

Contraffazione: la Quarta commissione incontra CNA Veneto e Confindustria

Il dopo Covid segna anche il rilancio del fenomeno della contraffazione con una nuova declinazione: l'e-fake, versione digitale del commercio degli articoli e dei marchi contraffatti. È la prima osservazione che Confindustria e **CNA Veneto**, due organizzazioni di categoria che rappresentano 12 mila imprese dell'industria e circa 20 mila piccole imprese dell'artigianato e dei servizi, hanno fornito oggi alla commissione Legalità e valutazione delle politiche pubbliche del Consiglio veneto, guidata da Andrea Zanoni (Pd).

La commissione, incontrando Stefano Miotto, direttore di Siav, la società di formazione e servizi di Confindustria Veneto, e **Matteo Ribon, segretario regionale di [CNA Veneto](#)**, ha inteso prendere le misure del fenomeno contraffazione sul tessuto imprenditoriale veneto e approfondire le strategie di contrasto nei confronti di una forma di concorrenza sleale che mette in ginocchio piccole medie imprese, fa perdere posti di lavoro regolari, rovina la reputazione del 'made in Italy' e indebolisce le identità di intere filiere.

L'industria del falso, tra illegalità e criminalità, interessa tutti i settori produttivi a forte espansione – hanno spiegato i due rappresentanti del mondo imprenditoriale veneto – in particolare moda, abbigliamento, accessori, materiale elettrico e informatico, giochi e giocattoli, meccanica, oggettistica, prodotti alimentari.

“Nella classifica dei sequestri di pezzi contraffatti effettuati da Guardia di Finanza, Polizia locale e Agenzia delle Dogane il Veneto risulta essere al quinto posto in Italia, alle spalle di Toscana, Lazio, Campania e Lombardia –

dichiara **Matteo Ribon, segretario generale di CNA Veneto**, a margine dell'audizione consiliare. Nel mondo dell'agroalimentare l'Italian Sounding, vale a dire l'utilizzo di denominazioni, riferimenti geografici e immagini che evocano i prodotti italiani su prodotti commercializzati all'estero che in realtà di italiano non hanno praticamente nulla causa una perdita di 9 miliardi sull'attuale export agroalimentare. In Veneto penalizza produzioni di eccellenza, come il Grana Padano e il Prosecco”

“Alla politica abbiamo suggerito di investire nell'informazione e sensibilizzazione delle nuove generazioni, rendendole protagoniste della tutela della sostenibilità e della trasparenza delle filiere produttive – riferisce Stefano Miotto, al termine dei lavori della commissione – Il monologo teatrale “Tutto quello che sto per dirvi è falso” che ha ispirato quattro anni fa la campagna regionale di sensibilizzazione ha dimostrato quanto i giovani siano interlocutori attenti e a loro volta sentinelle di un consumo consapevole e responsabile. Il ‘tavolo della moda’ è stato istituito da una libera rete di associazioni del comparto moda per mettere in dialogo le 5 organizzazioni datoriali (Confindustria, Confartigianato, Cna, Confcommercio e Confesercenti) che rappresentano l'intera filiera della moda: può partire da qui una campagna social che promuova legalità e diritti nel lavoro, nella commercializzazione e nei comportamenti dei consumatori”.

Fonte: Comunicato [Consiglio Regionale del Veneto](#)