

L'attacco della contraffazione a qualità, territorio e made in Italy: a Bari la prima vittima è l'olio extravergine d'oliva

9 Novembre 2016

Nel 2015 gli italiani hanno speso 6,9 miliardi di euro per acquistare prodotti contraffatti, un valore in crescita del 4,4% rispetto al 2012. Produrre e commercializzare gli stessi prodotti nei circuiti dell'economia legale comporterebbe 100.515 unità di lavoro in più (circa il doppio dell'occupazione, ad esempio, dall'intera industria farmaceutica). Senza la contraffazione, la produzione interna registrerebbe un incremento di 18,6 miliardi di euro, con un valore aggiunto di 6,7 miliardi (un valore quasi uguale, ad esempio, a quello generato dall'intera industria metallurgica). L'emersione della contraffazione significherebbe anche un aumento del gettito fiscale, tra imposte dirette (su impresa e lavoro) e indirette (Iva), perché oggi il mercato del falso sottrae all'erario 1,7 miliardi di euro. Se si considerano anche le imposte che deriverebbero dalla produzione attivata in altri settori dell'economia, il gettito fiscale complessivo aumenterebbe a 5,7 miliardi di euro, pari al 2,3% del totale delle entrate dello Stato per le stesse categorie di imposte. È quanto emerge da una ricerca del Censis per il Ministero dello Sviluppo Economico (Direzione Generale Lotta alla contraffazione-UIBM).



Nell'ultimo anno nella provincia di Bari Agenzia delle Dogane e Guardia di Finanza hanno effettuato 257 sequestri, per un totale di 556.382 pezzi sottratti al mercato del falso. Si tratta dell'1,6% dei sequestri realizzati in Italia, con una diminuzione negli ultimi otto anni tanto delle operazioni (-35,1%), quanto dei pezzi sequestrati (-31,2%). Bari sembrerebbe dunque aver perso il ruolo di punta come snodo per la distribuzione di merci contraffatte in arrivo dall'estero. Rimane però un luogo di commercializzazione di prodotti fake proveniente dai nodi logistici italiani: Milano, Roma, Firenze, Napoli. Oggi le strade e le piazze di Bari sono

battute da venditori abusivi di luxury goods: falsi beni di marca, per lo più provenienti dalla Cina, che rappresentano solo l'ultimo anello di una filiera le cui fasi a monte si svolgono in altre zone del mondo e dell'Italia.

C'è però un settore in cui la Puglia, e la provincia di Bari in particolare, sono protagoniste: gli illeciti legati alla produzione e alla commercializzazione, soprattutto all'estero, dei prodotti agroalimentari di qualità, in particolare del falso olio extravergine d'oliva. Nel settore dell'olio la Puglia svolge un ruolo di assoluto rilievo: i 910 frantoi e le oltre 190.000 aziende di trasformazione contribuiscono a produrre 242.000 tonnellate di olio d'oliva che nel 2015 hanno rappresentato più del 50% della produzione nazionale. Importante risulta anche la produzione di oli certificati. I produttori di oli Dop in Puglia sono 2.080, attivi su una superficie ulivicola destinata a questa produzione di oltre 20.000 ettari. In Puglia si contano 5 prodotti a denominazione di origine protetta (Collina di Brindisi, Dauno, Terra d'Otranto, Terra di Bari, Terre Rarentine), il più importante dei quali è il Terra di Bari, che rappresenta il 21% del prodotto Dop immesso sul territorio nazionale.

La consistente domanda interna e internazionale di olio extravergine d'oliva di qualità made in Italy alimenta frodi e contraffazioni, attraverso la miscelazione di oli di categorie e origini diverse, puntando a commercializzare oli di qualità inferiore come se appartenessero alla qualità superiore.

Qualità, genuinità, sicurezza e tracciabilità rappresentano i driver della scelta di olio extravergine d'oliva italiano, non solo nel nostro Paese, ma anche da parte dei consumatori all'estero. Sono aspetti su cui la provincia di Bari non può deludere e che meritano un'attenzione specifica da parte di tutti i soggetti che, a diverso titolo, operano all'interno della filiera e nelle azioni di contrasto alla contraffazione. Perché in gioco c'è la qualità made in Italy: straordinario ambasciatore all'estero del «brand Italia» fatto di territorio, qualità, genuinità, tradizione.

Per arginare il mercato del falso, la sola azione di repressione e di contrasto non è sufficiente. Occorre anche spingere sul pedale della sensibilizzazione e dell'informazione dei cittadini-consumatori e delle imprese, al fine di disincentivare l'acquisto e togliere ossigeno al commercio della merce contraffatta, come previsto dal Piano nazionale anticontraffazione del Ministero dello Sviluppo Economico (Direzione Generale Lotta alla contraffazione-UIBM).

Questi sono i principali risultati della ricerca realizzata dal Censis per il Ministero dello Sviluppo Economico.

<https://www.giornaledellepmi.it/lattacco-della-contraffazione-a-qualita-territorio-e-made-in-italy-a-bari-la-prima-vittima-e-lolio-extravergine-doliva/>