

Analisi della contraffazione nella provincia di Roma

Analisi della contraffazione nella provincia di Roma



*Ministero
dello Sviluppo Economico*

UIBM

Analisi della contraffazione nella provincia di **Roma**

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 Addonizio

Indice

Introduzione	5
Parte I - Il contesto economico e sociale della provincia di Roma	7
Roma e la sua vocazione relazionale	9
Una economia terziaria a forte <i>imprinting</i> commerciale	15
Un contesto favorevole alla contraffazione	23
Parte II - Caratteristiche, peculiarità e andamento della contraffazione nella provincia di Roma	25
Prima piazza di consumo del <i>fake</i> in Italia	27
Roma: <i>hub</i> logistico in direzione Sud	33
La gomorra cinese	39
I canali di vendita: bancarelle e bancarelle 2.0	45
La “grande bruttezza” per le strade di Roma	47
Turisti, ma non solo...	49
Il <i>merchandising</i> degli eventi	53
Cosa succede nella provincia	55
Parte III - Le attività di prevenzione e contrasto	59
L'intenzionalità dell'azione di contrasto	61
L'erraticità delle azioni di sensibilizzazione	65
Parte IV - Proposte per il Piano provinciale di intervento per la Lotta alla Contraffazione	69
Analisi della contraffazione nella provincia di Roma	73
Interventi di informazione per le micro, piccole e medie imprese	75
Formazione e <i>training</i> degli operatori preposti alle attività di contrasto	77
Campagna di informazione e sensibilizzazione dei cittadini-consumatori nella provincia di Roma	79

Introduzione

Roma è, da sempre, una grande piattaforma relazionale di genti diverse: tra residenti, pendolari, turisti ogni giorno milioni di persone si trovano e si muovono nella capitale, e costituiscono una enorme opportunità di affari anche per chi è in cerca di clientela a cui vendere prodotti falsi.

Come si vedrà nelle pagine che seguono, è proprio il *mix* di risorse ed opportunità che si trovano in città a fare di Roma anche la “capitale del contraffatto”; un contraffatto che – nei grandi numeri – è prima di tutto collegato alla vendita abusiva per strada di abbigliamento ed accessori destinati ai turisti, ma che a Roma è diversificato nelle tipologie e nei canali di vendita. La merce falsa si trova per strada ma anche sui banchi dei mercati, nei negozi e – sempre di più – sul web; e non c’è evento, religioso o sportivo o musicale che nella città eterna non scateni il *merchandising* del contraffatto.

Se il turista straniero è attratto dal falso *made in* a poco prezzo da riportare a casa come ricordo per amici e familiari, il giovane studente va in cerca nei mercati della capitale di quei banchi che conosce, e dove sa di poter trovare l’abbigliamento *casual* dei marchi che ama o le maglie delle squadre di calcio preferite; e la signora della Roma bene gira con lo stesso scopo tra i banchi dei Parioli o del Flaminio, oppure aspetta fiduciosa una chiamata su whatsapp da parte del suo fornitore di fiducia, che le assicura il possesso dell’ultimo modello di un capo firmato, costoso, unico e, soprattutto, straordinariamente simile all’originale.

Diversa la situazione nella provincia, ove l’unica area in cui è presente un fenomeno consistente, ma concentrato nella stagione estiva, di vendita di ogni tipo di merce tarocca di bassa qualità è il litorale immediatamente a Nord e a Sud della capitale, per lo più frequentato da venditori di origine africana che si spostano giornalmente in treno con il proprio carico da Roma, per tornare la sera a dormire a casa.

Ma Roma è anche un grande *hub* di assemblaggio e distribuzione della merce falsa, tanto di quella destinata al mercato locale, quanto di quella che si muove verso il resto d'Italia, soprattutto verso le regioni del Sud. E nell'assemblaggio e nella distribuzione un ruolo fondamentale è quello giocato dai grossisti cinesi, presenti principalmente in alcune aree della capitale, ma anche in qualche località della provincia.

L'analisi condotta in queste pagine 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.

Continuità e perseveranza che, invece, sono mancate nelle azioni di informazione e sensibilizzazione sul territorio e nelle scuole: la contraffazione non rientra tra le tematiche di educazione alla legalità affrontate nelle scuole romane; ed è proprio su questo versante che oggi occorre concentrare gli sforzi individuando nel Piano d'Azione per la Lotta alla Contraffazione siglato lo scorso 9 marzo uno strumento di promozione della tematica e di richiesta di impegno presso gli *stakeholders* coinvolti: primi tra tutti le amministrazioni locali e le istituzioni scolastiche.

Parte I

Il contesto economico e sociale della provincia di Roma

Roma e la sua vocazione relazionale

Oggi Roma conta 2.872.021 residenti, circa il 10% in più rispetto a tre anni fa, con una crescita che è decisamente superiore rispetto a quella che si registra in Italia, che – nello stesso periodo – è del 2,4% (tab. 1).

Ma Roma non è solo i suoi abitanti: ogni giorno gravitano sulla città anche una parte dei residenti dei 120 comuni della provincia, che si recano nella capitale per motivi di studio o di lavoro, e che complessivamente sono circa un milione e mezzo, in aumento del 6,4% dal 2011.

Inoltre, Roma e la sua provincia rappresentano una *enclave* fortemente attrattiva per gli stranieri che scelgono di vivere nel nostro Paese: oggi nella provincia risiedono complessivamente 523.957 cittadini stranieri, cresciuti di ben il 52,2% negli ultimi quattro anni, quando gli stranieri in Italia sono aumentati del 23,7% (tab. 2). I dati disponibili parlano chiaro: nonostante i più elevati costi della vita, a Roma città gli stranieri crescono più che altrove: sono 363.563,

Tab. 1 - Popolazione residente nella provincia, nel comune di Roma, nel Lazio e in Italia, 2011-2015 (*) (v.a., val. % e var. %)

Territori	2015		var. %
	v.a.	val. %	2011-2015
Comune di Roma	2.872.021	66,1	9,9
Resto della provincia	1.470.025	53,6	6,4
Totale provincia	4.342.046	100,0	8,7
Lazio	5.892.425		4,3
Italia	60.795.612		2,4

(*) Dati al primo gennaio

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Tab. 2 - Gli stranieri residenti nella provincia e nel comune di Roma, nel Lazio e in Italia, 2011-2015 (*) (v.a., val. % e var. %)

Territori	2015		var. % 2011-201
	v.a.	val. % su popolazione	
Comune di Roma	363.563	12,7	61,5
Resto della provincia	160.394	10,9	34,6
Totale provincia	523.957	12,1	52,2
Lazio	667.245	9,2	48,7
Italia	3.081.369	7,2	23,7

(*) Dati al primo gennaio

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

rappresentano il 12,7% del totale della popolazione romana, e sono aumentati del 61,5% dal 2011 ad oggi.

Perché è così importante parlare degli stranieri?

Perché la contraffazione, nella sua dimensione più visibile, della vendita al dettaglio di merce di falsa a poco prezzo e di bassa qualità, è fortemente collegata alla vendita abusiva, e i due fenomeni, a loro volta, hanno come protagonisti principalmente (anche se non solo) gli stranieri.

Nella seconda parte del testo si descriveranno meglio il ruolo e le specializzazioni nella distribuzione e nella vendita illegale delle diverse comunità straniere: in questa sede è importante sottolineare che la prima comunità a Roma per numero di residenti è quella rumena (88.404 residenti nel comune), seguita dai filippini (che sono 40.463) e dai bengalesi (28.493). Questi ultimi si sono ritagliati negli anni una specializzazione nella vendita al dettaglio e ambulante; e se è vero che spesso chi vende contraffatto si trova irregolarmente nel nostro Paese e non compare nelle statistiche ufficiali, è anche vero che gli irregolari vanno dove trovano loro connazionali (tab. 3).

Al quarto posto per numero di presenze è la comunità cinese con 16.099 residenti: la vocazione imprenditoriale dei cinesi, nella ristorazione come nel commercio è nota, e ha portato negli ultimi anni ad una crescita degli empori, dei bar, degli esercizi artigiani; ma i cinesi hanno anche un ruolo tutt'altro che di secondo piano nello stoccaggio e nella vendita all'ingrosso.

Un'altra nazionalità su cui vale la pena di soffermarsi per il protagonismo nella vendita ambulante sono i senegalesi, che a Roma sono 2.152, in fortissima crescita dal 2011 ad oggi.

Mentre nel capoluogo si evidenzia una frammentazione delle presenze tra moltissime etnie (nel 2015 se ne contano 181), nel resto della provincia gli stranieri presenti sono per la maggioranza rumeni (87.673, il 54,7%), seguiti da albanesi, con 9.338 presenze, e polacchi, con 6.350 (tab. 4).

Quarto fattore – oltre a quello dei residenti, dei pendolari e degli stranieri – che aiuta a leggere ed interpretare la vocazione relazionale e cosmopolita di Roma è quello relativo ai flussi turistici.

Roma e la sua storia rappresentano da sempre un formidabile magnete per i turisti, italiani e non, e anche negli anni della crisi i flussi turistici in arrivo nella capitale sono in aumento: nel 2014 sono giunti a Roma e provincia oltre 9 milioni di viaggiatori, per un totale di 26 milioni di presenze; questo signifi-

Tab. 3 - Prime 10 nazionalità di provenienza degli stranieri residenti nel comune di Roma, 2011-2015 (*) (v.a., val. % e var. %)

Nazionalità	2015		var. % 2011-2015
	v.a.	val. %	
Romania	88.404	24,3	77,8
Filippine	40.463	11,1	45,9
Bangladesh	28.493	7,8	60,5
Cina Rep. Popolare	16.099	4,4	38,0
Perù	14.291	3,9	34,8
Ucraina	13.702	3,8	50,5
Polonia	12.696	3,5	53,2
Egitto	10.328	2,8	110,4
India	9.075	2,5	71,1
Sri Lanka	8.837	2,4	80,6
Totale prime 10 nazionalità	242.388	66,7	61,6
Totale	363.563	100,0	61,5

(*) Dati al primo gennaio

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Tab. 4 - Prime 10 nazionalità di provenienza degli stranieri residenti nel resto dei comuni della provincia di Roma, 2011-2015 (*) (v.a., val. % e var. %)

	v.a. 2015	val. % 2015	var. % 2011-2015
Romania	87.673	54,7	36,8
Albania	9.338	5,8	21,8
Polonia	6.350	4,0	15,6
India	4.707	2,9	74,7
Moldova	4.415	2,8	23,9
Ucraina	4.150	2,6	38,0
Bulgaria	3.939	2,5	30,2
Marocco	3.116	1,9	29,5
Cina Rep. Popolare	2.510	1,6	73,0
Perù	2.451	1,5	11,9
Totale prime 10 nazionalità	128.649	80,2	
Totale	160.394	100,0	

(*) Dati al primo gennaio

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

ca che – in media – ogni giorno nella capitale si sono registrati oltre 70.000 visitatori (tab. 5).

A scegliere Roma sono soprattutto gli stranieri, e tra questi in primo luogo gli americani, con 1.683.973 arrivi nel 2014. Si tratta di un turismo fatto di gruppi e di individui o famiglie che vengono a Roma principalmente per la sua storia e per visitare i suoi monumenti. Seguono gli europei che complessivamente rappresentano il 51,5% dei turisti in arrivo (tab. 6).

Ma negli ultimi anni crescono soprattutto i viaggiatori che arrivano dai paesi che sono protagonisti del nuovo turismo internazionale quali la Cina, la Russia, l'India. Tra i turisti provenienti da questi Paesi si riscontra un ridotto interesse per il patrimonio culturale, mentre per loro la vera calamita del viaggio in Italia è lo *shopping*, il lusso, l'accesso ai beni di alto pregio e qualità: si tratta di un segmento che può diventare facile preda di venditori di beni contraffatti di alta gamma.

Tab. 5 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive della provincia di Roma, per nazionalità di residenza dei clienti, 2014 (v.a. e val. %)

Provenienza	Arrivi	val. %
Paesi esteri	6.469.707	70,5
Italia	2.710.913	29,5
Totale	9.180.620	100,0
Provenienza	Presenze (*)	val. %
Paesi esteri	19.665.232	75,5
Italia	6.390.004	24,5
Totale	26.055.239	100,0

(*) Giorni di permanenza

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Tab. 6 - Prime 10 nazionalità per numero di arrivi di stranieri nelle strutture ricettive della provincia di Roma, 2014 (v.a. e val. %)

Nazionalità	Arrivi	
	v.a.	val. %
Stati Uniti	1.683.973	26,0
Regno Unito	577.222	8,9
Germania	517.235	8,0
Spagna	448.015	6,9
Francia	349.998	5,4
Giappone	343.771	5,3
Cina	227.659	3,5
Russia	200.306	3,1
Canada	167.534	2,6
Australia	158.618	2,5
Totale prime 10 nazionalità	4.674.331	72,2
Totale stranieri	6.469.707	100,0

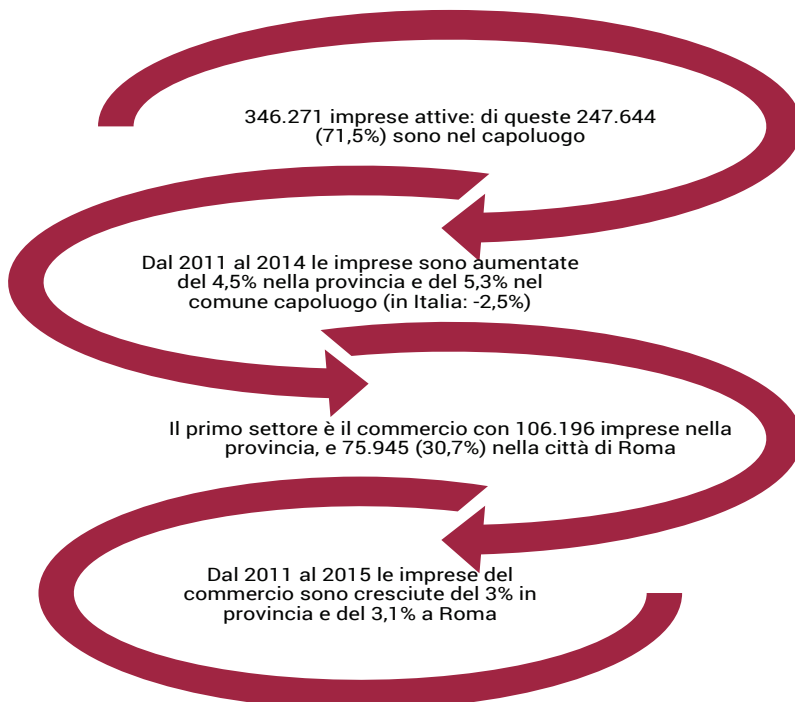
Fonte: elaborazione Censis su dati Telemaco-Infocamere

Una economia terziaria a forte *imprinting* commerciale

La lettura economica del territorio consente di comprenderne la vocazione produttiva e di rilevare se la situazione di contesto sia favorevole alla penetrazione di un mercato illegale quale è quello della contraffazione.

Nel 2015, in base ai dati Infocamere, le imprese attive nel territorio provinciale sono 346.271: di queste oltre il 70% (247.644 in valore assoluto) si trova nel capoluogo e 98.627 nel resto della provincia (fig. 1).

Fig. 1 - Le imprese e la vocazione produttiva della provincia di Roma, 2015



Fonte: elaborazione Censis su dati Telemaco-Infocamere

Negli anni della crisi Roma ha mostrato comunque una buona capacità di tenuta, senz'altro migliore rispetto al territorio nazionale: in base ai dati Infocamere, in Italia tra il 2011 e il 2015 le imprese sono diminuite del 2,5%, in provincia di Roma sono invece cresciute del 4,5%, e a Roma città del 5,3%.

Tra le imprese che crescono ci sono anche quelle del commercio, che, in controtendenza con quanto avvenuto in Italia, negli ultimi tre anni aumentano del 3% in provincia e del 3,1% a Roma città (tab. 7).

Il commercio rappresenta il primo settore produttivo per numero di imprese attive: in provincia sono 106.196, pari ad oltre il 30% del totale delle imprese, e nella sola città di Roma 75.945, con un valore che, anche in questo caso, supera il 30% del totale. Il secondo settore di attività economica per numero di imprese attive, a Roma e provincia, è rappresentato dalle costruzioni, con oltre 53.071 imprese, e il terzo dalle attività dei servizi di alloggio e di ristorazione, che sono oltre 30.000 in provincia, di cui 21.346 nella sola città di Roma (tab. 8).

I dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio, che non sono del tutto coincidenti con quelli delle Camere di Commercio, riportano un totale di 111.138 esercizi commerciali in provincia di Roma, in crescita del 6,0% rispetto al 2011: di questi il 48%, 53.319 in valore assoluto, sono negozi al dettaglio in sede fissa, cresciuti del 2,9% negli ultimi quattro anni (tab. 9). Ma negli ultimi quattro anni crescono soprattutto l'ambulantato (11.959 esercizi, con una crescita del 22,6%), e le altre forme di commercio senza sede fissa (tra cui quello via internet), che sono 4.210 e aumentano del 16,2%. Il commercio all'ingrosso fa registrare 15.858 esercizi nel 2015, in crescita del 9,8% negli anni considerati.

Le superfici della grande distribuzione, sempre secondo i dati dell'Osservatorio del Ministero dello Sviluppo Economico, al 2014 erano complessivamente 860 nella provincia, e di queste 530 (il 61,6%) nella città capoluogo, in crescita del 23% negli ultimi quattro anni (tab. 10).

Il ruolo degli stranieri nel commercio è chiaro se si esaminano i dati relativi ai titolari di impresa: tra commercio al dettaglio e all'ingrosso nel 2015 risultano iscritti alla Camera di Commercio della provincia di Roma 15.226 imprenditori stranieri; di questi 12.378 sono commercianti al dettaglio, rappresentando circa il 30% del totale della provincia, e 2.848 all'ingrosso (il 6,8% del totale). 11.653 si trovano a Roma (9.306 commercianti al dettaglio e 2.347 all'ingrosso) e 3.573 nel resto della provincia (tab. 11).

Tab. 7 - Come è cambiata la vocazione produttiva nella provincia e nel comune di Roma negli ultimi 5 anni per settore di attività, 2011-2015 (var. %)

Settore	Var. % 2011-2015		
	Comune capoluogo	Resto della provincia	Totale provincia
Agricoltura, silvicoltura pesca	-3,9	-8,8	-7,2
Attività manifatturiere	-4,8	-3,5	-4,4
Fornitura di energia elettrica, gas, acqua, ecc.	20,8	18,8	20,4
Costruzioni	1,1	-0,6	0,4
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli	3,1	2,6	3,0
Trasporto e magazzinaggio	-3,2	-4,5	-3,5
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	15,3	10,8	14,0
Servizi di informazione e comunicazione	8,2	10,9	8,6
Attività finanziarie e assicurative	-0,1	0,4	0,0
Attività immobiliari	4,6	5,5	4,8
Attività professionali, scientifiche e tecniche	9,9	12,5	10,3
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	34,8	31,1	34,0
Amministrazione Pubblica, istruzione e sanità	12,3	19,3	13,9
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	7,3	16,3	9,4
Altre attività di servizi	-0,6	3,5	0,5
Totale (*)	5,3	2,6	4,5

(*) Il totale include gli altri settori non specificati

Fonte: elaborazione Censis su dati Telemaco-Infocamere

A Roma città i più attivi nel commercio al dettaglio sono i bengalesi, tra i quali si contano circa 4.000 imprenditori, pari al 42,7% del totale; seguono – a distanza – i 1.294 commercianti cinesi (13,9% dei negozianti stranieri a Roma) e i 902 marocchini; al quarto posto gli 816 commercianti egiziani, se-

Tab. 8 - Imprese attive nella provincia e nel comune di Roma per settore di attività economica, 2015 (v.a. e val. %)

Settore	Comune capoluogo	Resto della provincia	Totale provincia	
			v.a.	val. %
Agricoltura, silvicoltura pesca	4.181	8.092	12.273	3,5
Attività manifatturiere	13.300	6.104	19.404	5,6
Fornitura di energia elettrica, gas, acqua, ecc.	935	228	1.163	0,3
Costruzioni	32.753	20.318	53.071	15,3
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli	75.945	30.251	106.196	30,7
Trasporto e magazzinaggio	10.726	3.269	13.995	4,0
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	21.346	8.773	30.119	8,7
Servizi di informazione e comunicazione	12.456	2.154	14.610	4,2
Attività finanziarie e assicurative	7.389	2.280	9.669	2,8
Attività immobiliari	13.844	2.794	16.638	4,8
Attività professionali, scientifiche e tecniche	13.273	2.337	15.610	4,5
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	19.231	4.689	23.920	6,9
Amministrazione Pubblica, istruzione e sanità	3.923	1.204	5.127	1,5
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	4.329	1.370	5.699	1,6
Altre attività di servizi	13.725	4.677	18.402	5,3
Totale (*)	247.644	98.627	346.271	100,0

(*) Il totale include gli altri settori non specificati

Fonte: elaborazione Censis su dati Telemaco-Infocamere

Tab. 9 - Consistenza degli esercizi commerciali nella provincia di Roma per tipologia, 2011-2015 (v.a., val. %, var. %)

Esercizi commerciali	v.a. 2015	val. %	var. % 2011-2015	% sul totale nazionale
Commercio al dettaglio in sede fissa (1)	53.319	48	2,9	7,1
Commercio al dettaglio al di fuori dei negozi:				
Ambulante	11.959	10,8	22,6	6,2
Fuori dai banchi di mercato (2)	4.210	3,8	16,2	10,7
Commercio all'ingrosso	15.858	14,3	9,8	6,3
Intermediari	15.377	13,8	-0,1	6,5
Commercio e riparazione auto e moto	10.415	9,4	6,1	6,6
Totale	111.138	100,0	6,0	6,8

(1) Esclusa l'attività secondaria

(2) Commercio per corrispondenza, telefono, radio, televisione, Internet, vendita a domicilio, commercio per mezzo di distributori automatici

Fonte: elaborazione Censis su dati Ministero dello Sviluppo Economico-Osservatorio Nazionale del Commercio

Tab. 10 - Consistenza degli esercizi della grande distribuzione nella provincia e nel comune di Roma, 2011-2014 (v.a. e var. %)

Esercizi grande distribuzione	v.a. 2014	var. % 2011-2014
Grande distribuzione despecializzata	804	16,7
<i>di cui comune di Roma</i>	495	21,0
Grande distribuzione specializzata	56	43,6
<i>di cui comune di Roma</i>	35	59,1
Totale grande distribuzione	860	18,1
<i>di cui comune di Roma</i>	530	23,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Ministero dello Sviluppo Economico – Osservatorio Nazionale del Commercio

Tab. 11 - Il protagonismo degli stranieri nelle attività commerciali, 2011-2015 (v.a., val. % e var. %)

Titolari di impresa stranieri	Comune di Roma v.a.	Resto della provincia v.a.	Totale provincia v.a.	val. % sul totale provincia	var. % 2011-2015
Commercio all'ingrosso	2.347	501	2.848	6,8	5,1
Commercio al dettaglio	9.306	3.072	12.378	29,6	45,1
Totale	11.653	3.573	15.226		

Fonte: elaborazione Censis su dati Telemaco-Infocamere

guiti da 373 nigeriani: a queste 5 nazionalità appartiene il 79,1% dei commercianti stranieri di Roma (tab. 12).

Diversa la geografia dei titolari di esercizi commerciali nel resto della provincia, dove prevalgono i marocchini (1.192, pari al 38,8% del totale), seguiti dai cinesi che sono 295, dai rumeni che sono 232, mentre solo al quarto posto si trovano i bengalesi, che in provincia contano su 222 titolari di negozi al dettaglio (tab. 13).

Se si guarda al commercio all'ingrosso, spicca il ruolo degli imprenditori cinesi, che a Roma sono 641, pari al 27,3% del totale, seguiti dai bengalesi, che sono 366 (15,6%) e dai nigeriani. In provincia la situazione è più polverizzata, con i nigeriani a detenere il primato con 65 imprenditori del commercio all'ingrosso (il 13% del totale), seguiti da cinesi e marocchini.

Tab. 12 - Le nazionalità dei titolari di impresa del commercio all'ingrosso e al dettaglio nel comune di Roma, 2015 (v.a. e val. %)

Commercio al dettaglio	v.a.	val. %	Commercio all'ingrosso	v.a.	val. %
Bangladesh	3.977	42,7	Cina	641	27,3
Cina	1.294	13,9	Bangladesh	366	15,6
Marocco	902	9,7	Nigeria	202	8,6
Egitto	816	8,8	Senegal	154	6,6
Nigeria	373	4,0	Marocco	101	4,3
Totale prime 5	7.359	79,1	Totale prime 5	464	62,4
Totale	9.306	100,0	Totale	2.347	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Telemaco-Infocamere

Tab. 13 - Le nazionalità dei titolari di impresa del commercio all'ingrosso e al dettaglio nel resto della provincia, 2015 (v.a. e val. %)

Commercio al dettaglio	v.a.	val. %	Commercio all'ingrosso	v.a.	val. %
Marocco	1.192	38,8	Nigeria	65	13,0
Cina	295	9,6	Marocco	52	10,4
Romania	232	7,6	Cina	52	10,4
Bangladesh	222	7,2	Romania	51	10,2
Egitto	157	5,1	Egitto	21	4,2
Totale prime 5	2.098	68,3	Totale prime 5	241	48,1
Totale	3.072	100,0	Totale	501	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Telemaco-Infocamere

Un contesto favorevole alla contraffazione

La vendita di merce contraffatta rappresenta solo l'ultimo anello di una filiera che va dalla produzione, al trasporto, allo stoccaggio, alla distribuzione e che, per la sua complessità, richiede la presenza di consorzi con forme organizzative del tutto simili a quelle delle organizzazioni criminali di tipo tradizionale. Del resto, alcune indagini, tra cui il lavoro di mappatura della criminalità organizzata realizzato da Unicri con il Ministero dello Sviluppo Economico - DG Lotta alla Contraffazione - UIBM, hanno dimostrato come alcuni dei consorzi criminali presenti in Italia abbiano tra i propri business anche la contraffazione.

Roma, come mostrano alcuni dei procedimenti avviati negli ultimi anni, non è una piazza indenne dalla criminalità organizzata nelle sue diverse ramificazioni, che vanno dai sodalizi italiani, a quelli stranieri, a forme di organizzazione endogena quale è quella della cosiddetta "mafia capitale": lo testimoniano anche i dati relativi alle denunce per reati di criminalità organizzata che, nel 2014 sono 4.985, in crescita dell'1,8% rispetto al 2012, e in controtendenza con il dato italiano che li vede diminuire del 14,3% (tab. 14).

Tali organizzazioni trovano un *humus* favorevole in contesti territoriali caratterizzati da un'elevata presenza di attività illegali ai danni delle imprese: nel Lazio il tasso di irregolarità dell'occupazione, che misura l'incidenza degli occupati irregolari sul totale, è del 14,3%, superiore a quello della media Italia, che è del 12,8%. Particolarmente elevata risulta essere l'irregolarità lavorativa in agricoltura (26,2%) e nelle costruzioni (23,0%), ma anche nei servizi il valore è elevato, e raggiunge il 13,7% (tab. 15).

Si tratta di fenomeni che, al loro interno, presentano sfaccettature e gravità di diverso peso, per cui si va dall'impresa e dal lavoratore completamente sommersi, all'impresa che non è in regola con i versamenti dei contributi e che

non offre le coperture assicurative, a quella che per i suoi dipendenti dichiara un numero di ore inferiori a quelle effettivamente lavorate. Quello che è certo, è che è più probabile che un'impresa che utilizza lavoro irregolare compia anche altri illeciti, fra cui la commercializzazione di merce falsa.

Tab. 14 - Delitti denunciati all'Autorità giudiziaria dalle Forze di Polizia per criminalità organizzata, nella provincia di Roma, Lazio e Italia (*), 2012-2014 (v.a., val. % e var. %)

Territori	v.a. 2014	% sul totale delitti 2014	per 100.000	
			abitanti 2014	var. % 2012-2014
Provincia di Roma	4.985	1,8	114,8	1,8
Lazio	6.345	1,9	107,7	-5,5
Italia	46.253	1,6	76,1	-14,3

(*) Include gli omicidi e i tentati omicidi per mafia, attentati, incendi dolosi, e rapine gravi (rapine in banche, in uffici postali, a rappresentanti di preziosi, a trasportatori di valori bancari e postali, di automezzi pesanti trasportanti merci), i sequestri di persona a scopo estorsivo, il contrabbando, stupefacenti, lo sfruttamento della prostituzione e pornografia minorile, l'associazione per delinquere e di tipo mafioso

Fonte: elaborazione Censis su dati Ministero dell'Interno

Tab. 15 - Tasso di irregolarità dell'occupazione (*) nel Lazio, Centro e Italia, per settore di attività economica, 2013 (val. %)

Settori	Lazio	Italia
Agricoltura	26,2	22,3
Industria in senso stretto	10,8	6,7
Costruzioni	23	14,5
Servizi	13,7	13,6
Totale	14,3	12,8

(*) Incidenza degli occupati irregolari sul totale occupati

Fonte: Istat

Parte II

**Caratteristiche,
peculiarità e
andamento della
contraffazione nella
provincia di Roma**

Prima piazza di consumo del *fake* in Italia

Il 20% della merce falsa sequestrata da Dogane e Guardia di Finanza in Italia è destinata alla città di Roma, che si caratterizza come il principale luogo di consumo del *fake* in Italia: è quanto attestano i dati della Banca dati Iperico del Ministero dello Sviluppo Economico - Dg Lotta alla Contraffazione - UIBM.

Nel 2015 i sequestri sono stati 3.236 (il 20,5% del totale nazionale) e i pezzi sequestrati 31.587.325 (il 58,1%): il dato abnorme sul numero dei pezzi sequestrati è condizionato da due maxi sequestri effettuati dalla Guardia di Finanza, per un totale di oltre 28 milioni di prodotti cartotecnici per scuola/ufficio (tabb. 16 e 17).

Proprio per minimizzare le distorsioni che possono derivare da sequestri ingenti, è preferibile analizzare i dati cumulati di più anni (soprattutto quelli relativi ai pezzi sequestrati): ebbene, se si considera il totale dei sequestri effettuati dal 2008 al 2015 nella provincia di Roma, essi sono 24.393, e rappresentano il 18,6% del totale Italia; mentre i pezzi sequestrati nello stesso periodo sono oltre 130 milioni, ovvero il 30,3% del totale.

Nel medio periodo diminuiscono i sequestri (-4,9% rispetto al 2008), seppure in maniera meno marcata rispetto al resto d'Italia, e aumentano i pezzi sequestrati (ma, come già segnalato, il dato è inficiato dai due maxi sequestri del 2015).

Sulla base delle evidenze delle indagini e dei sequestri si può affermare che si tratta per lo più di falsi di bassa finitura e basso prezzo, provenienti principalmente dalla Cina, e che appartengono soprattutto alla categoria degli accessori e dell'abbigliamento.

L'analisi dei sequestri per categoria merceologica evidenzia la concentrazione del falso nel settore degli accessori e dell'abbigliamento: nel 2015 oltre il 60% dei sequestri (1.960 in valore assoluto) si riferisce a queste categorie;

Tab. 16 - Sequestri per contraffazione (1) effettuati da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane, nella provincia di Roma, per categoria merceologica, 2008-2015 (v.a. e val. %)

Categoria	2015 (2)			Totale 2008-2015		
	v.a.	val. %	% sul totale Italia	v.a.	val. %	% sul totale Italia
Accessori di abbigliamento	1.290	39,9	25,8	10.936	44,8	23,5
Abbigliamento	670	20,7	20,0	4.510	18,5	16,8
Giocattoli e giochi	22	0,7	9,4	221	0,9	11,7
Apparecchiature elettriche	452	14,0	34,9	1.662	6,8	21,6
Calzature	307	9,5	17,0	2.981	12,2	19,3
Supporti audio e video	10	0,3	15,2	88	0,4	12,2
Profumi e cosmetici	33	1,0	17,9	89	0,4	11,3
Occhiali	268	8,3	19,1	1.385	5,7	14,4
Orologi e gioielli	80	2,5	4,6	940	3,9	8,7
Apparecchiature informatiche	7	0,2	17,5	168	0,7	22,6
Altre merci	97	3,0	14,1	1.413	5,8	13,6
Totale	3.236	100,0	20,5	24.393	100,0	18,6

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

(2) Dato provvisorio

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (Ministero dello Sviluppo Economico - Direzione Generale Lotta alla Contraffazione - UIBM)

Tab. 17 - Pezzi sequestrati per contraffazione (1) da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane nella provincia di Roma, per categoria merceologica, 2008-2015 (v.a. e val. %)

Categoria	2015 (2)			Totale 2008-2015		
	v.a.	val. %	% sul totale Italia	v.a.	val. %	% sul totale Italia
Accessori di abbigliamento	307.471	1,0	9,7	13.543.319	10,4	17,6
Abbigliamento	197.486	0,6	5,0	26.459.539	20,2	39,1
Giocattoli e giochi	99.658	0,3	5,8	10.726.046	8,2	23,9
Apparecchiature elettriche	1.333.902	4,2	37,5	14.329.471	11,0	57,8
Calzature	29.075	0,1	8,8	3.426.165	2,6	21,8
Supporti audio e video	1.403	0,0	0,1	98.415	0,1	0,6
Profumi e cosmetici	30.215	0,1	2,8	2.021.494	1,5	16,7
Occhiali	138.351	0,4	56,5	2.913.639	2,2	31,9
Orologi e gioielli	23.769	0,1	14,1	1.266.247	1,0	21,0
Apparecchiature informatiche	524	0,0	13,1	331.740	0,3	38,3
Altre merci	29.425.471	93,2	76,0	55.734.321	42,6	35,2
Totale	31.587.325	100,0	58,1	130.850.396	100,0	30,3

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

(2) Dato provvisorio

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (Ministero dello Sviluppo Economico - Direzione Generale Lotta alla Contraffazione - UIBM)

seguono le apparecchiature elettriche (452 sequestri nel 2015, pari al 14,0% del totale) e le calzature (307 sequestri, vale a dire il 9,5% del totale).

I dati del medio periodo confermano queste tendenze: dal 2008 ad oggi il 44,8% dei sequestri (10.936 in valore assoluto) ha interessato accessori di abbigliamento, il 18,5% articoli di abbigliamento e il 12,2% calzature. Al quarto posto, con il 6,8% dei sequestri, le apparecchiature elettriche.

Un'analisi più approfondita dei dati rilevati al momento del sequestro rivela come, tra gli accessori, siano colpite soprattutto le borse, e poi cinte, foulard, portafogli, cappelli.

Tra l'abbigliamento, oltre a giacche e giubbotti, ha un peso determinante, l'abbigliamento sportivo. Stesso discorso vale anche per le calzature, dove si registrano consistenti quantitativi di scarpe da ginnastica false.

All'interno della macrocategoria dei materiali elettrici si celano soprattutto sequestri di cellulari o di parti di essi (batterie, vetrini, cover), di piccoli elettrodomestici quali, ad esempio, le piastre per capelli, e di ricambi di elettrodomestici.

Infine, da segnalare come i prodotti che figurano all'interno della categoria "altre merci" rivelino la presenza sul territorio di quella che più avanti si indicherà come la "contraffazione fatta in casa" o, comunque, rappresentino dei 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.

La merce falsa arriva a Roma prevalentemente su gomma, e prevalentemente dopo aver sdoganato in altri Paesi europei dove i controlli sono meno stringenti, o – sebbene molto meno che in passato – nei porti italiani di Napoli o Livorno. Meno utilizzato il porto crocieristico di Civitavecchia, dove possono arrivare solo navi *feeder*, per trasporti in piccoli *container*, di solito caricati nei porti attrezzati per il *transshipment* di Gioia Tauro, Cagliari e Taranto.

Dati i costi di trasporto più elevati, solo una parte residuale della merce contraffatta – quella che non può sopportare un lungo viaggio – arriva a Roma

attraverso il vettore aereo: si tratta di merce in quantitativi ridotti, deperibile (ad es., integratori, medicinali, alimenti) o che riveste carattere di stagionalità, o che è molto piccola (ad es., componentistica).

A questa si deve aggiungere la merce falsa che viene trasportata dai viaggiatori con bagaglio a mano o i pacchi che arrivano attraverso corrieri espresso.

Nonostante tutti convengano nel vedere nell'*e-commerce* la nuova frontiera del contraffatto, e in particolare del falso di alta gamma e di elevata qualità, non è Roma a rappresentare la provincia d'elezione di questi traffici: infatti, l'aeroporto di Fiumicino tratta con un unico corriere, FedEx, mentre Ciampino tratta solo con il Dhl. Tutti gli altri corrieri arrivano in Italia attraverso l'aeroporto di Milano Malpensa, che sicuramente è il più esposto all'arrivo di merce ordinata online.

Sulla base di quanto indicato all'interno delle bolle doganali, e per i soli sequestri effettuati dalle Dogane, risulta che la stragrande maggioranza delle merci bloccate alle Dogane di Roma provenga dall'Estremo Oriente.

Al primo posto – come Paese di origine delle merci bloccate nel 2015 – è la Cina, da cui provengono 295.568 pezzi, relativi a 96 sequestri, seguita dalla Turchia con 37.253 articoli e 34 sequestri, da Hong Kong con 29.812 pezzi frutto di 322 sequestri, e dalla Slovenia con 11.270 pezzi provenienti da 2 sequestri (tab. 18).

In realtà il luogo d'origine va considerato con attenzione: secondo gli *stakeholders* intervistati la stragrande maggioranza della merce, a prescindere dal Paese di origine indicato nella bolla, proviene dalla Cina, e spesso il Paese d'origine rivela solo l'ultimo Paese di scarico e carico della stessa. Negli anni passati sono stati scoperti magazzini di stoccaggio di merce proveniente dalla Cina in diversi Paesi dell'Est asiatico come la Thailandia, Hong Kong, la Malesia, e anche in Turchia, Grecia e in Paesi dell'Est europeo.

Questo non vuol dire che non ci possa essere una parte, seppure residuale, della merce falsa in arrivo a Roma che venga prodotta altrove: per esempio, la Turchia, oltre a rappresentare un possibile Paese di transito di merce proveniente dalla Cina, possiede anche una industria del falso locale, specializzata nella produzione di accessori e abbigliamento di migliore fattura rispetto a quella cinese, e che potrebbe giustificare la provenienza di *fake* da questo Paese.

Tab. 18 - Sequestri e pezzi sequestrati alle Dogane della provincia di Roma, per Paese d'origine, 2015(*) (v.a.)

Paese d'origine	Sequestri	Pezzi sequestrati
Cina	96	295.568
Turchia	34	37.253
Hong Kong	322	29.812
Slovenia	2	11.270
Egitto	1	1.709
Taiwan	1	1.500
Bangladesh	2	106
Tailandia	7	91
Australia	22	42
Singapore	17	20
Emirati Arabi Uniti	2	20
Filippine	1	12
Malesia	3	4
Svizzera	2	2

(*) Dati provvisori

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (Ministero dello Sviluppo Economico - Direzione Generale Lotta alla Contraffazione - UIBM)

Relativamente basso il numero di sequestri effettuati dalle Dogane di altre province italiane e che avevano Roma come destinazione finale: nel 2015 due sequestri, per un totale di 11.270 articoli, sono stati effettuati a Trieste; mentre cinque sequestri e 3.264 prodotti sono stati intercettati nel porto di Livorno. Interessante rilevare come a Milano sono stati effettuati 104 sequestri di 278 articoli destinati alla capitale, soprattutto orologi e occhiali.

Roma: *hub* logistico in direzione Sud

Ma Roma è anche grande *hub* logistico e punto di passaggio delle merci dirette ad altre province, soprattutto quelle del Sud Italia, meno facilmente raggiungibili e che esprimono una forte domanda di prodotti falsi *low cost* e *low quality*.

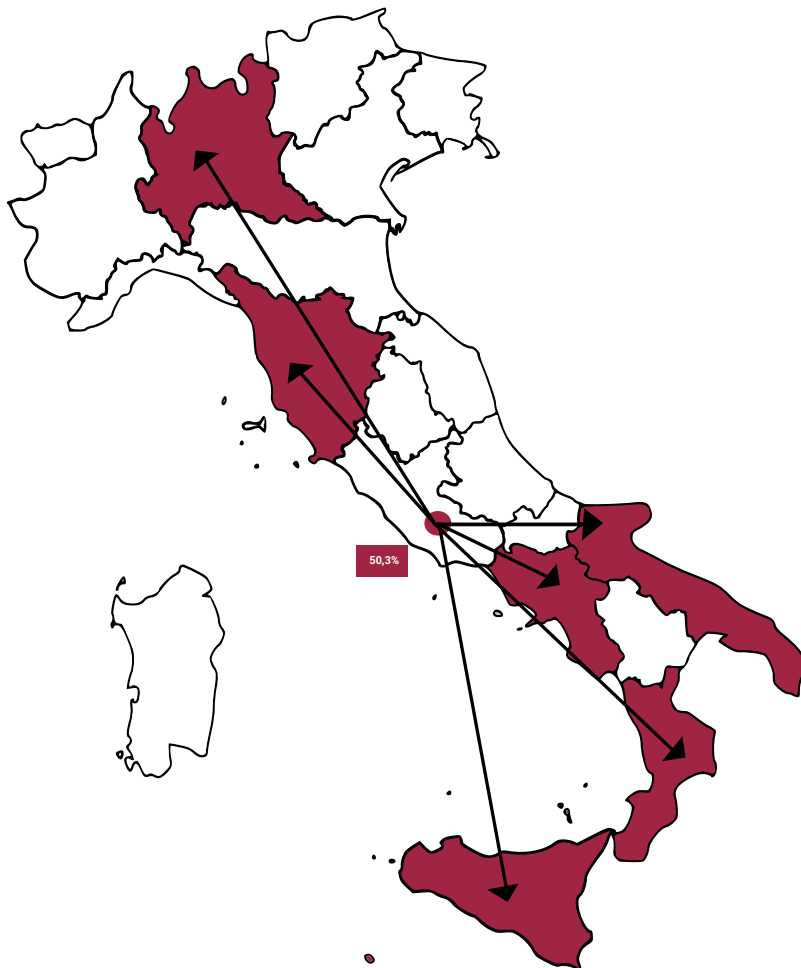
Solo il 50% dei sequestri compiuti alle Dogane della provincia di Roma nel 2015 aveva come destinazione finale Roma: tra le regioni italiane che attendono la merce tarocca sdoganata nella capitale al primo posto si trova la Campania cui erano destinati 44.579 articoli intercettati, seguita dalla Lombardia (16.616 pezzi), dalla Sicilia – cui sarebbero andati 14.061 pezzi – e dalla Toscana (destinataria di 13.550 articoli relativi ad un sequestro con destinazione Prato) (fig. 2).

Se scendiamo al livello provinciale, al primo posto, come provincia di destinazione finale dei beni fermati alle Dogane di Roma è Napoli, a cui, nel 2015 risultavano destinati 43.329 articoli sequestrati, seguita da Milano con 16.616 articoli e da Prato, con 13.550, seguono – nella graduatoria provinciale per numero dei pezzi sequestrati – tutte province del Sud del Paese (tab. 19).

Sebbene l'attività di contraffazione rientri tra i reati economici e perciò veda precipuamente impegnata la Guardia di Finanza, anche le altre Forze di Polizia contribuiscono alle attività di contrasto; in particolare la Polizia locale risulta presente sul versante del contrasto alla vendita abusiva sul territorio e nel sequestro delle merci.

Complessivamente i pezzi sequestrati dalle altre Forze dell'ordine nel 2014 nella provincia di Roma sono 203.986 (con esclusione di medicinali e alimentari), con una diminuzione del 19% rispetto al 2008, decisamente meno sensibile rispetto alla contrazione che si è registrata nel Lazio (-26%), e in Italia (-68,6%) (tab. 20).

Fig. 2 - Principali regioni di destinazione dei sequestri effettuati alle Dogane della Provincia di Roma, 2015 (1) (2)



(1) Dati provvisori

(2) Il 50,3% dei sequestri in transito nella provincia di Roma sono destinati al Lazio stesso

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (Ministero dello sviluppo economico - Direzione Generale Lotta alla Contraffazione - UIBM)

Anche questi dati confermano la centralità della piazza di Roma, dove nel periodo 2008-2014 è stato sequestrato l'11,9% del totale dei pezzi sequestrati sul territorio nazionale.

Nella città di Roma, e in particolare nel suo centro storico, è in atto dal 2014 una attività mirata a "ripulire" la città dai venditori abusivi e ad allontanare dai

Tab. 19 - Prime 10 province di destinazione dei pezzi fermati dalle Dogane nella provincia di Roma, 2015 (*) (v.a.)

Destinazione	Pezzi fermati
Napoli	43.329
Milano	16.616
Prato	13.550
Frosinone	12.133
Catania	9.430
Bari	8.830
Modena	6.980
Reggio Calabria	2.136
Messina	1.572
Palermo	1.411

(*) Dati provvisori

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (Ministero dello Sviluppo Economico - Dg Lotta alla Contraffazione - UIBM)

Tab. 20 - Pezzi sequestrati nelle attività di contrasto alla contraffazione e pirateria (*) dei Carabinieri, Polizia di Stato e Polizia locale, nella provincia di Roma, Lazio, Italia, 2008-2014 (v.a., val. % e var. %)

Territori	Totale		var. %
	2014	2008-2014	2008-2014
	v.a.		
Provincia di Roma	203.986	1.050.236	-19,0
Lazio	207.536	1.159.402	-26,0
Italia	869.051	8.806.858	-68,6
	% della Provincia di Roma		
sul totale regionale	98,3	90,6	8,5
sul totale nazionale	23,5	11,9	14,4

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

Fonte: elaborazione Censis su dati Iperico (Ministero dello Sviluppo Economico - Dg Lotta alla Contraffazione - UIBM)

luoghi di maggiore attrazione turistica anche i venditori regolari, spostandoli nelle vicinanze, in luoghi di minor pregio.

In questa attività è impegnato il nucleo GSSU (Gruppo Sicurezza Sociale Urbana) della Polizia di Roma Capitale, composto di 160 unità, di cui 120 dedicate, che agiscono principalmente nel primo municipio, ma si spostano anche sul resto del territorio.

Particolarmente efficace è risultata l'attività del nucleo nel corso del 2014 dove, a fronte di un numero di controlli solo leggermente superiore rispetto all'anno precedente, sono stati effettuati ben 891 sequestri penali con 179.053 pezzi sequestrati (tab. 21).

Si tratta di un'attività che è proseguita negli ultimi due anni, ed è stata ulteriormente potenziata nel 2016, anno del Giubileo Straordinario della Misericordia, con risultati visibili all'occhio del residente e dei turisti e resi evidenti dai dati disponibili. Nei primi quattro mesi dell'anno in corso risultano 14.769 controlli, per 109 sequestri penali e 137.353 articoli sequestrati, per la stragrande maggioranza accessori di abbigliamento, soprattutto borse, foulard e giubbotti.

Oggi nelle aree di maggior afflusso turistico intorno a San Pietro, il Colosseo, Piazza Venezia e zone limitrofe i venditori ambulanti sono scomparsi. Ri-compaiono nelle ore serali, soprattutto nelle zone della *movida*, in particolare a Trastevere, e sono rimasti, anche se non nella forma endemica degli anni precedenti, nelle zone semicentrali e a forte vocazione commerciale, come il quartiere Prati, a ridosso dell'area di San Pietro.

I risultati conseguiti dal GSSU vanno letti in combinazione con quelli della Guardia di Finanza di cui si parlerà in seguito e dimostrano che – se si de-

Tab. 21 - Attività di contrasto alla contraffazione del nucleo GSSU (Gruppo Sicurezza Sociale Urbana) di Roma Capitale, 2013-2016 (v.a.)

	2013	2014	2015	2016 (gen-apr)
Controlli	71.741	75.513	74.267	14.769
Sequestri penali	374	891	653	109
Pezzi sequestrati	7.451	179.053	20.303	137.353

Fonte: elaborazione Censis su dati Nucleo GSSU Roma Capitale

stinano *intelligence* e risorse e si procede con intenzionalità e continuità – è possibile contrastare il fenomeno della vendita abusiva e della vendita di merce falsa.

Si tratta di fenomeni che sono senza dubbio meno gravi della produzione, dello stoccaggio e del trasporto della merce, ma che costituiscono elementi di forte penalizzazione dell'immagine e del decoro cittadini, oltre a rappresentare elementi di concorrenza sleale nei confronti dei commercianti che esercitano regolarmente la loro attività.

La gomorra cinese

La contraffazione è fenomeno che richiede un'organizzazione per la produzione, il trasporto, la logistica, la distribuzione della merce: ma questo non vuol dire, e nella città di Roma comunque non ci sono evidenze giudiziarie, che per fare contraffazione si debba venire a patti con le organizzazioni criminali nostrane.

Quello che invece risulta dall'attività investigativa, è la presenza di forme organizzative più volatili e meno salde sul territorio, capaci di rigenerarsi con una grande velocità, dove i cinesi hanno un ruolo fondamentale in tutte le fasi della filiera.

Sono finiti i tempi in cui – come descriveva Roberto Saviano in *Gomorra* – la merce falsa o non a norma spedita dalla Cina raggiungeva la provincia e la città di Roma dai porti di Napoli o di Livorno dopo aver percorso un breve tratto su gomma, o veniva direttamente prodotta nei sottoscala del napoletano.

Oggi le rotte del contraffatto si sono diversificate e parcellizzate, e i cinesi insediatisi nella capitale hanno preso in mano i traffici e studiato le rotte più convenienti.

In linea generale – ma questo non vale solo per Roma – 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. La merce che parte dal Sud Est asiatico non segue mai rotte dirette, ma piuttosto raggiunge il Nord Europa (Olanda, Inghilterra, Germania) dopo essere transitata per altri Paesi, o passa dalla porta turca per arrivare in Europa attraverso la Grecia, la Polonia o la Bulgaria. 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 ragionamento non vale 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 *container* più piccoli di merce falsa che viaggia in aereo, e che viene sdoganata preferibilmente in altri scali piuttosto che a Fiumicino o a Ciampino.

Gli *stakeholders* intervistati raccontano che, una volta varcata la frontiera europea, le merci viaggiano su vettori privati che hanno una bolla di consegna all'indirizzo di un prestanome cinese titolare di partita Iva che, il più delle volte, è all'oscuro del traffico o che non si è mai mosso dalla Cina o, che, addirittura (è capitato anche questo), risulta deceduto.

Ad un certo punto del tragitto il vettore viene raggiunto da una telefonata che lo dirotta all'indirizzo esatto. Ma può anche capitare che l'indirizzo sia esatto e che alla consegna il trasportatore sia atteso dallo stesso grossista proprietario o affittuario del magazzino ove viene scaricata la merce. Questa, una volta scaricata, viene depositata in attesa dell'acquirente, italiano o straniero che sia.

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 non suscettibile di controlli, e di far viaggiare separatamente le etichettature o i confezionamenti, o, addirittura di produrre questi ultimi in Italia (a Prato sono stati scoperti magazzini tessili di confezionamento delle etichette). Un chiaro segnale di questa tendenza viene dagli stessi sequestri, che annoverano sempre più spesso tra le merci intercettate custodie, buste, involucri, etichette, ecc.

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.

Questo non significa che gli spazi doganali romani siano immuni dal fenomeno della contraffazione o dall'arrivo di merci che non rispettano le normative comunitarie. A Fiumicino ci sono due possibilità di arrivo e di intercettazione delle merci contraffatte:

- a seguito passeggeri, nello spazio doganale dell'aeroporto;
- in *container* diretti a Cargo City, la città delle merci all'interno dell'aeroporto Leonardo da Vinci.

Nel primo caso si segnalano soprattutto casi di passeggeri provenienti dal Nord Africa che tentano di passare la dogana con *trolley* contenenti scarpe da ginnastica contraffatte di produzione cinese: in un *trolley* riescono a caricare fino a 100 paia di scarpe, senza scatole e incellofanate, destinate alla vendita diretta nei mercatini della capitale.

Gli stessi nordafricani, ma questo è un fenomeno in diminuzione, trasportano anche carichi di sigarette di contrabbando o contraffatte, di produzione cinese o africana, destinate prevalentemente a propri connazionali o al mercato napoletano. Altri prodotti che viaggiano a seguito dei passeggeri sono i medicinali, tra i quali prevalgono quelli che hanno un mercato parallelo come gli integratori o i cosiddetti “farmaci dell’amore” come il Viagra o il Cialis: in questo caso i vettori possono essere africani o provenire dall’Europa dell’Est.

A Cargo City, invece, sono intercettati carichi per lo più di provenienza cinese, che contengono soprattutto merce che viaggia in aereo in quanto ha carattere di stagionalità o che è deperibile: accessori (borse e occhiali), abbigliamento, minuterie (fermagli, braccialetti per bambini, ecc.), *cover* cellulari, lamette da barba, *condom*.

Anche nel caso della merce in arrivo all’aeroporto sia il mittente che il destinatario sono cinesi, e spesso le merci sono destinate ad un centro di smistamento logistico.

Altro punto di arrivo di merce contraffatta, in piccoli *container* o a seguito di “spalloni” provenienti dal Nord Africa, è il porto di Civitavecchia, dove per lo più si registrano operazioni di piccolo cabotaggio, di merce di scarso valore e qualità destinata alle bancarelle romane. Nel 2015 si segnala però una grossa operazione di intercettazione di ricambi di una nota marca di aspirapolvere, destinati a ignari negozianti sulla piazza di Roma.

A Roma il principale polo a cui sono destinate le merci false in attesa di essere smistate è il cosiddetto “quadrilatero del falso”, tra via dell’Omo, via Muraccio di Rischiaro, via Prenestina e via della Cisternola, un vero e proprio centro di smistamento e di commercio all’ingrosso gestito da cinesi, nella periferia orientale della capitale, dove si può comprare di tutto.

In questa area si può comprare dall’abbigliamento, alle scarpe, ai cosmetici, alla bigiotteria, agli elettrodomestici, ai prodotti per la casa. Qui si riforniscono commercianti cinesi, senegalesi, ma anche italiani, attratti dai prezzi super concorrenziali, e qui si trova merce lecita a poco prezzo e di bassa qua-

lità, accanto a merce che non rispetta le normative sulla sicurezza e a prodotti contraffatti.

A Via dell'Omo le operazioni delle Forze dell'ordine sono periodiche, e ogni volta portano alla scoperta di illegalità di tipo diverso, che vanno dall'irregolarità del lavoro, al mancato rispetto delle normative sulla sicurezza, all'evasione fiscale, alla frode nel commercio, alla vendita di merce contraffatta, testimoniando l'enorme capacità che le organizzazioni hanno di riciclarsi.

Ci sono poi altre aree della capitale dove si concentra l'offerta all'ingrosso di merce cinese: la prima è Commercicity, nella zona Sud Ovest della città, in prossimità della nuova Fiera di Roma, polo specializzato nella vendita all'ingrosso di abbigliamento ed accessori.

Nel grande spazio commerciale, in cui sono presenti oltre 250 aziende, moltissime delle quali di proprietà cinese, negli anni scorsi sono state effettuate alcune operazioni di successo della Guardia di Finanza che hanno portato alla scoperta di una pluralità di illeciti – tra cui la vendita di prodotti industriali con segni mendaci (il falso *made in*) e la contraffazione vera e propria –, e a configurare l'esistenza di vere e proprie consorterie criminali, nei confronti delle quali si è proceduto alla confisca dei beni mobili ed immobili.

L'ultima operazione si è svolta lo scorso mese di luglio, ed è finita con la chiusura di 35 esercizi cinesi su cui da tempo si erano puntati gli occhi della Guardia di Finanza, insospettita perché il volume d'affari dichiarato era troppo basso. Nel corso delle indagini, i finanzieri hanno scoperto che gli esercizi vendevano capi falsamente etichettati come *made in Italy* e in realtà di provenienza cinese e introdotti in Italia grazie alla intermediazione di fornitori e confezionatori della Chinatown di Prato, dove venivano apposte le etichette. La maxi operazione ha portato al sequestro di 21 compendi societari, 25 unità immobiliari, 10 autoveicoli, conti correnti, denaro contante, titoli, oltre a 700.000 capi di abbigliamento e 3.000 accessori.

Secondo gli interlocutori intervistati, oggi i controlli delle Forze dell'ordine su quell'area sono massicci ed è improbabile che si ripetano le irregolarità che si sono verificate negli anni passati.

Un'altra zona a monopolio cinese e a rischio di illegalità è la zona dell'Esquilino, in cui – dietro quelli che in apparenza sono negozi di vendita al dettaglio –, si celano delle vere e proprie rivendite all'ingrosso di merce neutra proveniente dai grossisti, che può acquistare giornalmente chi non vuole spin-

gersi troppo lontano, magari perché non ha un mezzo adatto al trasporto, e poi falsificare con calma a casa propria apponendo il marchio “alla moda”.

L'unico strumento che sembra essere in grado di ferire nel profondo questi commercianti è quello della confisca dei beni mobili e immobili, che, perlomeno, non consentono agli stessi di rimettere in piedi il business in tempi brevi.

Un'ulteriore *enclave* di abusivismo, illegalità e distribuzione di merce falsa nella capitale è rappresentata dal quartiere Pigneto: qui la situazione è più complessa perché si tratta di una zona ad alta densità abitativa e a forte identità, ricca di locali gestiti da italiani e stranieri e zona della movida romana, dove si verificano una serie di reati e dove c'è un forte legame interno che rende difficile qualsiasi tipo di operazioni. Le maxi operazioni condotte negli ultimi anni hanno portato a scovare magazzini per lo stoccaggio di merce falsa, gestiti da cinesi o senegalesi o italiani: si tratta però di locali che non hanno le dimensioni e la portata di quelli scoperti nel “quadrilatero del falso”.

Le attività di *intelligence* condotte dalla Guardia di Finanza hanno portato a scoprire che a Roma ci sono due o tre studi di commercialisti italiani che gestiscono tutte le attività economiche dei cinesi: l'*escamotage* è quello di accorpate una serie di partite Iva di prestanome, spesso gente che non sa niente o che si trova in Cina e che quindi non può essere rintracciata né è aggredibile dal punto di vista finanziario e di gestire tutto il giro delle fatture all'interno dello stesso studio contabile.

Nella provincia il fenomeno dello stoccaggio di merce destinata al mercato locale o alla capitale, è presente anche se meno evidente, e soprattutto, non sono presenti le concentrazioni che invece si riscontrano nella capitale.

Negli ultimi anni le Forze dell'ordine hanno individuato magazzini di stoccaggio a Civitavecchia (occhiali e accessori per telefonia, in un garage gestito da bengalesi e destinati alla clientela locale), Santa Marinella (capi d'abbigliamento), Guidonia (capi di ottima fattura di provenienza cinese, in un magazzino gestito da un cinese).

Ma sul mercato romano del falso non si trova solo merce cinese o, comunque, non solo merce grossolana proveniente dall'estero: c'è anche una quota di produzione nazionale, per lo più proveniente dalla zona del napoletano ma che non è escluso che possa provenire anche da laboratori artigiani della città.

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 falsi di alta gamma – alta qualità, e a prezzo elevato. Gli articoli in questo caso vengono prodotti su ordinazione delle signore della Roma bene o, piuttosto sono destinati a turisti facoltosi; e il mercato è gestito, nella fase dello stoccaggio da italiani e in quello della vendita, che avviene in luoghi nascosti (appartamenti o piccoli magazzini), da senegalesi o dagli stessi italiani.

I canali di vendita: bancarelle e bancarelle 2.0

Il grosso della merce falsa che arriva sul mercato romano proviene dalla Cina, arriva a grossisti cinesi, ed è venduta per le strade da senegalesi e bengalesi.

Questi ultimi rappresentano davvero l'ultimo anello della filiera del falso, quello dedito per lo più alla vendita per strada, capace di riconvertirsi, se scoperto dalle Forze dell'ordine, alla vendita itinerante con i borsoni, che danno meno nell'occhio e sono più difficili da intercettare.

La Polizia di Roma Capitale racconta che, a seguito dell'intensificarsi dei controlli e dei sequestri, molti bengalesi hanno abbandonato i "lenzuoli" e si dedicano al commercio itinerante di acqua nei mesi estivi e di ombrelli o accessori in quelli invernali, utilizzando come magazzini per il deposito vecchi locali del centro storico, o tombini o altri contenitori disponibili per strada, che vengono giornalmente intercettati e ripuliti dalle Forze dell'ordine.

I senegalesi, che fino a qualche anno fa rappresentavano il livello più basso della filiera del falso, oggi si stanno emancipando: sempre più spesso si pongono ad un secondo livello di intermediazione, dopo i cinesi, e riforniscono altri connazionali o i bengalesi; oppure vendono merce che falsificano personalmente, apponendo i marchi distintivi o nei loro appartamenti o per strada.

Esponenti della Polizia locale raccontano che non è raro il caso di fermare venditori stranieri intenti a falsificare grossolanamente per strada borse o giubbotti: del resto che questa sia la nuova frontiera della contraffazione di merce di bassa qualità lo dimostra l'enorme quantità di segni distintivi che sono intercettati nei sequestri delle Forze dell'ordine e della Dogana.

I più scaltri, italiani o senegalesi, si dedicano alla cattura dei clienti in cerca di merci di alta gamma, di alta qualità, e di provenienza italiana, con forme di vendita itinerante che si potrebbero definire da "bancarella 2.0":

- se i clienti sono italiani vengono intercettati attraverso il passaparola con messaggi su whatsapp o su profili Facebook dove vengono anche presentate le fotografie dei prodotti a disposizione, che, una volta ordinati, sono consegnati in strada per appuntamento, o porta a porta;
- se sono turisti vengono intercettati per strada, mostrando loro i cataloghi cartacei o su *ipad* della merce disponibile, e poi condotti per l'acquisto in piccoli depositi del centro storico.

Senza dubbio è più difficile che un negoziante al dettaglio metta a rischio la propria reputazione e la propria fedina penale vendendo merce falsa, ma non mancano casi di commercianti che hanno tentato anche questo business parallelo, in alcuni casi con la complicità dei clienti, in altri approfittando della buona fede dell'acquirente. Un esempio viene da una recente indagine conclusasi con una richiesta di condanna che ha portato alla scoperta di una consorteria criminale tutta italiana, che si occupava della produzione e commercializzazione di maglie di calcio *vintage* italiane o straniere, poi vendute su internet o in regolari negozi.

La “grande bruttezza” per le strade di Roma

Roma è una grande contenitore di genti e di opportunità, un grande *incubator* dove sono presenti e si manifestano tutte le tipologie di vendita della merce falsa, da quelle più tradizionali – sui marciapiedi e nelle bancarelle abusive –, a quelle più nascoste – nei magazzini o negli appartamenti –, a quelle più moderne, che vedono in internet e nelle nuove tecnologie una formidabile occasione per velocizzare gli acquisti e per sfuggire ai controlli.

Una delle caratteristiche della città, che è anche un fattore d’attrazione per i turisti che ogni giorno la visitano, è rappresentata dai suoi mercati: oltre ai due storici mercati di Porta Portese e di Via Sannio, a Roma si contano 135 mercati rionali, un centinaio di mercati occasionali, e un certo numero di mercati completamente abusivi.

Via via che si va dalla prima, alla seconda, alla terza tipologia le illegalità aumentano.

Ci sono poi i venditori ambulanti itineranti, tra i quali è più facile che si nascondano fenomeni di abusivismo e di vendita di merce falsa.

Oggi sulla piazza dei mercati e delle strade di Roma coesistono venditori perfettamente in regola che vendono solo merce legale; venditori ambulanti che mescolano merce legale e non (e in questo caso tra la merce illegale può esserci merce che non risponde alle normative sulla sicurezza, usato venduto come nuovo, usato non regolarmente rigenerato, merce falsa); venditori abusivi che derogano a tutte le normative e che vendono merce non regolare o falsa; o, addirittura, venditori di merce rubata.

Il fenomeno dei mercatini illegali di cianfrusaglie rubate o prelevate dai cassonetti prolifera nei diversi quartieri della capitale: da Prati a Montagnola, dalla Magliana a Nuovo Salario, da San Giovanni, all’Eur, a Ostia, sulla via Casilina e sulla Tiburtina. Nonostante i continui sgomberi effettuati da Polizia locale e Forze dell’ordine, spesso con operazioni congiunte, questa tipologia

di abusivismo mostra una capacità di rigenerarsi nell'immediato. Il caso forse più eclatante è quello del mercato di Viale dei Partigiani a Ostiense, dove sgomberi e arresti sono praticamente all'ordine del giorno.

Mentre un tempo per l'acquirente era relativamente facile orientarsi all'interno dei banchi dei mercati, e capire che cosa stava comprando; oggi le illegalità si sono moltiplicate a tal punto che si può facilmente essere ingannati. Questo vale anche per la merce falsa, in particolare per alcuni prodotti la cui qualità è più difficile da valutare, come, ad esempio, i profumi e i cosmetici.

Quello che si può affermare con certezza è che, in linea di massima, la merce in vendita nei mercati è scaduta in qualità, e questo rende particolarmente difficoltoso, per il consumatore, orientarsi.

Inoltre, sebbene il fenomeno della vendita per strada di merce falsa nel centro storico di Roma si sia ridotta, il fenomeno persiste; così come non esiste zona o quartiere di Roma dove non sia possibile acquistare – sui banchi o sui lenzuoli – accessori e abbigliamento falsi, con un'attenzione dei venditori a posizionarsi nelle aree dove la domanda è maggiore, ovvero:

- centro storico e zone limitrofe;
- vie commerciali;
- nei pressi degli snodi del trasporto pubblico (stazioni ferroviarie, fermate della metropolitana e dei bus urbani);
- poli ospedalieri e universitari;
- aree limitrofe a zone mercatali.

Turisti, ma non solo...

Senza dubbio il *target* principale del commercio del falso a Roma è rappresentato dalle migliaia di turisti (ne abbiamo stimati una media giornaliera di 70.000) che ogni giorno affollano la capitale, che sono per la maggioranza stranieri, e che non vogliono lasciare la città eterna senza essersi portati dietro un ricordo per sé o per i propri familiari. Non importa che si tratti di un oggetto autentico: è molto più importante che il prodotto sia evocativo della vacanza, dei luoghi, dei *brand* che ovunque nel mondo sono associati alla nostra terra.

Per questi turisti, siano essi americani, europei o di altre provenienze, che di solito sono in cerca di un acquisto *made in* che però gli consenta di non perdere tempo prezioso e di girare fino all'ultimo tra le stradine della città, va benissimo le false *griffe* dell'accessorio o del capo di abbigliamento a poco prezzo e a portata di mano che possono trovare nelle bancarelle o lungo i marciapiedi delle strade del centro storico.

Negli ultimi anni, con la crescita dei flussi turistici provenienti da Paesi emergenti quali la Russia, la Cina e l'India, si è però andata affermando una nuova domanda, in sintonia con il modello di consumo dei cittadini di tali Paesi, molto connotato dal fattore ostentazione. In sostanza, questa tipologia di turista di Roma apprezza l'atmosfera, ma non certo la dimensione culturale o le opere d'arte, ed è assai più attratto dalla moda che dai siti storici. Questi turisti esprimono una domanda di accessori falsi firmati di alta gamma e di ottima finitura, del tutto simili agli originali anche nei dettagli più nascosti (come le cerniere o le sacche interne) o meno importanti (come le scatole o le buste di confezionamento) e con costi assai elevati. Sembrerebbe che Roma abbia sviluppato un'offerta anche per loro, che vengono intercettati da procacciatori armati di catalogo e di *ebook* e poi dirottati, se interessati, in piccoli magazzini del centro ove possono acquistare la merce.

Ma non è solo il centro e non sono solo i turisti ad essere allettati dall'acquisto di merce tarocca: in ogni zona di Roma, soprattutto nei luoghi di maggiore

passaggio come le fermate della metro o i dintorni dei tanti mercatini rionali, è possibile ogni giorno acquistare articoli falsi.

In questo caso il *target* sono sia le signore in cerca di affari, sia giovani e studenti che comprano la falsa *griffe* per risparmiare e sono poco interessati alla reale qualità del prodotto, con un *range* di prezzi e di somiglianza all'originale che si innalza via via che si passa dalla zone periferiche e universitarie ai quartieri della Roma bene.

Sempre riconducibile ad un segmento femminile di livello sociale medio-alto è il caso di signore che aspettano il segnale (per cellulare, su pagina Facebook, su gruppo whatsapp) del loro *pusher* (italiano o senegalese), per ordinare il capo che desiderano (in genere borse griffate molto simili alle originali), disponibile in piccoli quantitativi, che poi riceveranno a casa, con consegna porta a porta o su appuntamento.

Per i giovani un punto di attrazione è senz'altro rappresentato dai banchi dei mercati storici di Via Sannio e di Porta Portese, alcuni dei quali, gestiti indifferentemente da italiani o da stranieri, sono in grado di confezionare sul momento il capo griffato, apponendo su richiesta il logo ad un prodotto – in genere giubbotto – che è smaccatamente falso, utilizzando macchine da cucire che si trovano sul retro del banco. In questi mercati le Forze dell'ordine operano con controlli periodici, che portano sempre al sequestro di merce falsa.

Una recente indagine effettuata dal Censis per il Ministero dello Sviluppo Economico rivela come il 74,6% dei giovani romani di età compresa tra i 18 e i 25 anni dichiarati di aver comprato almeno una volta merce contraffatta, soprattutto abbigliamento, accessori, Cd e Dvd, per risparmiare e perché, tutto sommato è un atto socialmente accettato, perché "lo fanno tutti". La percentuale di giovani acquirenti, che supera i due terzi del totale, dimostra come non vi sia un *target* privilegiato, ma l'acquisto del falso sia invece trasversale alle diverse classi sociali e si combini, in ciascun individuo, con l'acquisto di merce originale in un proprio, personale arbitraggio su che cosa vale la pena comprare originale e che cosa no.

La stessa indagine citata dimostra come non sono le marche più costose ad attrarre i giovani, ma invece le marche più note, spesso produttrici di abbigliamento sportivo. Non è un caso che molto dell'abbigliamento fermato alle Dogane romane sia classificato come abbigliamento sportivo, e comprenda articoli quali maglie da calcio, pantaloncini, tute, scarpe di noti marchi.

Un ulteriore *target*, tutto da approfondire, è rappresentato dal negoziante di prossimità consapevole di acquistare prodotti all'ingrosso ad un prezzo troppo basso perché possano essere di qualità: si tratta di un fenomeno che non ha evidenza statistica né giudiziaria ma che numerosi intervistati hanno ipotizzato possa nascondersi tra le pieghe del mercato, soprattutto per prodotti la cui originalità e qualità è meno verificabile rispetto a quella dell'abbigliamento: è il caso, ad esempio, dei prodotti per la casa o per la persona che, sempre di più, fanno parte dell'enorme offerta della merce contraffatta.

Il *merchandising* degli eventi

A Roma ogni evento, da quelli ricorrenti come il Natale, il Carnevale o le partite di calcio sino a quelli straordinari come il Giubileo della Misericordia, rappresenta un'occasione per fabbricare e vendere *fake* ai consumatori, siano essi bambini, giovani, religiosi o tifosi.

L'enorme attrattività che hanno gli eventi sportivi sui falsificatori è evidente dai dati sui sequestri nella provincia di Roma, che evidenziano come gli articoli sportivi, e in particolare le maglie delle squadre di calcio, siano ai primi posti fra gli oggetti sequestrati: nel 2015 sono stati fermati da Dogane e Guardia di Finanza della capitale oltre 2.500 articoli classificati come pantaloncini, maglie, tute da calcio o sportive e più di 600 scarpe da ginnastica. Si tratta per la maggior parte di abbigliamento falso legato al *merchandising* delle squadre di calcio e venduto nei banchi dei mercati o al di fuori dello stadio; ma non mancano esempi di prodotti più raffinati, venduti nella rete commerciale legale e destinati agli estimatori: è il caso del sodalizio criminale formato da due giovani imprenditori italiani che vendevano su diversi siti web e presso operatori della città false maglie *vintage* di squadre di calcio italiane e straniere.

Anche il Giubileo Straordinario della Misericordia ha determinato la produzione di falsi oggetti religiosi, per lo più provenienti dalla Cina, che sono stati scoperti dalla Guardia di Finanza nei dintorni della zona di Piazza San Pietro, nell'ambito delle operazioni che rientrano all'interno del *Piano Straordinario Jubileum* di contrasto ad ogni tipo di abusivismo ed anche alla contraffazione, valido per tutto l'anno in corso.

Nel mese di maggio è stato scoperto nel rione Borgo un magazzino gestito da cinesi in cui erano depositati circa 340.000 *souvenir* quali calamite, quadretti, adesivi, braccialetti, portachiavi raffiguranti, a seconda dei casi, l'effigie del Sommo Pontefice, gli Stemmii della Città del Vaticano e della Tiara Papale e diretti a rivenditori, italiani e stranieri.

Anche in questo caso gli italiani si caratterizzano per una certa dose di originalità: qualche mese fa è stato scoperto un negozio di proprietà di un cittadino italiano in cui si producevano false pergamene con benedizioni personalizzate, con tanto di emblemi della Santa Sede e foto di Papa Francesco.

Nel caso del Giubileo le Forze dell'ordine non si sono fatte trovare impreparate e hanno risposto con il *Piano d'azione Jubilaeum* – condotto dalla Guardia di Finanza – che ha l'obiettivo di elevare la sicurezza percepita dai visitatori e di contrastare le diverse forme di abusivismo e di irregolarità connesse all'evento, tra cui è specificamente indicato l'abusivismo commerciale organizzato.

A questo scopo, a partire dallo scorso dicembre, è stato rafforzato il controllo delle pattuglie dei Reparti operativi nelle zone a maggiore afflusso turistico e, parallelamente, sono state potenziate le attività di analisi e di *intelligence* mirate a risalire la filiera: in questo momento ogni giorno ci sono 20 uomini della Finanza che pattugliano in borghese le vie del centro storico con l'obiettivo di sventare le attività abusive.

Cosa succede nella provincia

Nella provincia il fenomeno della contraffazione è meno considerato dalle Polizie locali, che concentrano l'operato dei pochi uomini a disposizione soprattutto sul contrasto alla vendita abusiva e sui reati amministrativi ad essa connessi.

L'unica area della provincia in cui il fenomeno è visibile e consistente, seppur concentrato nella stagione estiva, è il litorale immediatamente a Nord e a Sud della capitale, per lo più frequentato da venditori di origine africana che si spostano giornalmente in treno con il proprio carico da Roma, per tornare la sera a dormire a casa.

Inoltre nel litorale si registra la diffusione degli empori cinesi, anche di mini-catene a conduzione familiare, che vendono prodotti di qualità scadente spesso in contravvenzione alle normative comunitarie, e che hanno molto deteriorato l'immagine della zona.

I dati relativi ai sequestri dei gruppi e delle compagnie della Guardia di Finanza che operano nella provincia di Roma, confermano come il grosso dei sequestri di merce contraffatta o di materiali pericolosi sia appannaggio dei gruppi romani, seguiti da quelli di Fiumicino e Civitavecchia, in prossimità delle aree doganali.

Nell'anno 2015 e nei primi 5 mesi del 2016 su 2.724 interventi complessivi, 2.208 (l'81,1% del totale) sono stati effettuati dai finanzieri romani; se a questi si aggiungono le operazioni effettuate a Fiumicino e a Civitavecchia, la cifra sale a 2.415 e la percentuale all'88,7% (tab. 22).

Questi dati testimoniano però che anche nella provincia, oltre alle attività di commercio al minuto visibili nelle adiacenze dei mercati o sulle spiagge durante il periodo estivo, esiste un'attività più organizzata, colpita dall'attività della Guardia di Finanza (fig. 3).

Tab. 22 -Sequestri e pezzi sequestrati dai Gruppi e dalle Compagnie del Comando provinciale della Guardia di Finanza di Roma, 2015-2016 (v.a.)

Reperti	2015			2016 (*)			Totale	
	Interventi	Qnt sequestrata	Interventi	Qnt sequestrata	Interventi	Qnt sequestrata	Interventi	Qnt sequestrata
I Gruppo di Roma	315	1.260.467	395	1.272.479	710	2.532.946		
II Gruppo Roma	152	849.489	18	2.966	170	852.455		
Gruppo Pronto Impiego Roma	1.019	190.721	253	634.138	1.272	824.859		
Nucleo Polizia Tributaria	47	1.897.595	9	470.121	56	2.367.716		
Compagnia Civitavecchia	24	8.195	4	9.034	28	17.229		
Gruppo Fiumicino	110	305.365	35	318.209	145	3.371.814		
Compagnia Fiumicino	31	103.092	3	3.062	34	106.154		
Compagnia Velletri	7	86.125	5	47.901	12	134.026		
Compagnia Pomezia	4	189.738	1	2.080	5	191.818		
Compagnia Tivoli	15	45.099	0	0	15	45.099		
Compagnia Nettuno	39	38.699	0	0	39	38.699		
Gruppo Frascati	15	8.464	3	5.197	18	13.661		
Compagnia Ladispoli	155	60.648	29	16.097	184	76.745		
Compagnia Colferro	4	1.249	1	178	5	1.427		
Gruppo Tivoli	18	2.445	13	780	31	3.225		
Totale complessivo	1.955	7.795.631	769	2.782.242	2.724	10.577.873		

(*) Da gennaio ad aprile

Fonte: elaborazione Censis su dati Comando Provinciale della Guardia di Finanza di Roma

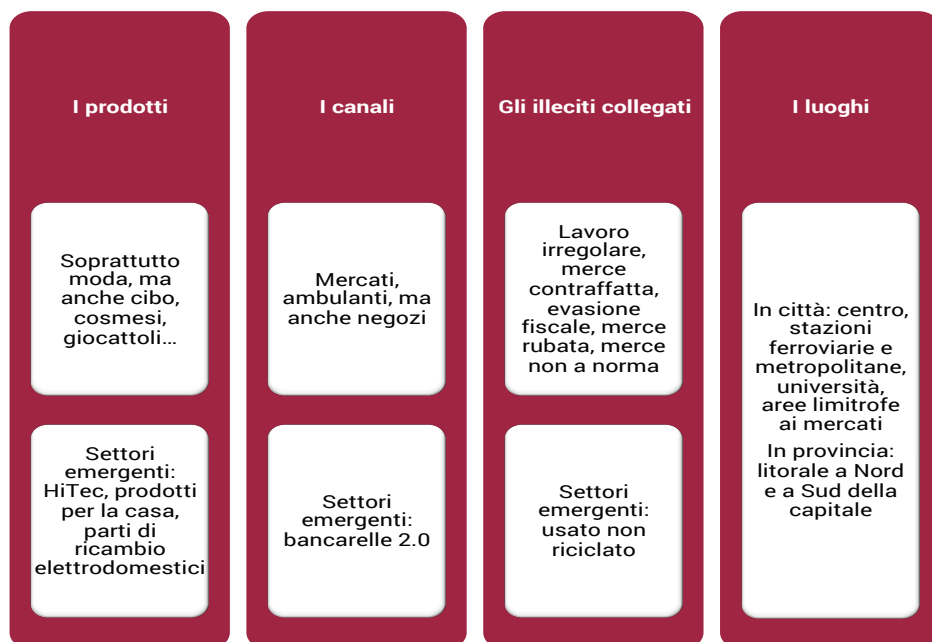
Nel complesso si tratta di 309 operazioni nei 17 mesi monitorati, per un totale di 459.601 articoli sequestrati da Gruppi della provincia.

I dati sui sequestri rivelano come siano le stesse località del litorale romano, che d'estate sono preda dei venditori ambulanti, ad essere protagoniste di attività di assemblaggio, stoccaggio e distribuzione di articoli falsi.

Particolarmente significativa l'attività della compagnia di Ladispoli, che nel periodo considerato ha effettuato 184 sequestri, per un totale di 76.745 articoli sequestrati. Tra le altre si segnala un'operazione dello scorso novembre che ha portato a scoprire un appartamento privato che fungeva da magazzino per giubbotti falsi pronti ad essere immessi sul mercato, e la scoperta di un laboratorio clandestino in cui venivano assemblati e confezionati accessori di buona qualità di diverse marche.

A Pomezia i sequestri sono stati solo cinque, ma hanno portato a fermare 191.818 pezzi; a Nettuno 39 per 38.699 articoli: in questo caso si segnala l'attività della Polizia locale, che ha portato a numerosi sequestri tra i banchi del mercato settimanale.

Fig. 3 - La vendita di merce contraffatta in provincia di Roma



Fonte: Censis

Parte III

Le attività di prevenzione e contrasto

L'intenzionalità dell'azione di contrasto

Il fenomeno della contraffazione, soprattutto nel suo aspetto più visibile della vendita abusiva di merce falsa per le strade della città, in questi anni ha mostrato un'incredibile capacità di diversificare l'offerta sulla base dei gusti e delle richieste del consumatore e una grande potenza nella sua capacità di rigenerarsi.

Al contempo bisogna dare atto alle Forze dell'ordine del grande impegno profuso 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 per le strade e della capacità di investigazione e di predisposizione dei controlli a monte della filiera.

Uno sforzo che ha avuto il suo epicentro nella Prefettura di Roma, 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, e ad aver siglato, lo scorso 9 marzo, il *Piano d'Azione provinciale contro la contraffazione*, di cui il presente documento rappresenta uno strumento.

Roma è una realtà complessa, con problemi diversi via via che ci sposta dal centro alla periferia, ai comuni della cintura urbana.

La grande intuizione della Prefettura di Roma è stata quella di ricercare un più stretto coordinamento con l'amministrazione comunale all'interno dei municipi, istituendo i Tavoli di osservazione municipali, coordinati da un dirigente prefettizio e composti dal Presidente del municipio, dai rappresentanti delle Forze di Polizia territorialmente competenti e del corpo di Polizia locale.

I Tavoli hanno l'obiettivo di garantire la messa in campo di interventi di ordine pubblico integrati tra le diverse Forze dell'ordine e tra queste e l'amministrazione comunale, e mirati sulle effettive necessità dei singoli municipi.

I Tavoli sono stati insediati dallo stesso Prefetto, che poi è tornato personalmente a visitare le diverse realtà territoriali, e hanno avuto un grande successo e una grande operatività, portando all'attenzione della Prefettura alcune problematiche specifiche su cui si è intervenuti con efficacia.

Le principali criticità affrontate sui territori sono state quelle degli insediamenti abusivi, del degrado e dell'abusivismo commerciale, con un Tavolo di coordinamento Centrale presso la Prefettura.

Tra gli interventi che sono stati effettuati:

- nel I Municipio si è data priorità al contrasto alle strutture ricettive abusive e alla lotta all'abusivismo e alla vendita ambulante, oltre che alla lotta al degrado, stabilendo la chiusura del Parco di Colle Oppio nelle ore notturne e "bonificando" dalla presenza di venditori ambulanti le vie del centro storico di maggiore richiamo turistico;
- nel III Municipio si è intervenuti con lo sgombero di alcuni insediamenti abusivi nella zona del Parco delle Valli e di Via Val d'Ala, sono stati intensificati i servizi antiprostituzione e antidroga e il controllo alle attività abusive nei mercati e nelle vie commerciali;
- nel IV Municipio si è dato impulso alla lotta all'abusivismo commerciale, allo sgombero del campo profughi abusivo di Via delle Messi D'Oro e alla chiusura della Best House Rom;
- nel XIII Municipio si è realizzato il censimento dei residenti del campo Rom della Monachina e si è proceduto con operazioni interforze alla verifica e al sanzionamento delle strutture turistico-ricettive abusive;
- nel XIV Municipio sono state realizzate alcune operazioni per il contrasto della vendita abusiva di fiori sulla via Flaminia, nei pressi del Cimitero di Prima Porta.

In tutte queste operazioni è stato fondamentale il coordinamento e la collaborazione interforze, che ovunque ha funzionato con successo.

Ad integrazione e completamento delle attività svolte dai Gruppi Municipali della Polizia locale sui diversi territori della capitale, si segnala tutta l'attività del GSSU (Gruppo Sicurezza Sociale Urbana), l'unità operativa della Polizia di

Roma Capitale composta di 160 uomini e dotata di un reparto moto munito che svolge la propria attività su tutto il territorio cittadino, occupandosi prevalentemente del controllo e del contrasto delle situazioni di degrado urbano e di disagio.

A partire dal 2014, e con un'ulteriore intensificazione nell'anno del Giubileo Straordinario della Misericordia, l'attività del nucleo si è particolarmente concentrata sulla lotta all'abusivismo commerciale, ottenendo gli importanti risultati nel contrasto alla vendita abusiva nelle vie del centro storico segnalati nella sezione precedente.

Inoltre, il nucleo è stato impegnato in importanti operazioni al di fuori del centro storico, come ad esempio quelle realizzate nello scorso mese di novembre nel "quadrilatero del falso" di Via dell'Omo, e finalizzate alla verifica della regolarità del pagamento dei tributi, delle situazioni lavorative e al controllo delle vendite delle merci da parte dei grossisti cinesi.

Si segnala, inoltre, l'impegno profuso dal Comando provinciale della Guardia di Finanza, tanto nelle operazioni di *intelligence* che hanno portato a numerosi sequestri, non solo di merci, ma anche di beni mobili e immobili (è il caso della operazione di Commercicity dello scorso anno che ha portato alla chiusura di 35 esercizi commerciali), quanto nel pattugliamento e nel controllo delle aree centrali in adempimento a quanto previsto all'interno del *Piano Jubilaeum* per incrementare la sicurezza dei cittadini.

Lo stesso *Piano Jubilaeum*, gestito dalla Guardia di Finanza, può essere definito come una buona pratica di intervento che ha portato alla individuazione e al sequestro di moltissimi articoli destinati ai pellegrini, per lo più in magazzini e negozi situati nel Rione Borgo, nelle adiacenze della Basilica di San Pietro.

Si segnala come ulteriore buona pratica il *Protocollo di intesa per il contrasto alla commercializzazione di prodotti contraffatti e pericolosi e per la tutela della concorrenza*, siglato nel gennaio 2014 tra la Prefettura di Roma, la Procura della Repubblica, Roma Capitale, gli Atenei romani, la Camera di Commercio di Roma, l'Arpa.

Nell'ambito di questo Protocollo, che prevedeva l'istituzione di un Osservatorio provinciale con funzione di monitoraggio e analisi del fenomeno, particolarmente rilevante è stata la funzione della Camera di Commercio che ha stanziato delle risorse per effettuare le verifiche tecniche dei beni sequestrati all'interno dei propri laboratori.

In seguito al Protocollo, che stabilisce che la Guardia di Finanza debba funzionare da cabina di regia delle operazioni contro la contraffazione, la Polizia di Roma Capitale fornisce al Comando provinciale della Guardia di Finanza la lista dei soggetti che vengono denunciati e verbalizzati, e questo ha dato impulso alle attività di indagine della Guardia di Finanza che ha potuto esaminare le relazioni intersoggettive e trasferire le informazioni al Nucleo di Polizia Tributaria.

Inoltre in tutte le attività di contrasto all'abusivismo commerciale e alla vendita di merce falsa e pericolosa, pur operando ciascuno in autonomia, si realizza una grande collaborazione tra Polizia locale e Guardia di Finanza e, se necessario con le altre Forze di Polizia.

Infine, un altro importante partner dell'attività di contrasto è rappresentato dall'Agenzia delle Dogane; nella provincia di Roma sono attivi alcuni Protocolli per la collaborazione tra l'Agenzia delle Dogane e la Polizia locale nelle operazioni di contrasto alla contraffazione: è questo sicuramente il caso di Civitavecchia, in cui il protocollo è stato siglato lo scorso mese di luglio, e della città di Roma.

L'erraticità delle azioni di sensibilizzazione

Nonostante la piazza di Roma rappresenti il principale mercato di sbocco delle merci false, soprattutto degli articoli di abbigliamento e degli accessori, le attività di prevenzione e sensibilizzazione realizzate all'interno del territorio provinciale risultano poche, erratiche e scarsamente incisive.

Sicuramente, tra i soggetti maggiormente attivi si devono annoverare le associazioni degli esercenti, da sempre particolarmente sensibili nei confronti del fenomeno dell'abusivismo commerciale, che hanno denunciato anche in alcuni scritti recenti:

- Upvad - Confcommercio ha realizzato "Abusivi", un testo, corredato di foto, dove si descrive il fenomeno dell'abusivismo commerciale nella città di Roma;
- Anva - Confesercenti in occasione dell'Assemblea annuale di quest'anno ha divulgato un *dossier* sul fenomeno delle "imprese fantasma" registrate alle Camere di commercio, che poi svaniscono nel nulla senza pagare alcun tipo di contributi, stimando in oltre 2.500 i venditori abusivi presenti nel Lazio.

Sulla contraffazione, in occasione del suo settantesimo anniversario, Confcommercio Roma ha portato in scena lo spettacolo teatrale "Tutto quello che sto per dirvi è falso", che attualmente sta girando in *tournee* nell'ambito del progetto nazionale di Confcommercio di Educazione all'acquisto responsabile.

Anche di contraffazione si parla nella Giornata nazionale della legalità che Confcommercio organizza annualmente nel mese di novembre, e al cui interno Federmoda Italia realizza e presenta il *vademecum* "Comprati falso ma lo sai che?", che viene mandato per email a tutti gli associati. Il *vademecum* contiene una descrizione quantitativa del fenomeno, e indicazioni per il consumatore, tra cui i dieci motivi per non comprare falso, in cui vengono indicati i diversi

aspetti che dovrebbero funzionare da deterrenti. Alla fine un elenco di consigli da parte di Federmoda Italia e un telefono e una email a cui rivolgersi, presso la sede di Federmoda Italia a Milano.

Per le scuole, Confcommercio Roma, in collaborazione con l'Ambulatorio antiusura onlus e Cittadinanzattiva Lazio, promuove il Premio "Disegna la legalità", per sensibilizzare i giovani alle tematiche della sicurezza ed educarli al rispetto delle regole e della legalità.

Il concorso, rivolto agli studenti dei licei artistici e degli istituti cine tv, ha il patrocinio del Comune di Roma, della Regione Lazio e dell'Ufficio scolastico provinciale.

Da segnalare, infine, la disponibilità che recentemente ha dichiarato il Direttore di Confcommercio Roma in un incontro con gli studenti di Civitavecchia, a recarsi nelle scuole per far capire agli studenti l'importanza e le implicazioni del fenomeno della contraffazione.

Ad animare la piazza romana dal 2014 c'è anche il progetto "Io sono originale", finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico - Dg Lotta alla Contraffazione - UIBM, e condotto dalle associazioni dei consumatori che fanno parte del Cncu (Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti). La campagna segue la precedente iniziativa realizzata in collaborazione con il comune di Roma dal titolo "Io non voglio il falso".

Il progetto "Io sono originale", che ha un respiro nazionale, si articola in tre linee d'azione:

- ascolto e informazione;
- presenza sul territorio e assistenza;
- partecipazione e interazione tramite web e social network;

e ha previsto la realizzazione di una serie di attività anticontraffazione dirette a tutte le tipologie di consumatori: dalle donne, ai giovani, ai bambini, ai turisti, alcune delle quali insistono sul territorio della città di Roma.

Tra queste si segnalano l'attivazione di uno sportello di ascolto presso Adiconsum rivolto ai consumatori e aperto due pomeriggi alla settimana, che ha terminato l'attività nel novembre 2015, e la realizzazione di una serie di eventi ludici e di mobilitazione in alcuni luoghi della città particolarmente significativi rispetto alla tematica della contraffazione.

Tra questi ricordiamo:

- la realizzazione di due *road show* il 18 luglio 2015 al Centro commerciale Cinecittadue e il 19 luglio al porto turistico di Ostia;
- lo *stand* allestito da Cittadinanzattiva lo scorso 20 febbraio in piazza San Giovanni, e rivolto alla sensibilizzazione dei pellegrini al Piano d'Azione *Jubilaeum* e il *flash mob* organizzato da Assoutenti che si è tenuto lo stesso giorno al mercato Trionfale;
- la partecipazione alla mezza maratona Roma-Ostia di volontari con magliette con il logo "Io sono originale".

Per tutto il 2016 e il 2017 sono previsti 60 eventi di questo tipo che si realizzeranno in diverse città italiane, dove cirolerà un camper che presenterà uno spettacolo teatrale itinerante. Tra gli eventi 20 saranno esplicitamente dedicati ai ragazzi di età compresa tra i 15 e i 18 anni.

Infatti i giovani rappresentano – in qualità di neo consumatori del domani – un *target* particolarmente importante da sensibilizzare. E le scuole rappresentano un luogo elettivo in cui fare formazione e sensibilizzazione su una tematica che ha implicazioni sulla economia, sulla criminalità, sulla salute, sul modo di consumare.

Tra tutte le possibili sfaccettature da cui è possibile aggredire il fenomeno della compravendita di merce falsa, il Ministero dello Sviluppo Economico - Dg Lotta alla Contraffazione - UIBM, anche in virtù della sua funzione istituzionale, ha da sempre scelto di rivolgersi ai giovani informandoli sull'importanza delle opere d'ingegno e sui danni che possono derivare dalla violazione della proprietà intellettuale.

L'ultimo programma di formazione e informazione sulla proprietà industriale, finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico - Dg Lotta alla Contraffazione - UIBM ha visto, in una prima fase, la realizzazione di un corso di formazione diretto al corpo docente della scuola secondaria di secondo grado, e in una seconda fase il coinvolgimento delle scuole e degli stessi docenti formati nella presentazione di progetti rivolti agli allievi e finalizzati a sensibilizzare ed informare gli studenti sulle problematiche connesse alla tutela della proprietà industriale ed intellettuale, al valore dell'innovazione ed alla lotta alla contraffazione.

Tra le scuole romane che hanno partecipato al progetto, si segnalano l'I.S.S. Caravaggio, l'I.I.S. Carlo Urbani, l'I.I.S. Pacinotti - Archimede e l'I.P.S.S.C.T. L. Einaudi.

Un altro esempio di sensibilizzazione agli studenti è rappresentato dal Modulo di Educazione alla legalità nelle scuole secondarie, che si sostanzia in un incontro condotto dalla Guardia di Finanza sulla base di un Protocollo siglato con il Miur. Nel corso dell'incontro con gli studenti i finanziari illustrano la propria attività di contrasto alla criminalità economica, riservando uno spazio anche alla contraffazione e al consumo responsabile.

Alle attività più strutturate, si aggiungono iniziative più occasionali quali convegni, presentazioni pubbliche, *workshop* che vedono sempre nella città di Roma un palcoscenico privilegiato.

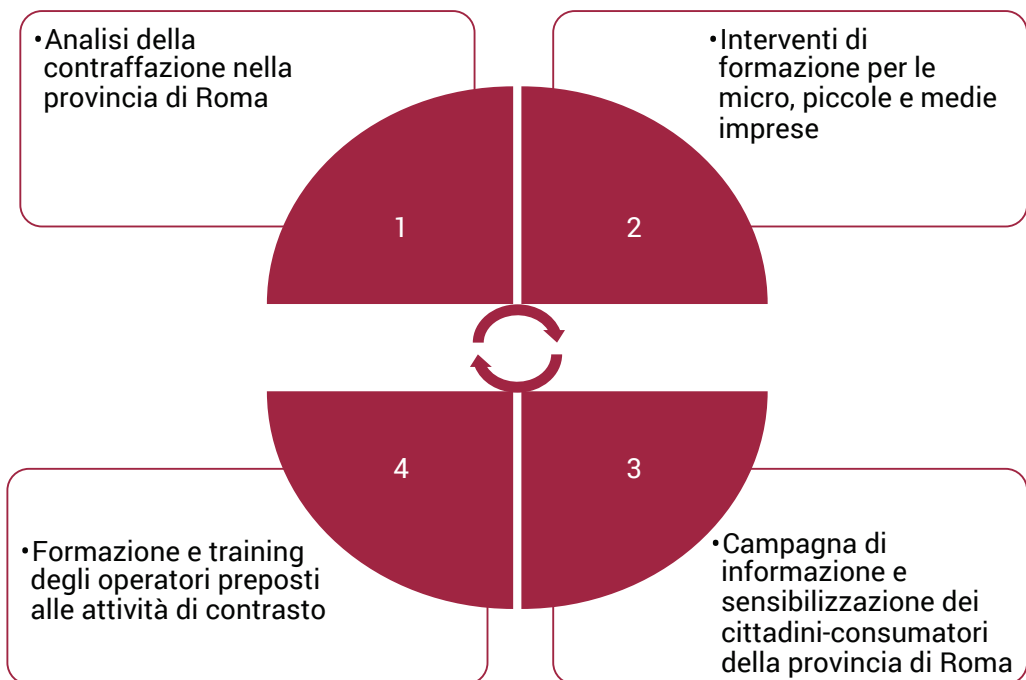
Parte IV

**Proposte per il
Piano provinciale
d'intervento
per la Lotta alla
Contraffazione**

Il 9 marzo scorso la Prefettura di Roma e il Ministero dello Sviluppo Economico - Dg per la Lotta alla Contraffazione - UIBM, in continuità con le Linee guida in materia di prevenzione e contrasto alla contraffazione, sottoscritte il 26 giugno 2015 dal Ministero dell'Interno e dal Ministero dello Sviluppo Economico, che individuavano quale efficace forma di raccordo e di intervento per la prevenzione ed il controllo del fenomeno la stipula o l'implementazione di appositi Protocolli di intesa, hanno siglato il *Piano d'Azione provinciale per la Lotta alla 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 individuano 4 tipologie di iniziative:



Analisi della contraffazione nella provincia di Roma

L'analisi presentata in queste pagine rappresenta il contributo di studio voluto dal Ministero dello Sviluppo Economico - Dg Lotta alla Contraffazione - UIBM, come prima iniziativa del Piano d'Azione per la Lotta alla Contraffazione.

All'interno dello studio si analizzano le caratteristiche, le peculiarità, l'andamento del fenomeno della contraffazione nel territorio della città di Roma e nel resto della provincia, individuando i fenomeni e i soggetti a monte e a valle della filiera, i *target* maggiormente interessati agli acquisti del falso, e le buone pratiche di contrasto e sensibilizzazione già in essere.

Sulla base delle risultanze dell'analisi è stato possibile dare indicazioni operative utili per lo sviluppo delle future azioni di formazione, informazione e sensibilizzazione da realizzarsi nell'ambito del Piano di Azione, che sono oggetto delle pagine che seguono.

Interventi di informazione per le micro, piccole e medie imprese

Nel territorio della provincia di Roma si contano 346.271 imprese: di queste 247.644 sono nel comune capoluogo e 98.627 nel territorio della provincia. Le più esposte al fenomeno della contraffazione sono le 19.404 imprese manifatturiere e le 106.196 imprese attive nel commercio.

Le imprese manifatturiere che operano nella provincia di Roma sono per lo più di dimensione micro o piccola e solo apparentemente sono meno colpite dalla contraffazione in quanto non hanno un *brand* da difendere.

In realtà il mercato del falso le danneggia pesantemente, in quanto sposta gli acquirenti dai loro prodotti – che sono di buona qualità e a prezzi sostenibili – verso i prodotti *low cost-low quality* del mercato del falso.

Il Tribunale delle imprese attesta che non sono rari i casi di contenzioso civile in merito ai marchi per prodotti locali che presentano nome, forma, o altre caratteristiche di somiglianza con gli originali, e di aziende che si sentono danneggiate dalla presenza di imprese che svolgono la stessa attività con marchio analogo.

Nella provincia di Roma, ad esempio, si è verificato il caso di aziende di pompe funebri che si presentano sul mercato con nomi simili a quelle più conosciute, o anche di ristoranti o altri esercizi commerciali con nomi simili che si insediano sulla stessa piazza o nella stessa via di esercenti noti, generando confusione nel consumatore.

Nonostante l'acquisizione dei titoli di proprietà industriale attraverso brevettazione e registrazione del marchio sia una pratica decisiva per la crescita e lo sviluppo delle imprese – anche di quelle di piccola dimensione –, esiste una resistenza da parte delle stesse a mettere in atto tali forme di tutela.

Le analisi condotte dalla Dg Lotta alla Contraffazione – UIBM negli anni scorsi, mostrano come le imprese in alcuni casi abbiano uno scarso interesse e una scarsa sensibilità a dotarsi di forme di tutela del marchio, in altri casi

non abbiano una conoscenza sufficiente degli strumenti e degli incentivi disponibili.

Per queste imprese occorre moltiplicare gli interventi di formazione e informazione sulla tutela della proprietà industriale, creando in maniera continuativa occasioni di approfondimento e di formazione su tutto il territorio provinciale, come già previsto all'interno del Piano di Azione.

Come attività aggiuntiva, si propone di inserire all'interno degli interventi del Piano l'organizzazione di *brevi seminari di formazione e di sensibilizzazione* sulla tematica della contraffazione e sulle implicazioni in termini di illegalità e di concorrenza sleale, *rivolti agli imprenditori del commercio stranieri*, a partire da quelli che figurano tra gli iscritti alle Associazioni degli esercenti.

Questi seminari, da organizzare in collaborazione con le stesse Associazioni, dovrebbero essere finalizzati a promuovere la legalità e a sensibilizzare 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 "sentinelle" e punti di riferimento per denunciare comportamenti illegali.

Particolare attenzione, visto il protagonismo che hanno gli imprenditori cinesi anche nelle fasi più a monte della filiera (il caso più eclatante è quello del "quadrilatero del falso"), dovrà essere posta alla condivisione degli obiettivi delle attività di sensibilizzazione con la comunità cinese a Roma, attraverso le associazioni di rappresentanza esistenti, quali Associazione Italia-Cina, Ambasciata, Consolato, Fondazione Italia-Cina, ecc.

Formazione e *training* degli operatori preposti alle attività di contrasto

L'attività di contrasto alla contraffazione vede impegnata in prima fila la Guardia di Finanza, coadiuvata dalle altre Forze di Polizia e dalle diverse Polizie locali, che danno un contributo fondamentale soprattutto nell'attività di conoscenza del territorio.

L'analisi effettuata rivela come, in questo momento, – anche in considerazione della concomitanza con il Giubileo – nella capitale vi sia un'enorme concentrazione degli sforzi sul contrasto all'abusivismo delle professioni e del commercio, con risultati visibili nel centro storico, ma anche negli altri municipi, dove si è rivelato fondamentale il lavoro svolto dai Tavoli di osservazione municipali, voluti dalla Prefettura e partiti nel 2015.

L'operatività dei Tavoli rappresenta senza dubbio una buona pratica, da implementare ulteriormente nel futuro, in quanto frutto di un'attività di analisi del territorio e di concertazione che ha consentito di individuare quali sono le priorità e di intervenire su di esse.

Quanto si sta ottenendo sul territorio della città di Roma dimostra che è possibile contenere la vendita di merce falsa e pericolosa, ma che – data l'enorme capacità di riciclarsi e di riproporsi sul mercato che hanno i produttori, i distributori e i venditori – per ottenere qualche risultato sono necessari perseveranza, continuità e grande collaborazione tra le Forze dell'ordine.

Nelle altre aree della provincia, dove il fenomeno è meno consistente, e visibile soprattutto nella dimensione della vendita su strada e ambulante lungo le spiagge del litorale, sembra esserci una maggiore difficoltà, da parte delle amministrazioni locali, che sono più concentrate sul fenomeno della vendita abusiva, a perseguire il reato di contraffazione.

Ad integrazione di quanto già previsto all'interno del Piano d'Azione, e in considerazione di una presenza consistente di venditori (e, in alcuni casi, anche di laboratori) di merce falsa in alcuni comuni della provincia, si propone

di destinare una parte dell'attività formativa prevista all'interno del Piano, agli operatori della Polizia municipale dei comuni del litorale laziale, prevedendo due distinti percorsi: uno destinato agli operatori dei comuni del litorale a Nord di Roma, e uno per gli operatori dei comuni del litorale Sud.

Nel corso degli incontri si potrebbe anche esaminare la fattibilità di moduli di intervento congiunti tra le diverse Polizie locali per il controllo dell'attività commerciale, ovvero la possibilità di realizzare azioni di intervento integrate con le altre Forze dell'ordine operanti sul territorio, procedendo attraverso pattugliamenti interforze.

Campagna di informazione e sensibilizzazione dei cittadini-consumatori della provincia di Roma

La sensibilizzazione e l'informazione dei consumatori rappresenta senza dubbio il punto debole delle attività realizzate in questi anni nella provincia e nella città di Roma. Eppure l'unica strada per arginare il commercio di articoli falsi è proprio quella di distogliere i consumatori dall'acquisto, sensibilizzandoli su tutte le implicazioni che la contraffazione comporta.

Nonostante la città eterna rappresenti la prima piazza in Italia per il commercio di merce falsa, sino a questo momento le attività di sensibilizzazione realizzate sono state prive della continuità e della incisività necessarie per far leva sulle coscienze dei cittadini ed ottenere risultati concreti.

Occorre allora potenziare, ampliare numericamente e dare continuità agli interventi contro la contraffazione, al fine di raggiungere un numero sempre maggiore di cittadini e di costruire le basi per trasformarli in consumatori consapevoli e responsabili.

Capillarità, diversificazione, continuità dei progetti di sensibilizzazione sono paradigmi operativi ineludibili se si vogliono raggiungere le diverse tipologie di potenziali acquirenti sul mercato del contraffatto provinciale e si vogliono ottenere risultati percepibili (fig. 4).

Due sembrano essere i *target* su cui occorre assolutamente puntare nelle attività da mettere in campo per la prevenzione e la comunicazione contro la contraffazione: i turisti e i giovani consumatori.

A Roma il principale *target* di consumatori della merce falsa – soprattutto accessori e abbigliamento di bassa qualità – è rappresentato dai turisti che ogni giorno affollano le strade della capitale: si tratta di un totale di oltre 9 milioni di presenze, per la stragrande maggioranza di turisti stranieri, che arrivano in città dai due *hub* aeroportuali.

Per questi consumatori si propone di promuovere una *campagna comunicazionale in lingua inglese* con cartellonistica affissa in alcuni punti strategici

all'interno dell'*hub* aeroportuale, come ad esempio lo spazio per il ritiro dei bagagli.

Obiettivo delle affissioni dovrebbe essere quello di ricordare al turista che la compravendita di merce contraffatta è un reato e che gli acquirenti di merce falsa possono incorrere in sanzioni amministrative.

In alternativa, si potrebbe pensare di cercare la collaborazione delle compagnie aeree per inserire i messaggi anticontraffazione all'interno delle informazioni obbligatorie fornite ai passeggeri sulle condizioni di imbarco.

Ulteriori azioni comunicazionali nei confronti dei turisti potrebbero essere condotte all'interno dei siti internet più frequentati (per esempio quelli per la prenotazione dei ticket per musei o monumenti) e all'interno degli Infopoint presenti negli aeroporti, nelle stazioni e nelle aree del centro storico, anche con la distribuzione di materiali informativi.

L'importante è che le azioni non siano sporadiche, ma diffuse, continuative, incisive, multicanale.

Analogo ragionamento vale per i giovani, che risultano essere un altro *target* elettivo del consumo di merce tarocca: a Roma i punti di smercio sono moltissimi e disseminati nei diversi quartieri della città, ma i luoghi elettivi per l'acquisto, anche del falso, rimangono i due storici mercati di Via Sannio e di Porta Portese.

All'interno di questi mercati si propone di promuovere dei punti di contatto stabili, che abbiano come obiettivo di disincentivare all'acquisto utilizzando il formidabile canale del racconto e dell'esperienza diretta, che è sempre il più efficace con le giovani generazioni.

La proposta è quella di allestire dei gazebo con la presenza di *stand* attrezzati con abbigliamento *casual* del tutto simile a quello delle marche originali, che attirino giovani e consumatori e all'interno dei quali si possano trovare *gadget*, materiale informativo e si possono ascoltare testimonianze qualificate sull'articolazione della filiera.

Si tratta di un'esperienza già sperimentata con successo sul territorio milanese, e che ha come peculiarità l'esposizione dei prodotti contraffatti, la possibilità di visionarli, di toccarli, di costituire un pretesto per mostrare concretamente ai cittadini come riconoscere un prodotto falso e quali sono i rischi per la salute che da esso possono derivare.

Inoltre, l'esposizione dei prodotti favorisce il racconto di che cosa c'è dietro, ovvero di come si struttura la filiera della contraffazione, a partire dallo sfruttamento del lavoro minorile e dal coinvolgimento della criminalità organizzata. Si tratta di tematiche a cui i giovani sono particolarmente sensibili, e che vedono nella esposizione e nelle testimonianze degli elementi di sicuro coinvolgimento emotivo.

Considerando poi il fascino che nella piazza romana ha l'acquisto di abbigliamento sportivo falso, in particolare di quello calcistico, si propone di promuovere all'interno del Piano specifica attività mirata al *target* dei tifosi: si potrebbe allestire un ulteriore gazebo attrezzato con completi da calcio di diverse squadre, anche straniere, all'ingresso delle curve dello Stadio Olimpico per tutto il campionato; oppure organizzare un evento tipo "Partita del cuore", esplicitamente dedicato a disincentivare dall'acquisto di articoli falsi.

Sempre ragionando sulle giovani generazioni, un'altra nota dolente è rappresentata dagli interventi di formazione e sensibilizzazione nelle scuole.

Fino ad oggi le attività rivolte agli studenti romani per sensibilizzarli sulla lotta alla contraffazione e sulla difesa della proprietà intellettuale sono state episodiche, occasionali, e hanno coinvolto solo pochi studenti di poche scuole superiori.

Le uniche iniziative che hanno raggiunto un certo numero di studenti sono i moduli di "Educazione alla legalità" a cura della Guardia di Finanza. Per il resto, si segnalano le iniziative sulla tutela della proprietà intellettuale del Ministero dello Sviluppo Economico - Dg Lotta alla Contraffazione - UIBM, e qualche intervento sporadico (seminari, concorsi a premi) da parte di Associazioni dei consumatori.

Tutto questo sta a dimostrare che in questo momento la prevenzione e l'informazione sulla contraffazione non è una tematica considerata prioritaria dalle istituzioni scolastiche del territorio romano, o, meglio, non è proprio considerata.

Questo non significa che le scuole della provincia di Roma non siano impegnate in percorsi di educazione alla legalità: negli anni passati si registrano numerosi percorsi di sensibilizzazione avviati su alcune tematiche, come, per esempio, quella del bullismo e della sicurezza stradale, che hanno ottenuto risultati significativi sia in termini del raggiungimento di una maggiore consapevolezza sia nel cambiamento degli atteggiamenti dei giovani studenti.

Parlare di contraffazione è possibile, ma se si vuole che la contraffazione diventi uno dei temi-chiave trattati all'interno delle scuole, è necessario ottenere un *endorsement* da parte delle istituzioni competenti, prime tra tutte le amministrazioni locali e l'Ufficio scolastico provinciale.

Pertanto uno degli obiettivi dei promotori del Piano dovrebbe essere quello di presentare le attività previste alle amministrazioni locali e all'Ufficio scolastico provinciale, per dividerne obiettivi e attività, e ottenere un'adesione ed un impegno a collaborare fattivamente per trovare le risorse per mettere in campo *un grande programma di attività strutturate che coinvolga le scuole del territorio di Roma e provincia*.

Si richiede inoltre una attenzione particolare ad anticipare quanto più possibile l'età dei destinatari degli interventi, individuandoli principalmente negli studenti della scuola secondaria di primo grado o, addirittura, della scuola primaria. Infatti la consapevolezza sulla esistenza della contraffazione e sulle implicazioni ad essa collegate deve essere coltivata e radicata fin dalla più tenera età, quando è più facile agire sulle coscienze e non si è ancora i diretti protagonisti degli acquisti.

Per smuovere le coscienze dei giovani è fondamentale utilizzare la tecnica del racconto, e sul racconto della filiera della contraffazione oggi sono disponibili due strumenti di sicuro effetto: si tratta dello spettacolo teatrale "Tutto quello che sto per dirvi è falso" interpretato dall'attrice Tiziana De Masi e del docufilm di Mimmo Calopresti "La fabbrica fantasma - Verità sulla mia bambola".

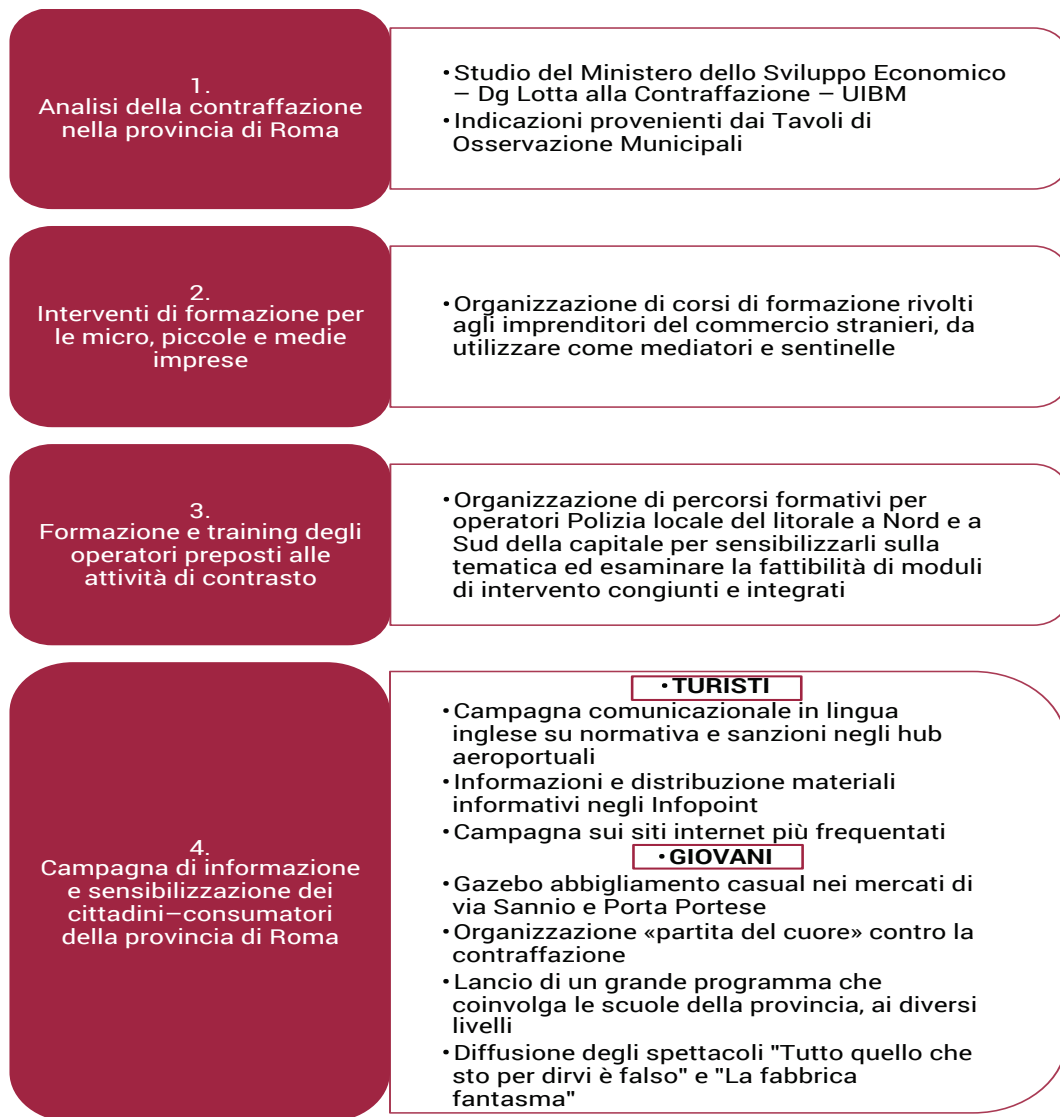
Basterebbe far girare per tutte le scuole secondarie questi due esempi di teatro e di cinema "civili" per assicurarsi un effetto forse più duraturo di tanti corsi o concorsi.

Infine un richiamo ai *format*: nei confronti dei giovani occorre adottare una comunicazione più virale e più *smart*. Così come i social media sono diventati i circuiti preferenziali delle campagne di marketing e promozione del mercato del falso, è assolutamente necessario che le campagne di sensibilizzazione del futuro si concentrino su queste nuove forme di comunicazione. Occorre creare campagne di comunicazione via Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, ecc., in modo da raggiungere simultaneamente l'intera platea dei consumatori, con gli stessi strumenti che i falsificatori utilizzano già (fig. 5).

Fig. 4 - Principi e azioni della campagna di comunicazione sulla Lotta alla Contraffazione

Principi	Azioni
Diffusione massima	<ul style="list-style-type: none">• Le azioni non devono essere concentrate solo su alcuni luoghi, ma diffuse su tutto il territorio e a tutti i target della provincia
Perseveranza	<ul style="list-style-type: none">• La lotta alla contraffazione deve diventare una tematica centrale nelle attività di sensibilizzazione dei giovani: per questo è importante l'endorsement delle Amministrazioni scolastiche e dell'Ufficio scolastico provinciale che garantiscano continuità delle azioni nel tempo
Segmentazione	<ul style="list-style-type: none">• Per incidere sulle coscienze è necessario partire dalla conoscenza dei target:• I turisti vanno disincentivati all'acquisto soprattutto richiamando la normativa e il sistema di sanzioni previsto• I giovani hanno bisogno del racconto della filiera e di «toccare con mano» la scarsa qualità dei prodotti
Multicanalità	<ul style="list-style-type: none">• Occorre avviare campagne di comunicazione capaci di raggiungere i diversi target utilizzando tutti i canali disponibili : la televisione, la radio, la strada, il web; rendendo quanto più possibile virale la tematica

Fig. 5 - Indicazioni operative per il Piano d'intervento provinciale



Si ringraziano per la collaborazione offerta alla redazione della presente analisi:

- Enza Caporale, Prefettura di Roma
- Davide Cardia, Comando provinciale Guardia di Finanza di Roma
- Paolo Catalozzi, Tribunale di Roma
- Antonio Cravattini, Confesercenti Lazio
- Massimiliano De Toma, Federmoda - Confcommercio Lazio e Roma
- Franco Gioacchini, Upvad - Confcommercio Roma
- Francesca Lulli, Movimento Consumatori
- Renato Marra, Gruppo GSSU Polizia Roma Capitale
- Enrica Martini, Federmoda - Confcommercio Roma
- Edoardo F. Mazzilli, Ufficio Centrale Antifrode, Agenzia delle Dogane
- Raffaella Moscarella, Prefettura di Roma
- Davide Miggiano, Agenzia delle Dogane Fiumicino
- Marcello Pontecorvi, Comune di Velletri
- Michele Prestipino, Procura di Roma
- Pietro Romano, Nucleo Speciale Tutela Proprietà Intellettuale Guardia di Finanza
- Luca Turchi, Agenzia delle Dogane Civitavecchia
- Vincenzo Tuzi, Nucleo Speciale Tutela Proprietà intellettuale Guardia di Finanza
- Armando Zelli, Fiva - Confcommercio Nazionale