo e dell'illuminazione sono infatti rappresentate dall'associazione FederlegnoArredo .

Sul territorio italiano è presente una fitta rete di soggetti ed istituzioni che svolgono la duplice funzione di diffondere la cultura del design sul mercato interno nonché su quello estero.

Tra questi l'ADI (Associazione per il design industriale), la quale, insieme a Confindustria, ha siglato un accordo di collaborazione finalizzato ad accrescere la cultura e la sensibilità degli imprenditori italiani sul design.

A tutto questo si aggiunge dal 2017 l'azione di promozione del Ministero degli esteri, in collaborazione con istituzioni e privati rappresentanti la qualità del design made in Italy, attraverso il progetto *Italian Design Day*, il quale ogni anno porta nelle principali capitali mondiali la cultura del design nazionale.

L'unicità e l'irriproducibilità del nostro design è particolarmente apprezzata dagli acquirenti di nazionalità cinese, russa e araba, i quali riconoscono l'eccellenza dei prodotti italiani.

È esattamente la qualità dei prodotti di design made in Italy che fa sì che le performance del nostro Paese vadano oltre il fatturato e la specializzazione: alla luce di ciò l'Italia è uno dei leader anche nei brevetti, a

¹ "Il Sole 24 Ore" www.ilsole24ore.com

² "Business People" <http://www.businesspeople.it/>

dimostrazione dello stretto legame tra design ed innovazione.

Gli operatori del settore tendono maggiormente a brevettare le opere di design soprattutto nelle categorie più esposte al pericolo di imitazione quali gli articoli di ornamento, articoli per la casa, apparecchi di illuminazione, mobili ed arredamento.

Per questo motivo la normativa nazionale è ben radicata al fine di rafforzare la tutela giuridica del marchio "made in italy", così come disposto dal D.L. 35/05 convertito nella Legge n. 80/05.

Il pregio maggiore di questa normativa consiste nell'aver esteso le sanzioni contenute nella Legge Finanziaria 2004, che si limitava alle "false e fallaci indicazioni di provenienza". Ora l'uso improprio del marchio "made in italy" è sanzionato penalmente dall'art. 517 c.p., il quale punisce con la reclusione fino a due anni e con una multa fino a ventimila euro chiunque pone in vendita o mette in circolazione prodotti con marchi o segni distintivi atti a indurre in inganno il compratore sull'origine o qualità dell'opera.

La Legge 166/09 ha introdotto un nuovo marchio di origine: il "100% Made in Italy". Ciò a vantaggio delle imprese che hanno mantenuto la produzione sul territorio italiano e non sono ricorse alla delocalizzazione.

Possono considerarsi interamente italiani soltanto i prodotti per i quali il disegno, la progettazione, la

lavorazione ed il confezionamento sono avvenuti esclusivamente sul territorio italiano. Soltanto questi prodotti potranno fregiarsi di diciture quali "100% Made in Italy", "100% Italia" "tutto italiano" o simili.

Con ciò viene introdotta una figura qualificata di marchio d'origine che si distingue dal semplice "Made in Italy". Mentre quest'ultimo rappresenta tutti i prodotti per i quali sia avvenuta in Italia l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale, il "100% Made in Italy" è riservato alle produzioni interamente italiane.

All'interno della prospettiva comunitaria, nel 2014 il Parlamento Europeo ha approvato una proposta di normativa che introdurrà l'obbligo di indicare il "Made in" anche per i prodotti fabbricati in Europa.

I produttori dovranno indicare il Paese d'origine sull'imballaggio o documento di accompagnamento o sul prodotto stesso. Essi avranno la facoltà di utilizzare la dicitura "Made in EU" oppure indicare il nome dello specifico Paese di origine.

Alla luce di quanto sopra esposto, è evidente come la qualità del design "Made in Italy" posseda una forza espansiva anche a livello comunitario. Si auspica pertanto, in una prospettiva futura, un maggiore accrescimento della tutela circa i prodotti italiani anche al di fuori dei confini europei, per poter garantire l'autenticità del prodotto italiano a 360°.

Per ulteriori informazioni e approfondimenti: news@slsavvocati.com

La presente newsletter è destinata a fornire solo informazioni di carattere generale. Non costituisce una consulenza legale e/o fiscale, né pretende di essere esaustiva, pertanto, non può essere invocata come tale.