UIBM

I territori contro la contraffazione

Bari, Milano, Palermo, Prato e Roma: un'analisi comparata

Progetto di ricerca coordinato e finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico - Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM
Studio a cura di Fondazione Censis

Gruppo di lavoro Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM:
Francesca Cappiello, Paola Riccio

Gruppo di lavoro Fondazione Censis:
Anna Italia, Gabriella Addonisio

Indice

Introduzione 5

Parte I - La contraffazione in Italia: caratteristiche e dimensioni 9
La capacità rigenerativa della contraffazione 11
Il mercato del falso ed il suo impatto sull'economia nazionale 23

Parte II - Le analisi provinciali 29
La diversificazione territoriale del contraffatto 31
Il protagonismo degli stranieri nel commercio (anche di merce falsa) 39
Ma gli italiani non stanno a guardare 43

Parte III - Le attività di prevenzione e di contrasto 47
Premessa 49
Il modello Prato 51
Il modello Milano 55
Il Piano d'azione per la lotta alla contraffazione della provincia di Roma 59

Parte IV - Indicazioni operative per la stesura del Piano provinciale 61
I principi da cui partire 63

ALLEGATO 67
Linee guida in materia di prevenzione e contrasto
al fenomeno della contraffazione 69

Introduzione

Il 26 giugno 2015 il Ministero dello Sviluppo Economico e il Ministero dell'Interno hanno sottoscritto le *Linee guida in materia di prevenzione e contrasto al fenomeno della contraffazione* al cui interno si individua, quale efficace forma di raccordo e di intervento per la prevenzione ed il controllo del fenomeno, la stipula o l'implementazione – laddove già operativi – di appositi *Protocolli d'intesa* su base provinciale in capo alla Prefettura.

Tali Protocolli d'intesa muovono dall'esigenza di individuare iniziative anticontraffazione che rispondano agli effettivi bisogni del territorio, rendendo partecipi e responsabili nella programmazione e nell'attivazione degli interventi il maggior numero di organismi, sia pubblici che privati, rappresentativi di tutte le forze che sono coinvolte nella lotta alla contraffazione.

Ferma restando la possibilità di adottare ulteriori forme di raccordo e di intervento a livello locale, al fine di favorire l'uniformità nella predisposizione dei Protocolli d'intesa, le suddette Linee guida individuano *quattro aree tematiche* di riferimento, all'interno delle quali inserire le specifiche iniziative per l'elaborazione di un Piano di interventi.

Le aree individuate all'interno delle Linee guida sono:

In tale cornice, la DG Lotta alla Contraffazione-UIBM del Ministero dello Sviluppo Economico ha affidato al Censis un'attività di studio e di analisi finalizzata a fornire indicazioni operative per la stesura di possibili *Piani di intervento provinciali* articolati secondo gli ambiti operativi individuati all'interno delle Linee guida, in 10 province. Le province sono state scelte tenendo conto dell'intensità e delle caratteristiche con cui si presenta il fenomeno e/o su richiesta della Prefettura.

L'ipotesi da cui muove lo studio è che le indicazioni operative per la stesura del Piano provinciale debbano scaturire da una conoscenza approfondita delle caratteristiche e delle peculiarità con cui si presenta il fenomeno della contraffazione a livello locale, delle aree e dei settori maggiormente a rischio, delle connessioni con il contesto socioeconomico e con altri fenomeni di illegalità, delle buone pratiche di contrasto e di prevenzione già attivate da soggetti pubblici e privati. In altre parole, il Piano deve essere espressione del territorio e delle sue peculiarità.

L'attività del Censis per la DG Lotta alla Contraffazione-UIBM, che sarà conclusa a fine 2017, è già stata condotta nelle cinque province di Bari, Milano, Prato, Palermo e Roma attraverso analisi dei dati disponibili, interviste a *stakeholder* e tavoli di lavoro tra i soggetti attivi sul territorio, ed ha portato, in ciascun territorio alla realizzazione di una pubblicazione e ad un evento pubblico che si è concluso con la consegna al Prefetto dei risultati dell'analisi e delle indicazioni operative per la stesura di un futuro Piano Provinciale.

Nel mese di giugno 2016, nel corso della *Prima settimana anticontraffazione* sono stati consegnati ai Prefetti di ciascun territorio i volumi contenenti i risultati delle analisi condotte nelle provincie di Roma (Ministero Sviluppo Economico, 14 giugno 2016), Milano (Palazzo Marino, 15 giugno 2016) e Palermo (Confindustria Sicilia, 16 giugno 2016). Successivamente, nel mese di novembre, sono state consegnate ai Prefetti le analisi relative ai territori di Bari (Palazzo del Governo, 8 novembre 2016) e di Prato (Camera di Commercio, 23 novembre 2016)[1].

Il testo che si presenta nelle pagine che seguono si articola in due parti:

- nella prima parte sono contenuti *dati e considerazioni sulle caratteristiche e le dimensioni del fenomeno della contraffazione in Italia* tratti dallo studio

[1] Le analisi sono scaricabili dal sito della DG Lotta alla Contraffazione-UIBM (www.uibm.gov.it)

MISE-Censis “La contraffazione: dimensioni, caratteristiche e approfondimenti. Rapporto 2016”[2];

- nella seconda parte si presenta *un’analisi trasversale di quanto emerso dagli studi condotti all’interno dei primi cinque territori analizzati*, evidenziandone punti di contatto e peculiarità territoriali, buone pratiche replicabili, e proposte operative.

Nel 2017 il lavoro sarà completato con le analisi pilota sui territori provinciali di Firenze, Napoli, Venezia, Lucca e Genova e si concluderà con un evento finale previsto per la fine del 2017.

[2] Lo studio è stato presentato a Roma il 14 giugno 2016 ed è pubblicato sul sito della DG Lotta alla Contraffazione-UIBM www.uibm.gov.it/index.php/lotta-alla-contraffazione/osservatorio-contraffazione)

Parte I

La contraffazione in Italia: caratteristiche e dimensioni

La capacità rigenerativa della contraffazione

La contraffazione aderisce perfettamente allo spirito del nostro tempo come fenomeno di scala planetaria, dai confini difficilmente delineabili, ma capace di intercettare, addirittura a volte anticipare, i desideri minuti di *target* di consumatori differenti che si rivolgono al mercato del *fake*.

Di fronte ad un consumatore che continua ad esprimere una forte domanda di articoli contraffatti, la filiera del falso mostra una elevata capacità di mantenere i volumi di mercato, modificando le proprie strategie di elusione dei controlli, rigenerandosi, sapendosi adattare – a volte anticipandoli – ai gusti dei consumatori, diversificando i canali di vendita e la tipologia delle merci offerte.

Oggi i prodotti falsi viaggiano per mare, in aereo, su gomma; sono venduti per strada, in magazzini, in appartamenti, online; si diversificano per qualità, prezzi, categoria merceologica; rispondendo alle richieste di ogni tipologia di consumatore.

Di fronte a controlli che si sono fatti più capillari e mirati, le organizzazioni criminali hanno saputo adattarsi:

- modificando la loro piattaforma logistica, e facendo giungere le merci in Italia dopo averle sdoganate in punti di accesso meno controllati;

- frazionando i carichi illeciti in partite di piccola entità, quindi meno visibili, portate a destinazione da corrieri, anche occasionali, a bordo di furgoni e autovetture, o al seguito di passeggeri;

- facendo viaggiare merce “neutra” e per questo non riconoscibile, e spostando il momento dell’apposizione di marchi ed etichette ed il confezionamento sul territorio di arrivo;

- ricorrendo sempre più di frequente ad internet per immettere sul mercato i prodotti illeciti, sfruttando le enormi potenzialità di penetrazione commerciale dell’e-commerce, la garanzia di anonimato, e la capacità dei siti web di scomparire e rigenerarsi in tempi brevissimi.

In linea generale, gli scali doganali dei porti e degli aeroporti italiani vengono evitati dai contraffattori, perché ritenuti più a rischio di controllo e di conseguente perdita del carico. Piuttosto che sdoganare la merce in Italia, è ritenuto più conveniente passare dai porti del Nord Europa oppure sdoganare nei Paesi dell'Est Europa, ove i controlli sono più celeri e meno accurati, e poi – una volta entrati nella zona Schengen – trasportare la merce via gomma fino alla destinazione finale attraverso il traforo del Monte Bianco o il confine sloveno.

E questo vale non solo per i grandi *container*, che – tra l'altro – come effetto combinato dello svilupparsi del commercio online e dell'intensificarsi dei controlli sono sempre di meno, ma anche per i contenitori più piccoli di merce falsa che viaggia in aereo, e che viene sdoganata preferibilmente in scali esteri.

Un'altra strategia adottata dai contraffattori in risposta all'intensificarsi dei controlli e delle attività di *intelligence*, è quella di separare il prodotto dai segni distintivi, in modo da far passare alle Dogane un prodotto neutro, e per questo meno esposto ai controlli, e di far viaggiare separatamente le etichettature o i confezionamenti, o, addirittura di produrre questi ultimi in Italia. Un chiaro segnale di questa tendenza viene dai sequestri, che annoverano sempre più spesso tra le merci intercettate custodie, buste, involucri, etichette.

Una volta giunte in Italia, le merci vengono trasportate e falsificate nei magazzini all'ingrosso o, addirittura, negli appartamenti o per le strade dagli stessi venditori.

Per raggiungere un pubblico più ampio e differenziato si moltiplicano anche i canali di vendita: oltre ai lenzuoli, alle bancarelle, ai borsoni; le merci false sono disponibili in grandi magazzini di stoccaggio, in appartamenti, in *temporary store* appositamente attrezzati, sul web, e persino nei negozi di vicinato.

Gli accessori e l'abbigliamento restano gli articoli maggiormente contraffatti, ma si può dire che non esista prodotto che non venga falsificato: dai cellulari, agli elettrodomestici, ai giocattoli, ai pezzi di ricambio, ai cosmetici, ai prodotti per la casa, ai medicinali, agli alimenti, ai prodotti di cartolibreria. Ne è una testimonianza la crescita, nelle statistiche sui sequestri, della categoria "altre merci", in cui oggi confluiscono una pluralità di articoli non altrimenti classificabili.

Si diversificano anche i *target* dei consumatori di merce *fake*: se gran parte della merce contraffatta rimane di basso livello e di bassa qualità, ed è destinata ad un pubblico di giovani, di turisti, di altri consumatori che cercano in

spiaggia, per strada, nei mercati articoli *low cost*; non mancano però le offerte di articoli di più alto profilo e qualità, destinati ad un pubblico più esperto, più facoltoso, e disposto a spendere molto anche per un falso, purché sia del tutto simile all'originale.

Addirittura, la contraffazione è stata capace di trasformarsi e di plasmarsi sulle caratteristiche dei diversi territori: *ad hoc*, di qualità, di alta gamma nel milanese; *low quality e low profile* nel palermitano; pronta a cogliere tutte le opportunità, anche quelle determinate dai grandi eventi, sulla piazza romana; alimentare, doc e di qualità a Bari; tessile e inevitabilmente legata all'imprenditoria cinese a Prato. Ma su tutto questo ci si soffermerà più ampiamente nella seconda parte del testo.

I dati sui sequestri effettuati da Agenzia delle Dogane e Guardia di Finanza fotografano molto bene la situazione: il 64,1% dei 15.814 sequestri effettuati nel 2015 riguarda tre categorie merceologiche: gli accessori di abbigliamento (31,6%), l'abbigliamento (21,1%), e le calzature (11,4%) (tab. 1). Nel periodo 2008-2015 i sequestri diminuiscono del 12,3%, e si riducono in particolare i fermi relativi alle categorie numericamente più consistenti, mentre aumentano i sequestri di profumi e cosmetici (+240,7%), di orologi e gioielli (+ 102,8%) e di apparecchiature elettriche (+165%).

Tab. 1 - Sequestri effettuati per contraffazione (*) da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane, per categoria merceologica, 2008-2015 (v.a. e val. %)

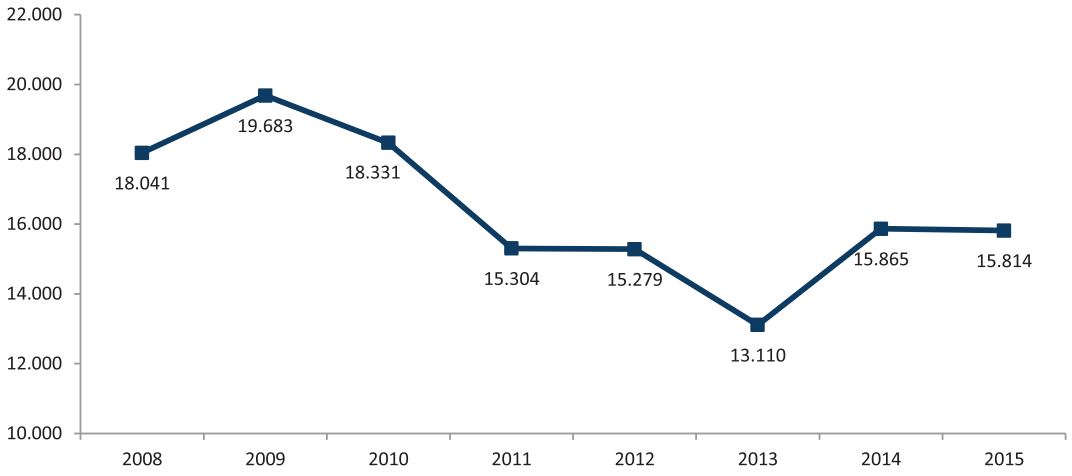
Categorie	2015		2008-2015
	v.a.	val. %	var. %
Accessori di abbigliamento	4.995	31,6	-27,8
Abbigliamento	3.344	21,1	-10,2
Calzature	1.802	11,4	-36,3
Orologi e gioielli	1.758	11,1	+102,8
Occhiali	1.406	8,9	+5,1
Apparecchiature elettriche	1.296	8,2	+165,0
Giocattoli e giochi	235	1,5	-1,3
Apparecchiature informatiche	40	0,3	-34,4
Supporti audio e video	66	0,4	-21,4
Profumi e cosmetici	184	1,2	+240,7
Altre merci	688	4,4	-52,4
Totale	**15.814**	**100,0**	**-12,3**

(*) Sono esclusi Alimentari, bevande, tabacchi e medicinali

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM)

In realtà nel periodo considerato vi sono delle oscillazioni nel numero delle operazioni: l'anno record risulta essere il 2009, con 19.683 sequestri effettuati; da quel momento i sequestri diminuiscono fino al 2013, quando sono 13.110, per poi riprendere negli ultimi due anni sino a raggiungere i 15.814 del 2015 (fig. 1).

Fig. 1 - Sequestri effettuati per contraffazione (*) da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane, 2008-2015 (v.a.)



(*) Sono esclusi Alimentari, bevande, tabacchi e medicinali

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM)

Se si sposta l'attenzione sugli oltre 54 milioni di articoli sequestrati, che dal 2008 al 2015 sono aumentati del 29,2%; al primo posto salgono le "altre merci", con oltre 38 milioni di pezzi sequestrati nel solo 2015, quando rappresentano il 71,2% del totale degli articoli sequestrati (tab. 2). Su questo dato pesano due maxi sequestri di prodotti cartotecnici effettuati a Roma nel 2015, per un totale di oltre 28 milioni di pezzi; ma la crescita dell'intera categoria, in cui confluiscono articoli che non sono immediatamente riconducibili alle altre, è comunque evidente. Si tratta, per lo più, di buste, custodie, marchi o altri oggetti che consentono di completare a destinazione il confezionamento della merce *fake;* ma anche di articoli di cancelleria, chincaglieria, pellet ed altro, a testimoniare l'estrema diversificazione della merce falsa che sfugge alle tradizionali classificazioni.

Anche il numero complessivo dei pezzi sequestrati è soggetto ad oscillazioni: negli otto anni considerati il valore minimo si ha nel 2008, mentre il massimo del quantitativo si raggiunge nel 2009, con oltre 68 milioni di pezzi contraffatti intercettati da Dogane e Guardia di Finanza (fig. 2).

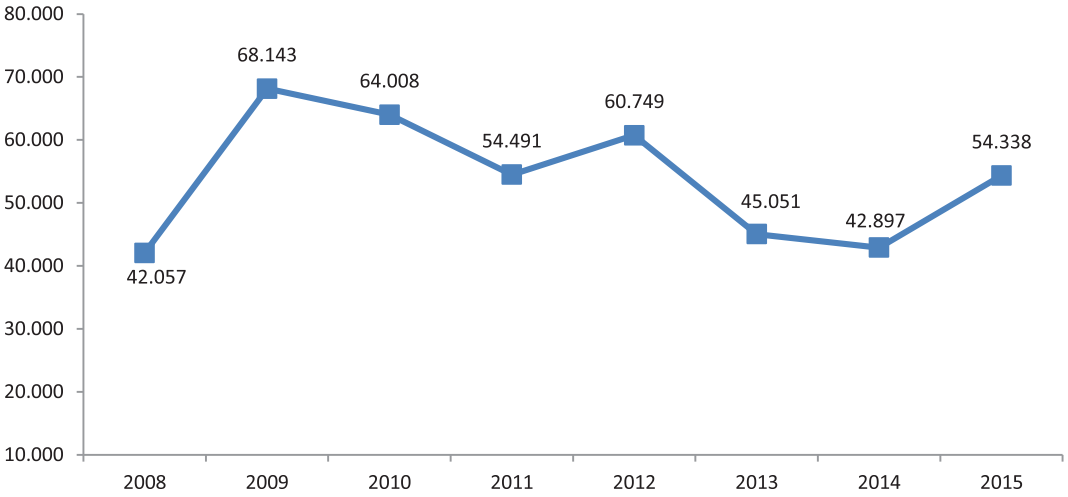
Tab. 2 - Pezzi sequestrati per contraffazione (*) da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane, per categoria merceologica, 2008-2015 (v.a. e val. %)

Categoria merceologica	2015		2008-2015
	v.a.	val. %	var. %
Altre merci	38.704.010	71,2	+268,9
Abbigliamento	3.973.387	7,3	-66,4
Apparecchiature elettriche	3.558.171	6,5	+118,4
Accessori di abbigliamento	3.162.127	5,8	-61,7
Giocattoli e giochi	1.713.620	3,2	+14,3
Supporti audio e video	1.387.929	2,6	+399,6
Profumi e cosmetici	1.091.587	2,0	+64,9
Calzature	328.907	0,6	-94,1
Occhiali	244.990	0,5	-82,3
Orologi e gioielli	168.812	0,3	-58,5
Apparecchiature informatiche	4.002	0,0	-94,7
Totale	**54.337.542**	**100,0**	**+29,2**

(*) Sono esclusi Alimentari, bevande, tabacchi e medicinali

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM)

Fig. 2 - Pezzi sequestrati per contraffazione (*) da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane, 2008-2015 (v.a. in migliaia)



(*) Sono esclusi Alimentari, bevande, tabacchi e medicinali

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM)

Quanto alla distribuzione territoriale dell'attività repressiva, Roma è la capitale del falso: nel 2015 nella provincia sono stati effettuati 3.236 sequestri, pari al 20,5% del totale, ed è stato rinvenuto il 58,1% degli articoli sequestrati (grazie, anche, ai due maxi sequestri già citati); segue Milano, con il 12,4% dei sequestri e il 10,1% dei pezzi sequestrati (tab. 3). Al terzo posto nella graduatoria provinciale dei sequestri si trova Varese (5,7%), seguita da Bergamo (5,4%) e Napoli (3,9%). La provincia partenopea è anche terza nel *ranking* dei pezzi intercettati (5,1%), seguita da Torino (4,2%), e Ancona (3,2%).

Tab. 3 - Prime 10 province per sequestri effettuati e pezzi sequestrati per contraffazione (*) da Agenzia delle Dogane e Guardia di Finanza, 2015 (v.a. e val. %)

Province	Sequestri effettuati		Province	Pezzi sequestrati	
	v.a.	val. %		v.a.	val. %
Roma	3.236	20,5	Roma	31.587.325	58,1
Milano	1.966	12,4	Milano	5.511.523	10,1
Varese	908	5,7	Napoli	2.763.525	5,1
Bergamo	847	5,4	Torino	2.292.699	4,2
Napoli	623	3,9	Ancona	1.748.621	3,2
Genova	567	3,6	Catania	1.408.974	2,6
Venezia	403	2,5	Firenze	1.097.327	2,0
Lecce	331	2,1	Caserta	751.717	1,4
Savona	267	1,7	Lecce	610.519	1,1
Bari	257	1,6	Bari	556.382	1,0
Totale	**15.814**	**100,0**	**Totale**	**54.337.542**	**100,0**

(*) Sono esclusi Alimentari, bevande, tabacchi e medicinali

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM)

All'attività dell'Agenzia delle Dogane e della Guardia di Finanza si aggiunge quella delle altre Forze dell'Ordine – Carabinieri, Polizia di Stato e Polizia Locale – che nella loro attività sul territorio nel 2015 hanno sequestrato complessivamente 841.630 pezzi per contraffazione e pirateria: il 12,3% è costituito da articoli di abbigliamento, l'11,5% da calzature e il 10,8% da supporti audio e video (tab. 4).

Circa il 68% delle merci è stato rinvenuto tra Lombardia (37,1%) e Campania (31,5%); Napoli e Milano rappresentano le due principali piazze, con, rispettivamente, il 36,6% e 26,8% del totale degli articoli sequestrati.

Tab. 4 - Attività di contrasto alla contraffazione e pirateria (*) da Carabinieri, Polizia di Stato e Polizia Locale, 2008-2015 (v.a., val. % e var. %)

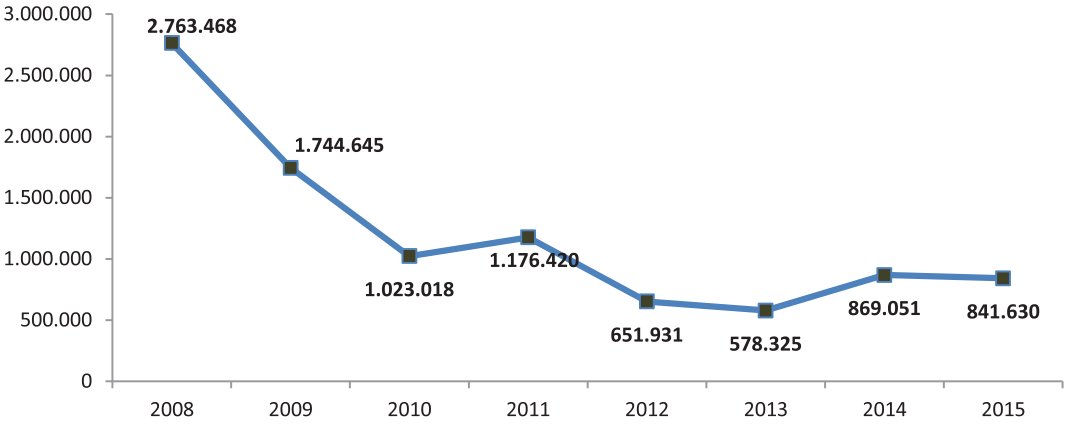
Attività	Indicatori
Pezzi sequestrati	
V.a. 2015	841.630
Var. % 2008-2015	-69,5
Concentrazione territoriale (val. % 2015)	
	Lombardia (37,5%)
	Campania (31,5%)
Principali piazze (val. % 2015)	
	Milano (36,6%)
	Napoli (26,8%)
	Roma (5,6%)
Principali categorie merceologiche (val. % 2015)	
	Altre merci (46,2%)
	Accessori di abbigliamento (12,3%)
	Calzature (11,5%)
	Supporti audio e video (10,8%)

(*) Sono esclusi Alimentari, bevande, tabacchi e medicinali

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM)

Il 2015, rispetto al 2008 evidenzia un calo del quantitativo di articoli sequestrati, pari al 69,5%. In realtà, è dal 2008 al 2013 che l'attività anticontraffazione delle altre Forze di Polizia subisce un forte ridimensionamento, per poi far registrare una ripresa negli ultimi due anni, grazie, soprattutto ai controlli effettuati dalle Polizie Locali e dai Carabinieri (fig. 3).

Fig.3 - Pezzi sequestrati nelle attività di contrasto alla contraffazione e pirateria (*) dei Carabinieri, Polizia di Stato e Polizia Locale, 2008-2015 (v.a.)



(*) Sono esclusi Alimentari, bevande, tabacchi e medicinali

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM)

Per quel che riguarda la provenienza degli articoli contraffatti intercettati ai confini, i dati sulla provenienza degli articoli contraffatti intercettati alle Dogane confermano che la merce falsa ha la sua origine quasi totalmente in Estremo Oriente. Infatti, circa l'80,0% dei fermi è stato effettuato per prodotti provenienti da Hong Kong (37,7%), dalla Cina (36,3%) e da Singapore (5,8,%), per un totale di quasi 1,3 milioni di pezzi sottratti nel 2015 dal mercato regolare ed equivalenti al 61,1% del totale dei beni sequestrati alle Dogane (tab. 5).

Si tratta, nella stragrande maggioranza dei casi, di merce d'origine cinese, che viene caricata e scaricata più volte durante il tragitto per cercare di eludere i controlli delle Forze dell'Ordine.

Del resto, se anziché analizzare il numero dei sequestri, si esaminano gli articoli sequestrati, al primo posto sale la Cina, da cui provengono 1.078.083 prodotti contraffatti intercettati, pari al 50,9% del totale, seguono la Grecia con 286.756 pezzi (anche questi, per lo più di fattura e provenienza cinese) e Hong Kong con 212.727.

Tab. 5 - Sequestri e pezzi sequestrati per contraffazione (*) dalle Dogane per Paese di origine, 2015 (v.a. e val. %)

Paese di origine	V.a.		Val. %	
	Sequestri	Pezzi sequestrati	Sequestri	Pezzi sequestrati
Hong Kong	1.801	212.727	37,7	10,0
Cina	1.734	1.078.083	36,3	50,9
Singapore	275	4.177	5,8	0,2
Turchia	184	103.501	3,9	4,9
Tailandia	118	871	2,5	0,0
Grecia	98	286.756	2,1	13,5
Italia	77	22.189	1,6	1,0
Marocco	62	188.912	1,3	8,9
Emirati Arabi Uniti	39	59.753	0,8	2,8
Senegal	31	2.691	0,6	0,1
Altri Paesi	357	157.619	7,5	7,4
Totale	**4.776**	**2.117.279**	**100,0**	**100,0**

(*) Sono esclusi Alimentari, bevande, tabacchi e medicinali

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM)

Il mercato del falso ed il suo impatto sull'economia nazionale

Nell'immediato post crisi, con la ripresa dei consumi, è ripartita anche la spesa in merce *fake,* attestando come il prodotto contraffatto non eserciti una funzione sostitutiva rispetto a quello originale, ma invece entri a far parte a pieno titolo del paniere di consumo di ciascuno, che di volta in volta sceglie quale merce acquistare, vera o falsa che sia.

Nel 2015 il fatturato totale della contraffazione in Italia è stimato in 6 miliardi e 905 milioni di euro, con una variazione reale del +4,4% rispetto ai 6 miliardi e 535 milioni di euro del 2012.

L'immissione nei circuiti legali dei prodotti contraffatti comporterebbe un incremento della produzione interna di 18,6 miliardi di euro (lo 0,6% del totale), con una ricchezza aggiuntiva per il Paese di 6,7 miliardi, superiore a quella derivante dall'intera industria estrattiva o dall'industria della carta (tab. 6).

Inoltre, per attivare la produzione aggiuntiva sarebbero necessari materie prime, semilavorati e/o servizi dall'estero per un totale di 5,8 miliardi di euro di importazioni attivate.

Sul versante dell'occupazione, il processo di emersione della contraffazione porterebbe all'assunzione di 100.515 unità di lavoro (circa il doppio di quelle generate dall'intera industria farmaceutica), vale a dire circa 15 unità di lavoro ogni milione di euro riportato nella produzione interna nazionale.

Tab. 6 - Stima dell'impatto dell'emersione della contraffazione sulle principali variabili economiche, 2015

Variabili economiche	2015
Domanda perduta (mln di euro)	6.905
Impatto sulla produzione (mln di euro)	18.580
Impatto sul valore aggiunto (mln di euro)	6.739
Produzione generata per ogni € di domanda perduta (moltiplicatore)	2,7
Valore aggiunto generato per ogni euro di domanda perduta (coeff. impatto diretto)	0,98
Importazioni attivate (mln di euro)	5.799
Importazioni attivate per ogni euro di domanda perduta	0,8
Impatto sull'occupazione (unità di lavoro)	100.515
Domanda per ogni unità di lavoro generata (mgl di euro)	68,7
Unità di lavoro generate per ogni mln di euro di domanda perduta	14,6

Fonte: stima Censis per MiSE - Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM

Riportare sul mercato legale tutto il valore della produzione e della commercializzazione di prodotti falsi significherebbe anche produrre un incremento del gettito fiscale relativo alle imposte dirette sull'impresa (Ires-Ire e Irap) e sul lavoro dipendente (Ire), e a quelle indirette sulla vendita (Iva) di circa 1.687 milioni di euro.

Considerando anche le imposte derivanti dalla produzione attivata in altri settori dell'economia, a monte e a valle di quelli direttamente interessati alla contraffazione, il gettito complessivo si incrementerebbe di oltre 4.000 miliardi di euro passando a 5.723 milioni di euro (tab. 7).

Tale mancato gettito rappresenta il 2,3% del totale delle entrate accertate dallo Stato per le stesse categorie di imposte.

Tab. 7 - Gettito tributario generato dall'emersione della contraffazione in Italia, per categoria di imposta, 2015 (v.a. mln di euro)

Imposte	Su domanda diretta	Su produzione attivata	Totale diretta e attivata
Imposte dirette			
Gettito Ires - Ire reddito di impresa	231	610	841
Gettito Irap reddito di impresa	110	276	387
Gettito Ire su redditi da lavoro dipendente	259	235	494
Totale imposte dirette	600	1.121	1.722
Imposte indirette			
Gettito Iva sulla vendita	1.087	2.915	4.001
Totale imposte indirette	1.087	2.915	4.001
Totale	**1.687**	**4.036**	**5.723**

Fonte: stima Censis per MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM

La stima della distribuzione della spesa per settori merceologici rende conto dell'estrema diversificazione e parcellizzazione del mercato del falso, che coinvolge ogni bene ed ogni categoria merceologica.

Se il consumatore del nuovo millennio è sempre più sobrio, orientato a stili di vita salutari e *smartphone addicted*, anche nella vasta gamma di prodotti di cui si compone l'attuale mercato del falso ritroviamo queste caratteristiche.

Al primo posto, per valore del fatturato del contraffatto, si trovano l'abbigliamento e gli accessori, il cui valore sul mercato nazionale è stimato in 2 miliardi e 247 milioni di euro, pari al 32,5% del totale. All'interno di questo settore prevalgono prodotti a basso costo e di bassa qualità, per lo più venduti da ambulanti abusivi; ma si registra anche la presenza di prodotti di migliore finitura, qualità e di prezzo più elevato, che vengono proposti ai clienti in *show room* del falso o in cataloghi postati sui social media, e poi consegnati per appuntamento o porta a porta (tab. 8).

I dati relativi ai sequestri e ai pezzi sequestrati confermano la leadership di questo settore, e testimoniano come, nella categoria dell'abbigliamento, siano sequestrati molti capi sportivi, mentre, tra gli accessori si trovino soprattutto borse, cinture e portafogli (tab. 9).

Tab. 8 - Stima del fatturato della contraffazione in Italia per categoria merceologica, 2012-2015 (v.a., val. %, var. % reale)

Categoria merceologica	2015		Var. % reale 2012-2015
	v.a. (mln euro)	val. %	
Abbigliamento e accessori	2.247	32,5	-1,0
Supporti audio e video	1.965	28,5	+8,7
Prodotti alimentari, alcoli e bevande	1.020	14,8	-2,7
Apparecchi e materiale elettrico	732	10,6	+23,4
Orologi e gioielli	402	5,8	+4,7
Materiale informatico	282	4,1	+14,8
Profumi e cosmetici	107	1,5	-2,8
Pezzi di ricambio auto	101	1,5	-2,7
Giochi e giocattoli	28	0,4	-4,7
Medicinali	21	0,3	-2,7
Totale	**6.905**	**100,0**	**4,4**

Fonte: stima Censis per MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM

Al secondo posto per spesa dei consumatori si trova il settore dei supporti audio e video composto, per la gran parte, di Cd, supporti informatici per computer e per consolle, file scaricati con segni mendaci, con un valore di spesa pari a 1 milione e 965.000 euro, in crescita dell'8,7% rispetto al 2012.

Si tratta di un settore che vede coinvolti in qualità di consumatori soprattutto giovani e minori, e che è particolarmente rappresentato nei sequestri effettuati dalla Polizia Locale.

Segue la contraffazione di prodotti alimentari, alcoli e bevande, spesso confusa con il fenomeno dell'*italian sounding,* ovvero con la vendita – sui mercati esteri – di prodotti che imitano, nel nome e negli ingredienti, gli alimenti simbolo del *made in Italy*. In realtà anche la contraffazione vera e propria di prodotti alimentari ha una sua consistenza sul mercato interno, con un valore di spesa stimato di circa 1 miliardo di euro nel 2015, pari al 14,8% del totale, in diminuzione del 2,7% rispetto al 2012. Le campagne comunicazionali e le azioni di contrasto messe in atto in questo settore nell'anno dell'Expo sembrerebbero avere, almeno in parte, raggiunto gli obiettivi auspicati.

Le categorie che vedono crescere maggiormente il fatturato, nei tre anni considerati, sono:

- quella degli apparecchi e materiale elettrici, al cui interno acquistano peso i cellulari o parti di essi, con un valore di spesa, nel 2015, di 732 milioni di euro, pari al 10,6% del totale, e una crescita del 23,4% rispetto a quattro anni fa. Questo dato è confermato dai sequestri che, nel 63,6% delle operazioni relative a questa tipologia di merci, ha riguardato gli accessori e la componentistica per i telefoni cellulari;

- il settore del materiale informatico, costituito soprattutto di componenti hardware per computer, iPad, schede di memoria, chiavette Usb, con un valore di 282 milioni e un aumento – rispetto al 2012 – del 14,8%. Da segnalare come i sequestri di questo materiale nel 2015 riguardino, in un terzo dei casi, le *memory card*;

- altro settore in crescita, alimentato prevalentemente dalle falsificazioni di orologi o di parti di essi, e che si distingue anche per la contraffazione di oggetti di alta gamma e di elevato valore è quello degli orologi e gioielli, per cui nel 2015 sono stati spesi sul mercato del falso un totale di 402 milioni di euro.

Tab. 9 - Tipologie di articoli maggiormente rappresentate nei sequestri per contraffazione effettuati da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane, per categoria merceologica, 2015 (val. %)

Categoria merceologica	Tipologia	Sequestri (% sul totale categoria)
Abbigliamento	Capi sportivi	11,0
Accessori di abbigliamento	Pelletteria (borse, cinture, portafogli, ecc.)	54,9
Apparecchiature elettriche	Accessori e componentistica per i telefoni cellulari	63,6
Apparecchiature informatiche	Memory Card	32,5
Orologi e gioielli	Orologi (+ accessori e componenti)	94,6

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - UIBM)

In leggera diminuzione il fatturato stimato per gli altri settori, che comunque sono interessati, oltre che dalla contraffazione, anche da altre illegalità ad essa contigue: nel caso dei giocattoli, ad esempio, è sempre più frequente la scoperta, da parte delle Forze dell'Ordine, di articoli non a norma e pericolosi, che vengono venduti oltre che dai venditori ambulanti, anche in rivendite fisse al dettaglio.

Analogo ragionamento vale anche per il mercato della cosmesi, che vale oltre 100 milioni di euro, all'interno del quale si verificano casi di prodotti che, pur non essendo contraffatti, non rispettano le normative sulla sicurezza per la salute.

Diverso è il caso di farmaci, integratori e dei prodotti medicali, che si esclude possano essere presenti nei canali di vendita ufficiali, che viaggiano per la maggior parte in piccoli quantitativi dopo essere stati ordinati online, e che, per questo motivo, sono più difficili da intercettare. In questo caso la falsificazione riguarda solo alcune tipologie di prodotti, soprattutto integratori, metabolizzanti, prodotti dietetici e i cosiddetti "farmaci dell'amore".

L'impegno continuativo e capillare delle Forze dell'Ordine sembra quindi non bastare ad arginare un fenomeno che può contare su un'innata capacità rigenerativa derivata dall'abilità delle organizzazioni criminali di modificare le strategie di ingresso, stoccaggio, produzione e distribuzione della merce falsa, studiando *escamotage* elusivi sempre nuovi e originali, in grado di soddisfare una domanda che non accenna a diminuire.

Pertanto è indispensabile affiancare alle pur necessarie attività di controllo e di contrasto iniziative di sensibilizzazione e di comunicazione rivolte alle imprese e, soprattutto, al cittadino-consumatore, in modo da renderlo partecipe e protagonista in prima persona della lotta contro la contraffazione.

L'impresa contraffattiva ha dimostrato di saper mettere in campo strategie di promozione e comunicazione endemiche: altrettanto endemici devono essere gli sforzi per contrastare il suo dilagare attraverso la costruzione di una cultura della legalità sempre più diffusa e solida.

Parte II

Le analisi provinciali

La diversificazione territoriale del contraffatto

La contraffazione è fenomeno magmatico, che si trasforma anche in funzione del territorio in cui si realizza.

Se in tutti i territori a presidiare il mercato fisico del falso rimane il settore del *fashion*, con modelli casual e *low cost*, esiste però una connotazione provinciale del fenomeno, che rimanda direttamente ai principali indicatori socioeconomici Locali, e che si riflette in una differente offerta di prodotti e in una diversificazione dei canali di vendita attraverso i quali essi vengono commercializzati.

Tale connotazione è risultata chiaramente dagli studi effettuati nelle cinque province di Bari, Milano, Palermo Prato e Roma.

Così a Milano si può affermare che la contraffazione ha assunto le caratteristiche di una città dinamica e sempre più *global oriented*, affiancando all'offerta del classico prodotto da bancarella, una serie di oggetti falsi di alta rifinitura, commercializzati con modalità originali e altamente innovative. Tra i canali di vendita, rappresentano il massimo punto di innovazione i *temporary store* del contraffatto, ovvero appartamenti situati in zone centrali della città dove vengono effettuate mostre e vendite temporanee di prodotti falsi di alta rifinitura.

Roma è la più grande piattaforma relazionale d'Italia, con milioni di consumatori diversi che ogni gravitano attorno a essa, e che le fanno meritare a pieno diritto il titolo di capitale del contraffatto. Nella capitale prospera anche il *merchandising* del falso: non c'è evento, religioso, sportivo o musicale (l'ultimo è stato il Giubileo) che nella città eterna non scateni vendite di prodotti falsi a tema.

A Palermo, invece, il mercato del falso assume caratteristiche diverse, rispondendo alle esigenze di un consumatore che, stretto dalla scarsa disponibilità economica acuita dalla crisi e dal tasso di disoccupazione elevata, preferisce un prodotto *low cost*, *low quality e low profile,* che trova nelle tante forme di abusivismo commerciale presenti sul territorio il principale canale di diffusione.

Più legata alla vocazione agricola e dell'agroalimentare la contraffazione di Bari, dove la produzione ed il commercio di olio alimentano una serie di traffici illeciti finalizzati a far passare come prodotto italiano doc extravergine al 100% olio frutto di miscele di prodotti di origine e di categorie diverse.

Infine, industria tessile e imprenditoria cinese determinano la contraffazione di Prato, che è quasi esclusivamente produttiva e che rappresenta solo una parte marginale di un più complesso sistema di illegalità presente sul territorio e innescato dai cinesi per mantenere bassi i costi del lavoro.

Le caratteristiche socioeconomiche dei territori ne influenzano anche la loro presenza in uno o più snodi della filiera del falso, dalla produzione, alla commercializzazione finale.

Prato ha un suo ruolo soprattutto nella produzione di manufatti tessili falsi, Roma e Milano coprono tutte le attività logistiche fino alla vendita finale; mentre Bari e Palermo sono attive soprattutto nella fase della commercializzazione. Fa eccezione, a Bari, la contraffazione dell'olio, un illecito che vede il territorio locale come protagonista nella produzione, mentre la commercializzazione avviene soprattutto in altre aree del Paese o, addirittura, all'estero.

Le cinque province analizzate hanno complessivamente 10.337.332 residenti, che rappresentano il 17% della popolazione italiana (tab. 10). Nelle stesse province nel 2015 è stato effettuato il 35,8% del totale dei sequestri ed è stato intercettato il 69,6% del totale degli articoli falsi.

Questi ultimi dati sono fortemente condizionati dalla presenza di Roma e di Milano, che da sole, assommano il 32,9% dei sequestri e il 68,2% dei pezzi sequestrati da Dogane e Guardia di Finanza nell'ultimo anno. Si tratta di prodotti che non sono destinati esclusivamente al mercato locale, ma che in molti casi arrivano nelle due città per poi essere smistati altrove. Solo il 50% dei sequestri effettuati alle Dogane della provincia di Roma nel 2015 aveva come destinazione finale la capitale, che comunque si configura come la prima piazza del consumo di *fake* in Italia. Tra le regioni italiane che attendono la merce tarocca sdoganata a Roma hanno un ruolo rilevante quelle del Sud: al primo posto si trova la Campania, seguita dalla Sicilia. Ancora più evidente il ruolo del territorio meneghino come *hub* di distribuzione e stoccaggio di merce contraffatta. La quota di merce sequestrata destinata al territorio locale è solo una minima parte, mentre oltre i tre quarti delle partite risultano destinate verso altre regioni italiane.

I grandi ambienti dismessi delle ex fabbriche, retaggio di un'economia produttiva ormai lontana, sono diventati nel giro di pochi anni spazi adibiti a magazzini e laboratori di assemblaggio di beni replicati provenienti da Cina, Taiwan, Hong Kong, ma anche Turchia, Marocco e Grecia, che approdano a Milano per poi ripartire verso gli altri mercati italiani. I principali, in base ai dati sui sequestri, risultano il Lazio, l'Emilia Romagna, il Veneto, la Sicilia e il Piemonte.

Tab. 10 - Popolazione, sequestri e pezzi sequestrati da Agenzia delle Dogane e Guardia di Finanza a Bari, Milano, Palermo, Prato, Roma, 2015 (v.a. e val. %)

Province	Popolazione		Sequestri		Pezzi sequestrati	
	v.a.	val.%	v.a.	val.%	v.a.	val.%
Bari	1.263.820	2,1	257	1,6	556.382	1,0
Milano	3.208.509	5,3	1.966	12,4	5.511.523	10,1
Palermo	1.271.406	2,1	129	0,8	109.105	0,2
Prato	253.123	0,4	74	0,5	53.858	0,1
Roma	4.340.474	7,2	3.236	20,5	31.587.325	58,1
Totale 5 province	10.337.332	17,0	5.662	35,8	37.818.193	69,6
Totale Italia	**60.665.551**	**100,0**	**15.814**	**100,0**	**54.337.542**	**100,0**

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat e Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione-UIBM)

I sequestri per categoria merceologica – tanto con riferimento all'ultimo anno che nel medio periodo – rivelano come in 4 province (Bari, Palermo, Prato e Roma) prevalga un'offerta di *fake* tradizionale, per lo più legato al *fashion* e al *low cost,* che punta alla convenienza del prezzo piuttosto che alla qualità del prodotto (tab. 11). Si tratta di un'offerta composta prevalentemente di abbigliamento, accessori e calzature.

Diverso, invece, il caso di Milano, ove ai primi posti del *ranking* dei sequestri compaiono due categorie merceologiche, gli occhiali e, soprattutto, gli orologi, che testimoniano come in questa provincia si sia in presenza di una domanda di merce falsa rivolta ad un consumatore più sofisticato, che richiede anche prodotti di alta gamma. Gli orologi arrivano sul territorio nazionale in piccoli quantitativi e disaggregati: i meccanismi provengono da Cina, Giappone e Svizzera e, in base al Paese di provenienza, si delinea una maggiore o minore qualità del prodotto, in un *range* che va da economico o medio economico per il prodotto asiatico al lusso della confederazione elvetica. Ed è proprio la vicinanza con la Svizzera che determina un maggiore afflusso di questi beni nella provincia di Milano, che diventa il luogo dove gli orologi vengono assemblati per poi essere immessi nel mercato. Ancora più peculiare è il caso di Bari, ove negli ultimi anni sono stati scoperti numerosi casi di frodi e falsificazioni dell'olio di oliva finalizzate a vendere olio miscelato con olii di categorie e/o di origini diverse come extravergine italiano al 100%.

Tab. 11 - Principali categorie merceologiche dei sequestri effettuati per contraffazione (*) da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane a Bari, Milano, Palermo, Prato, Roma, 2008-2015 (val.%)

Province	Categorie merceologiche	% sul totale sequestri della provincia 2015	Categorie merceologiche	% sul totale sequestri della provincia Totale 2008-2015
Bari	Accessori di abbigliamento	31,5	Accessori di abbigliamento	32,0
	Calzature	24,9	Abbigliamento	22,8
	Abbigliamento	17,9	Calzature	13,7
Milano	Orologi e gioielli	45,2	Orologi e gioielli	44,9
	Occhiali	20,7	Accessori di abbigliamento	18,6
	Accessori di abbigliamento	17,2	Occhiali	11,6
Palermo	Abbigliamento	27,9	Accessori di abbigliamento	30,9
	Calzature	27,9	Abbigliamento	19,9
	Accessori di abbigliamento	20,9	Calzature	14,8
Prato	Abbigliamento	52,7	Accessori di abbigliamento	36,1
	Accessori di abbigliamento	33,8	Abbigliamento	33,3
	Calzature	5,4	Altre merci	12,8
Roma	Accessori di abbigliamento	39,9	Accessori di abbigliamento	44,8
	Abbigliamento	20,7	Abbigliamento	18,5
	Apparecchiature elettriche	14,0	Calzature	12,2
Totale Italia	**Accessori di abbigliamento**	**31,6**	**Accessori di abbigliamento**	**35,4**
	Abbigliamento	**21,1**	**Abbigliamento**	**20,4**
	Calzature	**11,4**	**Calzature**	**11,7**

(*) Sono esclusi Alimentari, bevande, tabacchi e medicinali

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione-UIBM)

Se dai dati sui sequestri si passa ad esaminare i dati relativi ai pezzi sequestrati emerge una estrema diversificazione della merce falsa che viene rinvenuta e che sfugge alle classificazioni tradizionali collocandosi spesso nella categoria "altre merci". Del resto, questa diversificazione risponde al dinamismo della domanda, che non si rivolge esclusivamente alle tradizionali categorie di articoli falsi, ma che ormai interessa ogni tipologia di bene di consumo. In Italia, e in tutte le province analizzate, con l'unica eccezione di Prato, si è in presenza di un numero consistente, e in crescita, di articoli classificati come "altre merci", tra i quali, nel corso degli approfondimenti, ne sono emersi alcuni che ricorrono nei sequestri come i prodotti cartotecnici a Roma e Milano e il pellet a Bari.

Un altro fenomeno da segnalare nuovamente è come i prodotti che figurano all'interno della categoria "altre merci" rappresentino spesso quei segni distintivi necessari per portare a termine falsificazioni spesso iniziate al di là dell'Oceano. Si tratta dei sequestri di etichette, cartellini, adesivi, loghi, buste per il confezionamento, scatole per cellulari: tutti accessori indispensabili per compiere l'ultimo passaggio verso l'oggetto finito; per trasformare merce neutra (che, in quanto tale, può facilmente passare inosservata alla frontiera o essere venduta regolarmente) in merce griffata.

Tab. 12 - Principali categorie merceologiche dei pezzi sequestrati per contraffazione (*) da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane a Bari, Milano, Palermo, Prato, Roma, 2008-2015 (val. %)

Province	Categorie merceologiche	Val.% sul totale pezzi sequestrati della provincia 2015	Categorie merceologiche	Val.% sul totale pezzi sequestrati della provincia 2008-2015
Bari	Abbigliamento	45,4	Apparecchiature elettriche	34,7
	Altre merci	43,7	Altre merci	19,3
	Giocattoli e giochi	5,3	Abbigliamento	16,1
Milano	Altre merci	71,7	Accessori di abbigliamento	57,0
	Apparecchiature elettriche	18,6	Altre merci	26,5
	Profumi e cosmetici	6,4	Giocattoli e giochi	4,7
Palermo	Altre merci	63,1	Giocattoli e giochi	61,1
	Abbigliamento	29,2	Altre merci	19,7
	Calzature	5,2	Abbigliamento	6,3
Prato	Abbigliamento	91,9	Orologi e gioielli	63,3
	Accessori di abbigliamento	7,8	Abbigliamento	16,7
	Apparecchiature elettriche	0,2	Accessori di abbigliamento	12,9
Roma	Altre merci	93,2	Altre merci	42,6
	Apparecchiature elettriche	4,2	Abbigliamento	20,2
	Accessori di abbigliamento	1,0	Apparecchiature elettriche	11,0
Totale Italia	**Altre merci**	**71,2**	**Altre merci**	**36,7**
	Abbigliamento	**7,3**	**Accessori di abbigliamento**	**17,9**
	Apparecchiature elettriche	**6,5**	**Abbigliamento**	**15,7**

(*) Sono esclusi Alimentari, bevande, tabacchi e medicinali

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (MiSE, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione-UIBM)

Le analisi di campo hanno anche fatto emergere una diversificazione dei canali di vendita della merce falsa, soprattutto nei due territori di Roma e di Milano, ove la domanda è più ampia e diversificata rispetto a un mercato nazionale che rimane più legato all'acquisto di articoli ordinari per strada, in spiaggia o nei mercati.

Nelle due città maggiori, invece, si incontrano sia i tradizionali canali di vendita minuta quali bancarelle, lenzuola, mezzanini delle stazioni, sia circuiti di

spaccio più *fashion* e di nicchia, rivolti a una clientela più evoluta, più esclusiva, fidelizzata.

Un esempio su tutti di come a Milano l'offerta sia stata capace di plasmarsi su una domanda di alta gamma e di qualità è quello dei *temporary store* del falso, ovvero appartamenti prestigiosi situati in zone centrali della città che vengono affittati per brevi periodi, e al cui interno vengono effettuate vendite spot di prodotti falsi di alta rifinitura che, in alcuni casi, non sono ancora presenti sui cataloghi dei grandi marchi.

Sempre a Milano è presente anche un'offerta di falsi di qualità destinati a turisti danarosi, soprattutto asiatici e russi, che viene proposta dai *tour operator* del contraffatto, i quali accompagnano i visitatori a fare acquisti in appartamenti prestigiosi in zone centralissime della città nei quali vengono allestite esposizioni di merce studiate *ad hoc* sulle esigenze della clientela straniera: si tratta soprattutto di borse, pelletteria ed articoli di abbigliamento dei grandi *brand* internazionali della moda.

Diverso è il caso di Roma, ove si stanno sviluppando – accanto ai tradizionali siti di vendita – altri canali che abbiamo definito come "bancarelle 2.0", ovvero cataloghi di merce falsa visionabile online. In questo caso, se i clienti sono italiani vengono intercettati attraverso il passaparola con messaggi su whatsapp o su profili Facebook in cui vengono anche presentate le fotografie dei prodotti a disposizione che, una volta ordinati, sono consegnati in strada per appuntamento, o porta a porta. Se i clienti sono turisti, vengono intercettati per strada, mostrando loro cataloghi cartacei o su iPad della merce disponibile, e poi condotti per l'acquisto in piccoli depositi del centro storico.

Il protagonismo degli stranieri nel commercio (anche di merce falsa)

In tutte le province che sono state oggetto dell'analisi il commercio rappresenta la prima voce dell'economia locale, con l'unica eccezione di Prato ove è sopravanzato dal manifatturiero.

Si tratta di un settore che negli ultimi anni ha vissuto delle profonde trasformazioni che si sono manifestate con la chiusura di molti dei negozi di vicinato gestiti da italiani, sostituiti in parte dalla distribuzione moderna, in parte dall' e-commerce, e nella maggior parte dei casi da esercizi gestiti da stranieri. Questi ultimi si sono inseriti con successo sia nel commercio in sede fissa, sia, soprattutto, nel commercio ambulante.

Negli ultimi cinque anni, mentre il totale dei commercianti in Italia è diminuito dell'1,5%, gli stranieri dediti al commercio sono cresciuti del 27,3% . Nelle cinque province oggetto dell'analisi il dato non è univoco, per cui il totale dei commercianti cresce a Prato (+8,5%), a Milano (+6,5%) e a Roma (+1,3%), mentre diminuisce a Bari (- 3,1%) e a Palermo (-2,8%) (tab. 13).

Quello che è certo è che ovunque il settore ha "tenuto" grazie ai commercianti stranieri, che a Milano negli ultimi cinque anni sono aumentati del 59,2%, a Palermo del 49,4%, a Prato del 43%, a Roma del 35,5% e a Bari del 13,1%. Oggi a Roma gli esercizi commerciali in mano a stranieri sono 15.226 e a Milano sono 10.312, e in tutte le province analizzate, con l'unica eccezione di Bari (dove un commerciante su dieci è straniero), almeno un commerciante su quattro è straniero, a Prato, addirittura, uno ogni tre.

In tutti i territori si assiste ad una specializzazione etnica nel commercio, che vede sulle strade come venditori ambulanti principalmente africani e bengalesi (questi ultimi in crescita negli ultimi anni), mentre a gestire negozi di vicinato e magazzini sono principalmente i cinesi.

Tab. 13 - Titolari d'impresa nel commercio all'ingrosso e al dettaglio (*), 2011 - 2015 (v.a., val. % e var. %)

Province	Totale		*di cui stranieri*		
	v.a. 2015	var. % 2011-2015	v.a. 2015	val. % 2015	var. % 2011-2015
Bari	28.205	-3,1	2.848	10,1	+13,1
Milano	37.179	+6,5	10.312	27,7	+59,2
Palermo	21.243	-2,8	6.218	29,3	+49,4
Prato	4.407	+8,5	1.605	36,4	+43,0
Roma	59.629	+1,3	15.226	25,5	+35,5
Totale 5 province	150.663	+1,3	36.209	24,0	+41,9
Totale Italia	**872.605**	**-1,5**	**168.211**	**19,3**	**+27,3**

(*) Esclusa la riparazione di autoveicoli

Fonte: elaborazione Censis su dati Telemaco- Infocamere

Accanto a questi imprenditori che si muovono sul mercato regolare, negli anni sono cresciuti anche gli ambulanti stranieri irregolari, che si dedicano alla vendita abusiva, spesso di merce falsa. Questi appartengono alle stesse nazionalità dei loro connazionali in regola con le normative; sono per la gran parte africani (soprattutto senegalesi e marocchini) e bengalesi; vendono la propria mercanzia in borsoni, su bancarelle o su lenzuoli muovendosi sul territorio e spostandosi nei luoghi ove si trovano le occasioni più propizie.

A Bari, Roma, Palermo sono sempre gli stessi individui che in inverno si muovono in forma itinerante tra i banchi dei mercati settimanali e sulle strade della città, e in estate si spostano lungo le frequentate spiagge del litorale.

A Roma e a Milano i senegalesi che vendono per strada si riforniscono in magazzini gestiti da cinesi o da altri connazionali, e non è raro il caso che acquistino merce neutra che poi viene falsificata da loro stessi tramite l'apposizione del marchio e di etichette in appartamenti o per strada.

Lo studio effettuato ha mostrato come i senegalesi, che fino a poco tempo fa rappresentavano l'ultimo anello della catena del falso, oggi si stanno via via

emancipando, con una tendenza a fare impresa e a mettersi in proprio e a divenire essi stessi grossisti per rivendere a propri connazionali o ai bengalesi, che in questo momento si trovano in una posizione ancora più subalterna.

Ma nella fase più a monte della filiera, quella dello stoccaggio, i veri protagonisti sono i cittadini cinesi che, in particolare nei due *hub* di Roma e di Milano, mantengono rapporti con i fornitori, gestiscono magazzini di distribuzione e vendita all'ingrosso di merce – contraffatta e non – che riforniscono a loro connazionali, ad altri extracomunitari, e anche ad italiani.

Inoltre, gli stessi cinesi, perlomeno a Roma nella zona dell'Esquilino, gestiscono rivendite al dettaglio di merce neutra (e pertanto regolare), pronta ad essere rifinita con *griffe* ed etichette e a trasformarsi in *luxury goods*.

Ma gli italiani non stanno a guardare

Senza dubbio, come abbiamo visto e come è stato ampiamente ribadito dagli *stakehoders* intervistati, gli stranieri hanno un ruolo preminente nella produzione, distribuzione e vendita al minuto della merce falsa *low cost*.

Non mancano però esempi, di varia natura, che dimostrano il coinvolgimento anche di cittadini italiani, sia sul versante della contraffazione vera e propria sia su quello dell'alimentazione di pratiche illecite strettamente collegate al proliferare del mercato del falso. Da quanto emerso dagli studi effettuati, gli italiani in genere svolgono un ruolo di rilievo, con una partecipazione al mercato della contraffazione che magari è numericamente più limitata, ma sicuramente più conveniente e remunerativa.

Infatti, le testimonianze raccolte concordano nel ricondurre all'Italia, con un ruolo predominante della piazza di Napoli, ma con la partecipazione anche di altre piazze quali quella di Firenze, la produzione dei manufatti falsi di migliore finitura e qualità, che vengono prodotti in quantitativi più limitati per rispondere alle richieste dei consumatori più evoluti. Si tratta di un fenomeno che si è sviluppato come effetto dell'*outsourcing* della produzione e del progressivo allentarsi dei legami tra azienda madre e fasonisti e che è legato alla sovrapproduzione di accessori e di abbigliamento di alta gamma, alta qualità, e a prezzo elevato.

È proprio da queste aree che vengono acquistati – sempre da italiani – i capi destinati alle boutique del falso milanese o agli appartamenti e ai magazzini romani, per poi avviare la comunicazione attraverso campagne virali sui social media in modo da raggiungere la clientela già fidelizzata, la quale funge da ulteriore vettore di comunicazione per attrarre altri potenziali clienti nei luoghi ove si realizza la vendita della merce falsa.

Generalmente sono italiani anche i *tour operator* del falso, riconducibili alla piazza milanese, che conducono turisti facoltosi – soprattutto asiatici e russi – in appartamenti di lusso ove possono visitare esposizioni ed acquistare merce falsa, soprattutto borse e pelletteria dei grandi *brand*.

Infine, esiste anche un segmento di commercio al minuto di merce contraffatta di tipo più tradizionale riconducibile agli italiani. Per fare un esempio scaturito dall'analisi, ci sono alcuni banchi dei mercati storici di Via Sannio e di Porta Portese a Roma, gestiti indifferentemente da italiani o da stranieri, che sono in grado di confezionare sul momento il capo griffato, apponendo su richiesta il logo ad un prodotto – in genere un giubbotto – che è smaccatamente falso, e utilizzando macchine da cucire che si trovano sul retro del banco. Così come è italiano anche una parte del *merchandising* del falso che ruota attorno ai grandi eventi, e che viene prodotto nel napoletano o nella stessa capitale. Per fare un esempio dell'ultimo anno, molte delle imitazioni legate al Giubileo straordinario della Misericordia, a partire dalle false benedizioni del pontefice, erano prodotte in negozi e scantinati del quartiere Borgo Pio, nella zona del Vaticano.

Ancora diverso è il caso della contraffazione alimentare, che, a Bari, si realizza sul territorio con la complicità di produttori e trasformatori locali. La presenza di una consistente domanda interna e internazionale di olio extravergine di qualità *made in Italy*, che la produzione nostrana non è in grado di soddisfare, e insieme l'esistenza di un commercio internazionale di olio, legato, oltre che al consumo, alle attività di trasformazione e imbottigliamento che si realizzano sul territorio, favoriscono il realizzarsi di frodi e di contraffazione.

Accanto alle attività più intrinsecamente legate alla contraffazione, in tutti i territori il mercato del falso, come qualsiasi altro settore economico, produce una serie di ricadute su altri settori dell'economia locale alimentando una serie di attività che, quando non sono del tutto illegali, si collocano in una zona grigia *border line* tra ciò che è lecito e ciò che non lo è.

A Roma, come a Milano come a Prato sono gli stessi residenti italiani che oggi si lamentano dell'avanzata dell'imprenditoria straniera e delle irregolarità ad essa collegate che hanno affittato o venduto ai cinesi a prezzi considerevoli, magazzini dismessi, appartamenti e negozi. Così come sono gli stessi commercianti italiani che, in alcuni casi, si riforniscono dai magazzini cinesi perché ritenuti più convenienti, senza preoccuparsi troppo della qualità e della provenienza della merce acquistata.

Nel corso delle analisi si è fatto inoltre riferimento ad imprenditori italiani che si rivolgono a ditte cinesi contoterziste, attratti dal prezzo della merce che tali ditte sono in grado di offrire, senza considerare le eventuali situazioni di irregolarità lavorativa e/o amministrativa che possono celarsi dietro un prezzo troppo basso.

Così come sono italiani i commercialisti che si occupano di seguire la contabilità delle ditte cinesi che hanno come proprietari dei prestanome, che non possono essere rintracciati né sono aggredibili dal punto di vista finanziario.

In ogni caso la contraffazione ha una filiera complessa, che richiede le stesse basi produttive, logistiche, di trasporto, di commercializzazione che sono necessarie per i prodotti originali, e non è immaginabile che non ci sia alcun coinvolgimento degli italiani nei diversi passaggi della filiera.

Infine, sono per la stragrande maggioranza italiani i consumatori che esprimono la domanda di merce falsa consentendo al mercato della contraffazione di proliferare e di rigenerarsi.

La sensibilizzazione e l'informazione del cittadino-consumatore finale del contraffatto rappresenta pertanto un punto chiave della lotta alla contraffazione in chiave preventiva: l'unica strada per arginare il commercio di articoli falsi è proprio quella di disincentivare i consumatori dall'acquisto, rendendoli edotti su tutte le implicazioni che questo comporta, da quelle economiche e di sfruttamento delle persone fino ai rischi per la salute.

In particolare, occorre agire sul *sentiment* in base al quale il consumatore considera l'acquisto del prodotto falso come un peccato veniale, attraverso azioni di comunicazione e sensibilizzazione *ad hoc*, capaci di mettere in moto la coscienza individuale e collettiva.

Parte III

Le attività di prevenzione e di contrasto

Premessa

Tutti i territori che sono stati oggetto dell'analisi negli ultimi anni hanno sviluppato pratiche di controllo e di contrasto alla contraffazione sempre più incisive, che vedono nel coordinamento della locale Prefettura e nell'attività interforze un elemento di sicuro successo.

Accanto a tali attività sono cresciute anche le iniziative di sensibilizzazione, prevenzione, comunicazione rivolte alle imprese e ai cittadini, a titolarità sia della Direzione Generale Lotta alla Contraffazione-UIBM del Ministero dello Sviluppo Economico sia dei diversi soggetti che operano sul territorio per contrastare il mercato del falso. Tali attività risultano tanto più efficaci quanto più sono realizzate e implementate in forma collaborativa, attivando reti territoriali di soggetti pubblici e privati, e individuando strumenti che diano continuità e stabilità nel tempo agli interventi.

L'efficacia delle modalità operative e degli interventi finora attuati fanno oggi parlare di un "modello Prato", da prendere come riferimento per le altre realtà del territorio nazionale. Tale modello – improntato alla collaborazione tra tutte le componenti economiche e sociali del territorio – è focalizzato sulla prevenzione e il contrasto delle diverse forme di illegalità che si sono incuneate nel tessuto imprenditoriale pratese con l'affermarsi dell'imprenditoria cinese, fra cui anche la contraffazione.

Anche la provincia di Milano si annovera tra gli esempi di come un'azione sistematica e parallela, di repressione e di sensibilizzazione, possa dare vita a pratiche virtuose di lotta alla diffusione della contraffazione. La capacità di Milano di essere apripista in tema di contrasto e repressione della contraffazione non ha mai smesso di essere accompagnata da una sistematica azione di informazione e sensibilizzazione rivolta al grande pubblico, che si è articolata in una serie di buone pratiche che si sono distinte per la loro innovatività e per la capacità di ottenere risultati.

Il caso di Roma attesta come la Prefettura e le diverse Forze dell'Ordine – in primo luogo Guardia di Finanza e Polizie Locali – abbiano messo a punto negli ultimi anni delle attività di *intelligence* e di contrasto che si configurano

come buone pratiche, che hanno agito con continuità e perseveranza su tutti i livelli della filiera, attraverso indagini, sequestri, chiusura di imprese, confische dei beni, sgombero di molte delle aree in cui si realizza la vendita abusiva. L'impegno nella lotta alla contraffazione profuso dalla locale Prefettura ha portato la stessa a siglare lo scorso 9 marzo con la DG Lotta alla contraffazione - UIBM del Ministero dello Sviluppo Economico il primo Piano di Azione per la Lotta alla Contraffazione.

Anche nei territori di Bari e di Palermo sono emerse alcune buone pratiche tanto nel contrasto della contraffazione quanto nella sensibilizzazione della popolazione, che indicano un impegno costante e mirato sulla tematica: sarebbe necessario, tuttavia un maggior coordinamento tra le diverse forze e tra le attività in campo, al fine, soprattutto, di individuare modelli di azione congiunti e di condividere le pratiche messe in atto.

Il modello Prato

Sul territorio di Prato negli ultimi dieci anni, a partire dalla firma del primo *Patto per Prato sicura* da parte di Prefettura, Comune, Provincia e Regione Toscana del 2007, sono stati siglati diversi accordi per il controllo coordinato ed integrato del territorio, che hanno visto il progressivo intervento delle Forze dell'Ordine, della Regione, degli Enti Locali e di tutte le istituzioni presenti sul territorio, e che hanno consentito di ottenere risultati certi e duraturi al punto che oggi si può parlare di un "modello Prato" di intervento contro le diverse forme di illegalità di impresa.

In relazione al fenomeno della contraffazione, inserito nel più ampio contesto della criminalità economica e dell'illegalità d'impresa, il *Patto del 2007* prevedeva l'attuazione di iniziative congiunte tra le varie Forze di Polizia per il contrasto della illegalità nelle imprese, con controlli focalizzati soprattutto sulla contraffazione di marchi e brevetti, la circolazione irregolare di denaro e lo sfruttamento di manodopera irregolare.

Con il rinnovo del 2008, è stato istituito un Organismo interforze di indagine, valutazione, programmazione e coordinamento degli interventi, composto da tutti i soggetti competenti a vario titolo sui fenomeni di illegalità nelle attività produttive ed economiche e sono state realizzate iniziative di formazione ed aggiornamento delle Forze di Polizia di Stato e delle Polizie Locali.

Con il *Patto del 2010* si è inteso fare un ulteriore salto di qualità, sia nella definizione delle procedure che nella frequenza delle operazioni di controllo. Il Patto ha previsto, tra l'altro il coinvolgimento di enti quali l'Inps, l'Ispettorato del lavoro, la Asl, l'Agenzia delle Entrate in relazione a specifiche criticità: manodopera clandestina, evasione fiscale, sicurezza sui luoghi di lavoro, ecc.

Il medesimo strumento ha, altresì, permesso l'istituzione in Prefettura di un *Tavolo permanente* con il compito di analizzare ed approfondire i diversi aspetti del fenomeno migratorio a Prato, per giungere, attraverso la condivisione delle problematiche e lo studio congiunto delle soluzioni, ad aumentare l'efficacia degli interventi posti in essere.

Parallelamente, presso il Ministero dell'Interno, è stato istituito il *Tavolo nazionale per Prato*, composto dai vertici delle Forze dell'Ordine e delle Amministrazioni centrali dello Stato, e dalle amministrazioni locali e regionali con l'obiettivo di sviluppare un piano di interventi utili, da un lato, a rendere più incisive le misure di contrasto di tutti i fenomeni di illegalità e, dall'altro a migliorare il processo di integrazione delle comunità di stranieri.

Infine, il *Patto per Prato sicura* del *2013* ha avuto l'obiettivo di consolidare la cooperazione tra Governo ed istituzioni locali. Tra le attività previste, anche il potenziamento delle attività di studio delle dinamiche socioeconomiche territoriali e la realizzazione di analisi di laboratorio sui prodotti sequestrati della filiera moda, affidata al laboratorio dell'istituto tecnico statale "T. Buzzi" di Prato, nell'ambito di un accordo di collaborazione tra lo stesso istituto e la Regione Toscana.

L'azione coordinata ed integrata sul territorio a contrasto dei fenomeni di illegalità ha avuto un rinnovato impulso a seguito del tragico rogo di fine 2013 in cui morirono sette cittadini cinesi, con la stipula di un *Patto per il monitoraggio delle attività produttive della provincia di Prato mediante le banche dati degli Enti pubblici*, siglato il 27 ottobre 2014.

Tale Patto ha come finalità l'individuazione di strumenti e misure per rilevare situazioni di irregolarità e illegittimità nella gestione di attività produttive, affiancando ai controlli effettuati dal gruppo ispettivo interforze, ulteriori verifiche di tipo amministrativo, e vede tra gli organismi firmatari, oltre al Prefetto ed al Questore di Prato, Guardia di Finanza, Carabinieri, Corpo Forestale e Vigili del fuoco, le sette amministrazioni comunali, la Provincia, Camera di Commercio, Agenzia delle Entrate, la Asl, l'Agenzia delle Dogane, l'Ufficio Provinciale del Lavoro, Inps ed Inail.

Fino qui il "modello Prato" propriamente detto, cui si affiancano una serie di altri strumenti, tutti concepiti in una logica di collaborazione interforze ed interistituzionale, che stanno contribuendo a ripristinare la legalità nel contesto economico del territorio. Tra questi si segnala il "Progetto per il lavoro sicuro" del settembre 2014, attraverso il quale la Regione Toscana ha avviato un piano straordinario di controlli delle imprese che ha portato, nei primi 16 mesi, a controllare 3.072 imprese di Prato, pari al 76,8% del totale, di cui solo il 23,2% è risultato in regola, mentre l'83,8% delle imprese multate ha iniziato un percorso di regolarizzazione.

Attraverso controlli amministrativi coordinati ed integrati, si intende soprattutto colpire le "aziende di carta", vale a dire quelle aziende iscritte nel registro

delle imprese, all'Inps, all'Inail, e titolari di partita Iva che risultano non operative ed intestate a soggetti irreperibili. La verifica amministrativa incrociata mira alla tempestiva cancellazione dal registro delle imprese, alla revoca della partita Iva, all'interdizione a commerciare con l'estero (vies) e ad orientare i controlli interforze.

Il modello Prato

Patto per Prato sicura 2007	•Iniziative congiunte tra le varie Forze di Polizia per il contrasto della illegalità nelle imprese, con controlli focalizzati soprattutto sulla contraffazione di marchi e brevetti, la circolazione irregolare di denaro e lo sfruttamento di manodopera irregolare
Patto per Prato sicura 2008	•Organismo interforze di indagine, valutazione, programmazione e coordinamento degli interventi •Iniziative di formazione Interforze
Patto per Prato sicura 2010	•Coinvolgimento altri enti (Inps, Ispettorato del lavoro, Asl, Agenzia delle Entrate) • Istituzione Tavolo permanente immigrazione c/o Prefettura •Istituzione Tavolo nazionale Prato c/o Ministero Interno
Patto per Prato sicura 2013	•Consolidamento cooperazione tra Governo e enti locali •Implementazione analisi socio-economiche territoriali •Effettuazione analisi c/o laboratorio dell'Istituto tecnico statale "T. Buzzi" *di Prato*
Patto per il monitoraggio delle attività produttive della provincia di Prato mediante banche dati degli enti pubblici	•Coinvolgimento di altri soggetti (Asl, Vigili del Fuoco, Camera di Commercio, Inps, Ufficio provinciale del lavoro) per verifiche amministrative

Il modello Milano

Se Prato rappresenta un modello di come può essere affrontata con efficacia la contraffazione all'interno di azioni di contrasto all'illegalità di impresa e in una logica pattizia, Milano si pone come territorio all'avanguardia per le soluzioni che sono state trovate nello specifico campo della lotta alla contraffazione, tanto sul versante del contrasto, quanto su quello della sensibilizzazione e della prevenzione.

L'attività di contrasto a livello provinciale, perpetrata giorno per giorno da Guardia di Finanza, Agenzia delle Dogane, Polizia Locale, Carabinieri e Polizia, si sviluppa in continue azioni:

- di controllo, monitoraggio e repressione, nei confronti delle attività illecite legate al commercio della merce contraffatta;

- di cooperazione interforze nel contrasto del fenomeno, ne è un esempio il *Piano coordinato di presidio del territorio* in essere tra Guardia di Finanza Provinciale e Polizia Locale, che prevede l'azione coordinata dei due nuclei.

Per quanto riguarda l'attività della Polizia Locale, si segnala come esperienza innovativa l'istituzione di una *Task force di lotta alla contraffazione*, attiva dal 2013, a cui partecipano diverse unità di servizio che hanno l'obiettivo di risalire la filiera, non fermandosi alla sanzione della vendita, che è l'ultimo anello di una *supply chain* criminale che va ben oltre i confini nazionali. Il comune di Milano ha inoltre messo in atto una serie di collaborazioni interforze che hanno coinvolto i vari servizi antiabusivismo delle Polizie Locali degli altri comuni. Esiste quindi un forte presidio del territorio milanese, che è percettibilmente visibile e che è il risultato di azioni coordinate e complessive, pensate sul lungo e medio periodo, che fanno parte di una *road map* definita il cui proseguimento è stato garantito negli anni anche dalla collaborazione tra istituzioni locali e *stakeholder* territoriali.

Ed è sempre in materia di contrasto e repressione del fenomeno che è necessario mettere in evidenza l'esperienza virtuosa presso la Procura di Milano, del *pool milanese anticontraffazione* che rappresenta una buona pratica giudiziaria unica in Italia.

Il gruppo, sorto negli anni 90, riprende vita nel 2010 grazie alla forte volontà esercitata dall'ex sostituto procuratore Nicola Cerrato, che è stato tra i primi a considerare la contraffazione non solo come la vendita di strada di prodotti falsi, ma come un progetto criminale strutturato che porta dietro di sé crimini efferati e un incalcolabile numero di vittime.

Pur essendo il *pool* anticontraffazione una struttura importante per il contrasto e la repressione del fenomeno, i dati forniti dalla Procura di Milano ben rappresentano la situazione paradossale per cui, allo sforzo messo in atto a livello penale, corrispondono margini di efficacia irrisori.

I dati infatti parlano chiaro sia sulla potenza di fuoco impiegata dai vari soggetti del territorio per contrastare e reprimere la diffusione del fenomeno della contraffazione, sia di quanto l'attuale sistema penale non abbia piena efficacia, in quanto dei tanti procedimenti avviati solo pochissimi si concludono con un'effettiva condanna.

L'insieme delle efficaci azioni di contrasto perpetrate, che hanno portato ad una crescita dei sequestri e dei beni sequestrati in controtendenza con quanto sta avvenendo nel resto del territorio nazionale, non riescono comunque a sconfiggere un fenomeno che si alimenta della crescita e della diversificazione della domanda.

Se la contraffazione è un fenomeno criminale virale e fortemente inserito nel contesto sociale in cui si sviluppa, altrettanto lo devono essere le azioni di comunicazione, informazione e sensibilizzazione che si propongono di contrastarlo. A Milano questo messaggio sembra essere arrivato forte e chiaro, e al momento sono presenti una serie di iniziative molecolari nelle scuole e sul territorio che hanno, per l'appunto, l'obiettivo di diffondere la cultura anticontraffazione.

Un'iniziativa di assoluta rilevanza nella realtà milanese è stata quella dei Gazebo anticontraffazione, inserita all'interno del più ampio progetto "Sentinelle anticontraffazione", realizzato grazie al supporto dell'Anci e della DG Lotta alla Contraffazione-UIBM del Ministero dello Sviluppo Economico, che, oltre alle attività di informazione e sensibilizzazione, ha previsto attività di repressione e di formazione per le Polizie Locali dei comuni limitrofi a quelli di Milano.

Le attività di formazione si sono svolte nel 2013, con un'iniziativa che ha avuto luogo nella sede della Scuola del Corpo della Polizia Locale di Milano. L'incontro, della durata di un giorno, ha visto la partecipazione di 200 operatori provenienti, oltre che dal comune di Milano, dai comuni di Arese; Brugherio;

Bra; Cesano Boscone; Gabicce Mare; Legnano; Novate Milanese; Pero; Rimini; Rozzano; San Giuliano Milanese; Trezzano Sul Naviglio oltre che della Polizia Provinciale di Milano.

Per quanto riguarda invece le attività di sensibilizzazione, i Gazebo anticontraffazione, nati sempre nel 2013 e ancora attivi in tutto il territorio provinciale, sono punti di sensibilizzazione mobili e flessibili, che compaiono in determinati luoghi, per esempio nelle principali vie dello shopping cittadino, o in occasioni di particolare afflusso di consumatori, come il periodo natalizio, oppure durante la *Vogue Fashion Night*, evento *trendy* che attira decine di migliaia di persone a Milano, e si occupano di informare un ampio pubblico attraverso il contatto diretto e la distribuzione di materiale divulgativo.

La grande peculiarità di questi *infopoint*, che ne ha poi determinato anche l'efficacia in termini di sensibilizzazione, è l'esposizione di prodotti contraffatti, utile a mostrare concretamente ai cittadini come riconoscere un prodotto falso e i rischi che da esso possono derivare, per esempio la tossicità di alcuni materiali e la pericolosità di alcune componenti. Dal 2013 al 2015 hanno visitato i Gazebo anticontraffazione oltre 75.000 persone con un'età compresa tra i 14 e i 70 anni: sono numeri importanti che mostrano ancora una volta come il territorio milanese sia in grado di rispondere adeguatamente a questo tipo di iniziative.

Il Modello Milano

Il piano d'azione per la Lotta alla contraffazione della provincia di Roma

La provincia di Roma rappresenta il principale punto d'arrivo di merce contraffatta, uno snodo logistico fondamentale verso il resto d'Italia nonché il principale mercato per l'acquisto di merce falsa.

Tutto questo ha determinato una crescente attenzione da parte della Guardia di Finanza, delle diverse Forze dell'Ordine e della Polizia Locale al controllo e al contrasto al mercato del falso, sia per contrastare la vendita abusiva sia per risalire, attraverso le attività investigative e di *intelligence,* le maglie della filiera alla ricerca dei poli di distribuzione e di produzione della merce falsa.

I risultati di tali sforzi sono evidenti nell'aumento dell'attività di controllo e di confisca per le strade e nel potenziamento della capacità di investigazione e di conduzione degli interventi a monte della filiera.

Lo stesso *Piano Jubilaeum*, gestito dal Comando provinciale della Guardia di Finanza di Roma, che ha previsto durante il periodo dell'Anno Santo l'intensificazione delle misure di prevenzione e di contrasto dell'illegalità e dell'abusivismo commerciale e che ha avuto un bilancio finale di 26.288 interventi eseguiti, 1.325 soggetti denunciati per contraffazione e oltre 19 milioni di prodotti contraffatti e/o insicuri sequestrati, può essere considerato come una buona pratica di intervento.

Tale sforzo congiunto delle diverse Forze dell'Ordine ha avuto il suo epicentro nella Prefettura di Roma, che, oltre a coordinare le azioni sul territorio attraverso il Comitato provinciale per la sicurezza pubblica e i Tavoli di osservazione municipale, è stata la prima in Italia ad aver condiviso le *Linee guida in materia di prevenzione e contrasto al fenomeno della contraffazione* predisposte lo scorso mese di giugno dal Ministero dell'Interno e dal Ministero dello Sviluppo Economico, Dg Lotta alla Contraffazione - UIBM, e ad aver siglato, lo scorso 9 marzo, il *Piano d'azione provinciale contro la contraffazione*.

Il Piano – della durata annuale – si propone di pervenire ad una maggiore condivisione degli elementi di conoscenza disponibili, all'elaborazione di più razionali modalità di impiego delle risorse e all'elaborazione di strategie di contrasto sempre più incisive, coinvolgendo il maggior numero di soggetti possibile.

All'interno del Piano si condividono le 4 tipologie di iniziative proposte all'interno delle Linee guida:

Lo studio condotto dal Censis per la DG Lotta alla Contraffazione-UIBM, e consegnato lo scorso 14 giugno al Prefetto Basilone, rappresenta pertanto la prima iniziativa realizzata dalla DG Lotta alla Contraffazione-UIBM nell'ambito del Piano.

In continuità con il Piano d'azione, l'impegno della città è proseguito con la partecipazione al *network* delle città europee contro la contraffazione e per la difesa della proprietà intellettuale *Autenticittà*, promosso da Indicam, l'istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione, e cofinanziato dall'EUIPO, l'Ufficio dell'Unione Europea per la proprietà intellettuale, che prevede che proprio Roma sia la città apripista della campagna *"Ciò che è autentico è eterno"*. L'iniziativa, in collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico e patrocinata dall'Assessorato capitolino allo Sviluppo Economico, Turismo e Lavoro, è stata lanciata nel novembre 2016; prevede affissioni in oltre 1.500 spazi del circuito pubblicitario pubblico e all'interno delle stazioni della metro, una campagna virale sui social, incontri sulla cultura della legalità nelle scuole e *workshop* con le Forze dell'Ordine.

Parte IV

Indicazioni operative per la stesura del Piano provinciale

I principi da cui partire

Le attività di analisi condotte nelle cinque province pilota, oltre a definire le caratteristiche e le specificità che la contraffazione assume in ciascun contesto territoriale, hanno permesso di enucleare alcuni principi comuni, che devono essere alla base di qualsiasi piano di azione si voglia intraprendere. Di seguito si offre una prima sintesi di tali principi, che verrà ulteriormente arricchita al termine del lavoro di studio e di analisi delle 10 province selezionate.

- *Non esiste un piano di azione valido per tutti i territori.* La conoscenza e l'analisi delle caratteristiche socioeconomiche del territorio e di come in esso si presenta il mercato della contraffazione è un elemento imprescindibile per individuare il modello di intervento più adatto ed elaborare strategie di contrasto sempre più incisive. Pertanto è indispensabile attivare un sistema di monitoraggio strutturale, in modo da avere a disposizione analisi e studi di sintesi, che siano funzionali ad una condivisione quanto più ampia possibile degli elementi di conoscenza disponibili, sia tra gli organismi attivi in prima persona nella lotta alla contraffazione, sia tra altri soggetti che possono apportare il loro contributo come le associazioni dei consumatori, le associazioni e le comunità straniere e le istituzioni educative.

- *Il Piano d'azione di lotta alla contraffazione deve prevedere un approccio sistemico nonché un chiaro modello di* governance. Il Piano deve essere basato sull'integrazione ed il coordinamento di tutte le forze e i soggetti coinvolti sul territorio nelle diverse attività di lotta alla contraffazione, con un unico organismo istituzionale che si occupi dell'indirizzo e del coordinamento. L'organismo che meglio risponde a queste caratteristiche è il Comitato provinciale per l'ordine e sicurezza pubblico costituito in seno alla Prefettura.

- *La lotta alla contraffazione deve essere accompagnata da interventi e controlli per combattere l'irregolarità lavorativa e amministrativa*. Infatti il mercato della contraffazione prolifera nei contesti ove sono presenti irregolarità lavorative di diverso tipo quali lavoro nero, lavoro irregolare, lavoro minorile, imprese gestite da prestanome, "imprese di carta", mancato rispetto delle normative sicurezza sul lavoro, ed è solo affrontando anche i fenomeni ad

essa collegati, moltiplicando i controlli penali ed amministrativi ed offrendo opportunità di emersione e regolarizzazione, che la si può sconfiggere, creando opportunità di lavoro regolare.

- *È necessario agire con continuità e perseveranza*. La lotta alla contraffazione deve essere perseguita con continuità, individuando strumenti di raccordo stabili (Protocolli, Patti, Intese), che devono essere periodicamente rinnovati e rafforzati; e prevedendo di agire su più fronti, attraverso la repressione, la sensibilizzazione, l'informazione, sino alla formazione degli stessi operatori delle Forze dell'Ordine.

- *Le attività interforze rappresentano un punto di forza dell'azione di contrasto*. In tutti i territori le attività di controllo e di contrasto condotte congiuntamente dalle diverse Forze dell'Ordine hanno portato ad una crescita delle competenze, ad un aumento dei sequestri e ad un potenziamento dell'attività di *intelligence*: per questo risulta prioritario prevedere, all'interno del Piano d'azione, momenti di formazione e moduli di controllo congiunti.

- *La repressione, da sola non basta.* Di fronte ad un fenomeno qual è oggi quello della contraffazione, che ha una forte capacità rigenerativa, e che è capace di eludere i controlli spostando gli snodi della filiera, occorre concentrare gli sforzi soprattutto sulla riduzione della domanda. Pertanto è essenziale mettere in campo un'attività di informazione e sensibilizzazione capillare, che veda il coinvolgimento di un pubblico sempre più ampio, e che non sia concentrata in maniera esclusiva su target e/o occasioni specifiche. Da questo punto di vista è auspicabile la predisposizione di un Programma territoriale condiviso e continuativo di attività di sensibilizzazione e comunicazione all'impresa e al cittadino.

- *La quantità conta*. L'impresa contraffattiva ha dimostrato di saper mettere in campo strategie di promozione e commercializzazione endemiche: altrettanto endemici dovranno quindi essere gli sforzi per contrastare il suo dilagare.

- *Le attività e gli strumenti di informazione e sensibilizzazione devono essere diversificati.* Così come i prodotti *fake* e i canali di vendita si diversificano per raggiungere diverse tipologie di consumatori, anche le attività anticontraffazione devono essere pensate in funzione dei diversi *target*: disoccupati, studenti, turisti, signore-bene sono consumatori diversi per età e per abitudini d'acquisto, che devono essere coinvolti in attività e con strumenti diversificati.

- *Bisogna alimentare il racconto della filiera della contraffazione,* capovolgendo il *sentiment* collettivo che percepisce l'acquisto di un falso come un peccato veniale. Attraverso le attività di informazione e sensibilizzazione bisogna dare prova concreta al consumatore dei rischi che dall'acquisto di un prodotto falso derivano e raccontare come si struttura la filiera della contraffazione, e che cosa si nasconde dietro quello che può apparire come un gesto non grave (dallo sfruttamento minorile, al coinvolgimento delle organizzazioni criminali nazionali e internazionali ecc.). Da questo punto di vista i Gazebo anticontraffazione di Milano rappresentano una buona pratica di sicuro effetto, da replicare anche in altri territori, con allestimenti "a tema" sulla base delle caratteristiche locali del mercato della contraffazione.

- *La scuola ha un ruolo fondamentale.* La scuola ha il compito di formare le coscienze e la cultura della legalità dei consumatori di domani, e deve giocare la sua parte anche nella lotta al mercato del falso. Su ciascun territorio è necessario ricercare un *endorsement* da parte delle istituzioni competenti, prime tra tutte le amministrazioni locali e l'Ufficio scolastico provinciale, in modo che la cultura della proprietà industriale e l'impegno contro la contraffazione entrino a far parte dell'offerta formativa di tutti gli istituti scolastici. È necessario, inoltre, anticipare quanto più possibile l'età degli studenti destinatari del messaggio contro la contraffazione approntando materiali destinati anche ad insegnanti ed alunni della scuola primaria affinché il messaggio della legalità venga recepito e metabolizzato in un'età in cui si sta ancora formando la personalità e la coscienza individuale. L'ideazione di un gioco in scatola, semplice, fruibile e divertente, che permetta di illustrare la filiera della contraffazione oppure la creazione di un video animato, che metta in evidenza le conseguenze a livello macro ed individuale che si celano dietro all'acquisto di un bene replicato potrebbero essere due strumenti adeguati per il processo di *awarness building* del consumatore di domani.

- *È necessario promuovere una strategia di comunicazione più virale e più* smart, che coinvolga i social media come circuiti preferenziali delle campagne di marketing e promozione "Originale vs Contraffatto». Quanto più la contraffazione è un fenomeno virale, con una continua capacità rigenerativa e in perenne evoluzione, tanto più lo dovranno essere gli strumenti che si propongono di contrastarla.

- *Tra i* target *prioritari delle attività di sensibilizzazione è essenziale includere i cittadini stranieri*. In tutto il territorio gli stranieri hanno un ruolo fondamentale e crescente nel commercio e, in particolare, nella vendita ambu-

lante, sia quella regolare sia quella abusiva. È fondamentale utilizzare gli stranieri in regola come mediatori della comunità di appartenenza coinvolgendoli in brevi percorsi formativi e di sensibilizzazione. Questi seminari, da organizzare in collaborazione con le associazioni di categoria, e in particolare con le Federazioni dei venditori ambulanti, dovrebbero essere finalizzati a sensibilizzarli sul problema della vendita di merce falsa approfondendo il dettato della normativa e le implicazioni che la falsificazione comporta in termini di qualità dei prodotti, di impatto sulla salute e di concorrenza sleale. I commercianti stranieri formati dovrebbero, a loro volta, essere utilizzati come mediatori nei confronti dei loro connazionali, per informarli e spingerli a dotarsi di regolare licenza e a vendere prodotti legali, ma anche come *testimonial* di percorsi di legalità e di successo.

- *Occorre perseguire con maggiore incisività l'attività di sensibilizzazione delle imprese alla tutela della proprietà industriale*, moltiplicando le iniziative di formazione-informazione su tutto il territorio, e coinvolgendo nelle stesse anche le aziende colpite dalla contraffazione, in qualità di testimoni privilegiati. Infatti, le piccole e medie imprese, che costituiscono il tessuto portante dell'imprenditoria italiana, fanno fatica a comprendere l'importanza della tutela della proprietà industriale, o comunque hanno un atteggiamento difensivo e di resistenza alla tutela. Tale atteggiamento è dovuto in parte all'ignoranza delle possibilità esistenti, ma più spesso è determinato da scarso interesse o da bassa sensibilità al tema o dalla errata percezione dei costi della tutela e delle difficoltà di far fronte allo sforzo finanziario che l'esercizio dei propri diritti richiede.

- *Bisogna utilizzare al meglio gli strumenti e le infrastrutture tecnologiche disponibili sul territorio.* Negli ultimi anni all'interno dei singoli territori sono stati promossi e sviluppati importanti progetti contro la contraffazione che occorre mettere al servizio delle attività di contrasto. Un esempio tra tutti è costituito dai laboratori di analisi chimica dei prodotti, a partire da quelli disponibili presso le Università e gli Uffici delle Dogane che, se messi al servizio delle attività di contrasto, determinerebbero una velocizzazione dei tempi necessari per le analisi delle merci sequestrate ed un notevole risparmio dei costi.

Allegato

Linee guida in materia di prevenzione e contrasto al fenomeno della contraffazione

Il Ministro dell'Interno *Il Ministro dello Sviluppo Economico*

LINEE GUIDA
IN MATERIA DI PREVENZIONE E CONTRASTO
AL FENOMENO DELLA CONTRAFFAZIONE

I fenomeni dell'abusivismo commerciale e della contraffazione costituiscono un problema sociale in quanto rappresentano consolidate manifestazioni di criminalità economica che arrecano forti turbative nell'economia legale, con conseguenze negative sul piano della salute, della sicurezza e, sovente, anche dell'ordine pubblico. Il fenomeno in parola, peraltro, proprio perché particolarmente remunerativo, costituisce una fonte di arricchimento della criminalità organizzata, anche di matrice internazionale.

Il mercato del falso porta con sé molteplici ripercussioni negative, che hanno influsso sui diversi aspetti della nostra vita collettiva, determinando:

- danni economici in termini di perdita di fatturato per le imprese e per i settori produttivi colpiti, con conseguente riduzione di occupazione e di investimenti e compromissione della competitività;
- conseguenze fiscali valutabili in misura del mancato gettito che ne deriva per le casse dello Stato;
- danni ambientali nel caso di utilizzo e smaltimento di materiali nocivi;
- rischi sulla salute. L'utilizzo di prodotti di bassa qualità, o addirittura tossici, espone, infatti, i cittadini-consumatori, invogliati all'acquisto di beni a prezzi anche estremamente vantaggiosi, a possibili gravi danni per la propria salute. Tale aspetto risulta particolarmente evidente in relazione all'acquisto di prodotti alimentari, la cui provenienza non è sempre individuabile e le modalità di conservazione non risultano del tutto conformi alle prescrizioni di legge in materia;
- violazione dei diritti e sfruttamento della manodopera. L'abusivismo commerciale è sovente connesso allo sfruttamento di mano d'opera, spesso rappresentata da soggetti extracomunitari privi di regolare permesso di soggiorno, nonché da minori;
- espansione del riciclaggio;

- ricadute negative sul turismo, risorsa fondamentale per la nostra economia, atteso che il fenomeno assume dimensioni ancora più preoccupanti nel periodo estivo, soprattutto nelle località a forte vocazione turistica, dove si registra un sensibile aumento della presenza di soggetti, in particolare extracomunitari, dediti al commercio abusivo di prodotti di provenienza illegale.

Il nostro Paese, peraltro, è soggetto più di altri a forme di "falsificazione" dei prodotti nazionali e questo impone una più convinta e capillare difesa del *made in Italy*, soprattutto in momenti congiunturali come quello attuale.

Essenziale per il contrasto della filiera della contraffazione - che è complessa, di portata globale e, il più delle volte, con una connotazione criminale - è il raccordo tra tutti i soggetti preposti all'*enforcement* al fine di elaborare azioni sinergiche e concertate da realizzare a livello locale sulla base delle diverse realtà del territorio nazionale.

In tal senso sono intervenute le Direttive del Ministro dell'Interno dell'8 agosto e del 19 novembre 2014, che - nell'ottica di meglio calibrare l'azione di prevenzione e contrasto di tali forme di illegalità - hanno promosso il massimo coinvolgimento, ciascuno per le proprie competenze, di tutti i soggetti istituzionalmente interessati, soprattutto in ambito locale.

Stesso obiettivo si prefigge l'iniziativa scaturita dai lavori del Consiglio Nazionale Anticontraffazione - CNAC, organismo governativo con compiti di impulso, indirizzo e coordinamento a livello nazionale in materia di lotta alla contraffazione (art. 145 Codice della Proprietà Industriale). Il CNAC ha elaborato un modello di raccordo e sinergie tra soggetti impegnati nel contrasto al fenomeno capillarmente sul tutto il territorio nazionale per rendere effettiva e continuativa la sinergia operativa a livello locale tra Forze dell'Ordine, associazioni imprenditoriali e rappresentanti dei consumatori.

Sia le Direttive del Ministro dell'Interno che le strategie messe in campo dal CNAC individuano come sede privilegiata per tale azione il Comitato provinciale per l'ordine e la sicurezza pubblica.

In tale settore si rivela essenziale, inoltre, il contributo delle Polizie locali, alle quali, peraltro, è demandato per legge il controllo dell'osservanza delle prescrizioni in materia di commercio.

In considerazione dell'esigenza di rendere partecipi alle iniziative il maggior numero di organismi - pubblici e privati - rappresentativi di tutte le forze che sono coinvolte nella lotta alla contraffazione, le Direttive del Ministro dell'Interno e le proposte del CNAC hanno individuato quale efficace modalità di lavoro la stipula o l'implementazione - laddove già operativi - di appositi Protocolli d'intesa, su base provinciale. Tale strumento pattizio consentirà una maggiore condivisione degli elementi di conoscenza disponibili, l'elaborazione di più razionali modalità di impiego delle risorse e strategie di contrasto sempre più incisive.

Ferma restando la possibilità, a livello locale, di individuare ulteriori forme di raccordo e di intervento per la prevenzione e il controllo del fenomeno, si ritiene opportuno, al fine di favorire una maggiore uniformità nella predisposizione dei Protocolli, di indicare, in relazione alle principali aree tematiche di riferimento, le seguenti linee guida, funzionali anche all'elaborazione di un piano di interventi che, pure, potrà costituire oggetto dei suddetti Protocolli.

ANALISI E MONITORAGGIO

Nell'ambito di questa area tematica le azioni devono essere dirette ad acquisire un chiaro quadro del fenomeno e delle sue caratteristiche sul territorio di riferimento, avvalendosi delle competenze e delle conoscenze di ciascuno dei soggetti coinvolti, a vario titolo, nella prevenzione e nel contrasto della contraffazione.

Attraverso l'analisi ed il monitoraggio dei dati e delle azioni poste in essere potranno essere individuate eventuali, nuove minacce o altri settori di criticità.

Uno strumento idoneo al monitoraggio del fenomeno è dato dal database *WEB COAB* - della Direzione Centrale della Polizia Criminale - installato sulla piattaforma SIAC della Guardia di Finanza, che consente di monitorare, su base mensile, le attività delle Forze di polizia e delle polizie Municipali fino a livello comunale, attraverso la raccolta statistica appositamente dedicata all'elaborazione delle risultanze di contrasto al fenomeno. A tale dispositivo, sempre per l'analisi e il monitoraggio del fenomeno (dati e *trend* sui sequestri a livello provinciale, realizzati dalle varie Forze dell'Ordine), si affianca il database *IPERICO* del Ministero dello Sviluppo Economico (*www.uibm.gov.it/iperico*).

CONTROLLI, VIGILANZA E PRESIDIO TERRITORIALE

In questo campo d'azione, in linea con summenzionate Direttive del Ministro dell'Interno, dovranno essere definite politiche di sicurezza volte a dare massimo impulso all'azione di prevenzione, vigilanza e repressione dell'abusivismo commerciale e della contraffazione.

L'attuazione di tali iniziative richiede un'azione omogenea ed unitaria che sarà coordinata dalle Autorità Provinciali di Pubblica Sicurezza in seno ai Comitati provinciali per l'ordine e la sicurezza pubblica, con il coinvolgimento, nel rispetto delle specifiche competenze, degli altri Enti preposti.

In tale ottica fondamentale è la pianificazione di servizi integrati di controllo coordinato del territorio e dell'attività ispettiva, anche mediante l'impiego di strumenti operativi già sperimentati positivamente in alcuni contesti territoriali.

Per un'efficace azione di prevenzione e contrasto una particolare attenzione dovrà essere prestata alle più recenti tendenze evolutive del fenomeno che hanno fatto emergere una diffusione crescente dell'impiego della rete *internet* ai fini della commercializzazione delle produzioni contraffatte. Si tratta di una nuova frontiera della contraffazione e della pirateria che si connota per la facilità di accesso, la velocità delle transazioni e per il sostanziale anonimato dei fornitori e dei clienti.

FORMAZIONE E SUPPORTO ALLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE E AGLI OPERATORI DELLA SICUREZZA

Per la tutela delle produzioni, soprattutto di qualità, occorrerà promuovere la formazione di coloro che, a vario titolo, operano nelle piccole e medie imprese e nel settore della sicurezza, sulla conoscenza e l'applicazione della normativa relativa alla produzione e alla commercializzazione dei prodotti. In particolare, dovranno essere intraprese azioni volte:

- alla formazione e *training* degli operatori preposti alle attività di contrasto della contraffazione (a titolo esemplificativo: *training* sugli aspetti giuridici legati alla contraffazione, sulle caratteristiche dei prodotti locali che maggiormente vengono contraffatti e sulle pratiche contraffattive che più li colpiscono, sulle tecniche investigative e sui nuovi strumenti di investigazione per esempio di tipo

informatico), da realizzare anche in collaborazione con le aziende colpite dal fenomeno;

- alla sensibilizzazione delle imprese in merito alle possibilità di protezione dei loro *asset* intangibili e agli strumenti di risposta e reazione in caso di violazione della proprietà industriale, nonché sulle modalità di controllo della loro filiera produttiva e distributiva (anche attraverso l'utilizzo di tecnologie di tracciabilità) e dei loro rapporti con terzisti e fornitori (anche attraverso l'adozione di specifici codici di condotta a livello territoriale, con la partecipazione delle associazioni rappresentative e i sindacati).

INFORMAZIONE, COMUNICAZIONE ED EDUCAZIONE

Per un'azione di prevenzione del fenomeno realmente efficace appare imprescindibile la promozione di campagne informative volte a diffondere fra i cittadini la consapevolezza dei danni e dei pericoli derivanti dall'acquisto di prodotti contraffatti, nonché delle conseguenze economiche e penali della contraffazione e dell'immissione in commercio di prodotti contraffatti.

In tale direzione andrà valorizzato l'apporto di mirate iniziative di comunicazione volte a rendere i cittadini maggiormente consapevoli.

Potranno, inoltre, essere attuate iniziative di educazione alla cultura di consumo consapevole e sicuro e dei principi fondamentali di legalità economica, anche attraverso il coinvolgimento degli Istituti scolastici di ogni ordine e grado.

Soprattutto nelle iniziative rivolte ai giovani - che devono essere considerati un *target* privilegiato - tramite le scuole, dovrà essere sostenuto il massimo coordinamento tra tutti gli attori dell'anticontraffazione a livello locale in modo da garantire risultati efficaci e duraturi.

Nella formulazione degli interventi si potrà tener conto degli orientamenti forniti nel Piano Nazionale Anticontraffazione *(http://www.cnac.gov.it/index.php/piano-nazionale-anticontraffazione)* e dall'Osservatorio Europeo sulle violazioni dei diritti di proprietà intellettuale *(https://oami.europa.eu/ohimportal/it/web/observatory/public-awareness-campaigns)*.

*****

Il Ministero dell'Interno *Il Ministero dello Sviluppo Economico*

I Protocolli d'intesa - per i quali è opportuno il massimo coinvolgimento a livello locale dei soggetti, pubblici e privati, interessati - dovranno, al fine di verificarne la coerenza con gli obiettivi delle succitate Direttive del Ministro dell'Interno e con le priorità fissate dal CNAC, essere sottoposti all'esame preventivo dell'Ufficio di Gabinetto del Ministero dell'Interno che provvederà ad acquisire anche il parere del MiSE.

In tale sede la Direzione Generale per la lotta alla contraffazione del MiSE potrà fornire indicazioni di dettaglio e strumenti per la migliore implementazione delle iniziative previste nei piani di intervento previsti dai Protocolli.

I Protocolli impegnano gli Enti che vi aderiscono a porre in essere, ciascuno nel proprio ambito di competenza, ogni possibile intervento finalizzato alla migliore prevenzione del fenomeno.

La condivisione dei diversi elementi conoscitivi e delle esperienze maturate diventa parte essenziale delle finalità proprie dello strumento pattizio posto in essere.

Pertanto è auspicabile che gli obiettivi individuati, le problematiche emerse e i risultati raggiunti trovino un momento di comune partecipazione in seno alla Conferenza Permanente istituita presso le Prefetture - Uffici Territoriali di Governo. Tale organismo collegiale, almeno due volte l'anno, dovrà costituire sede privilegiata per un confronto sulle tematiche di che trattasi.

Le Prefetture terranno informato il Gabinetto del Ministero dell'Interno e il Dipartimento della Pubblica Sicurezza - Direzione Centrale della Polizia Criminale sulle risultanze dell'attuazione dei Protocolli, nonché sulle eventuali ulteriori iniziative che saranno condotte a livello locale.

Tali dati, a loro volta, costituiranno oggetto di approfondimento presso il CNAC ai fini della individuazione di nuove e sempre più incisive strategie di prevenzione e contrasto al fenomeno.

Roma, 26 GIU. 2015

Il Ministro dell'Interno

per il Ministro dello Sviluppo Economico
Il Sottosegretario di Stato
Simona Vicari