



**RAPPORTO SULLE
POLITICHE
ANTICONTRAFFAZIONE
2020-2021**

Ministero dello Sviluppo Economico
Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale
Ufficio Italiano Brevetti e Marchi

UIBM

Febbraio 2022

Il presente documento è stato realizzato dalla Divisione III – Politiche e progetti per la lotta alla contraffazione della Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi in collaborazione con Invitalia – Agenzia nazionale per l’attrazione degli investimenti e lo sviluppo d’impresa S.p.a.

INDICE

INTRODUZIONE.....	<u>4</u>
1. APPROFONDIRE LA CONOSCENZA DEL MERCATO DEL FALSO.....	<u>6</u>
2. PARTECIPARE AI TAVOLI SULLA NORMATIVA ANTICONTRAFFAZIONE.....	<u>19</u>
3. SENSIBILIZZARE I CONSUMATORI.....	<u>21</u>
4. RAFFORZARE LE SINERGIE TRA GLI OPERATORI DI ENFORCEMENT.....	<u>29</u>
5. PROMUOVERE SERVIZI PER IMPRESE E CONSUMATORI.....	<u>32</u>
6. SUPPORTARE IL SEGRETARIATO DEL CNALCIS.....	<u>36</u>

Il *Rapporto sulle Politiche Anticontraffazione 2020-2021* presenta le iniziative realizzate dalla Divisione III – Politiche e progetti per la lotta alla contraffazione della Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (DGTPI-UIBM) del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) nel periodo di riferimento al fine di fornire al lettore, istituzionale e non, un **quadro sintetico delle azioni e degli interventi** progettati e attuati per prevenire e contrastare le violazioni dei diritti di Proprietà Industriale (PI) sul territorio nazionale e online.

Il Rapporto rappresenta l'occasione per condividere lo stato di attuazione delle iniziative e i **principali risultati raggiunti** in un biennio di attività in cui forte è stato l'impatto socio-economico dovuto all'emergenza sanitaria da Covid-19 che, da un lato, ha reso necessario e cogente rimodulare alcune attività in relazione ai vincoli imposti dalla pandemia e al conseguente cambiamento sistemico e, dall'altro lato, ha determinato l'opportunità di ideare e progettare gli interventi utilizzando modalità innovative e strumenti digitali.

Numerose e variegata sono le attività che hanno impegnato la Divisione III nel biennio 2020-2021 anche in considerazione delle competenze ad essa attribuite.

-DIVISIONE III – POLITICHE E PROGETTI PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE-

-COMPETENZE¹-

- Elaborazione di indirizzi in materia di politiche per la tutela della Proprietà Industriale e supporto tecnico all'elaborazione dei piani strategici per la diffusione della cultura dell'originale e la lotta al falso
- Promozione della cultura della legalità con riferimento all'acquisto consapevole di prodotti originali, presso il sistema scolastico e universitario nonché presso i consumatori
- Rapporti con gli uffici di diretta collaborazione del Ministro, con i viceministri, con i sottosegretari di Stato e con il Segretario generale per le tematiche inerenti alla tutela della Proprietà Industriale

¹ Decreto Ministeriale del 19 novembre 2021.

- Supporto tecnico e gestione del Segretariato del Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all'Italian Sounding, ivi compresa la redazione del piano strategico nazionale
- Partecipazione ai lavori delle commissioni previste da accordi internazionali, nonché ai gruppi tecnici di lavoro degli organismi internazionali
- Promozione di tavoli di lavoro e di Protocolli di Intesa con soggetti istituzionali sulle materie di competenza e raccordo con le forze di polizia, con l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli e con altre amministrazioni pubbliche ed enti impegnati nella tutela della Proprietà Industriale al fine di garantire la sinergia dell'azione e la realizzazione di azioni, piani e interventi integrati
- Gestione dell'Osservatorio nazionale sulla contraffazione; manutenzione evolutiva del sistema informativo per la raccolta dei dati in possesso delle autorità competenti in materia di contraffazione e gestione della relativa banca dati; analisi ed elaborazione dei dati in possesso delle associazioni di categoria e delle imprese; predisposizione di rapporti sull'andamento del fenomeno della contraffazione ed elaborazioni statistiche; redazione del rapporto periodico sulle politiche per la lotta alla contraffazione
- Monitoraggio sistemi e metodi anticontraffazione, ivi inclusa la tracciabilità dei prodotti
- Gestione della Linea Diretta dedicata alla lotta alla contraffazione rivolta a imprese e consumatori svolta in collaborazione con la Guardia di Finanza

[Torna all'INDICE](#)

1.APPROFONDIRE LA CONOSCENZA DEL MERCATO DEL FALSO

La DGTPI-UIBM da anni promuove e realizza studi per **quantificare, monitorare e analizzare** il fenomeno della contraffazione, con l'obiettivo di raccogliere evidenze utili a mettere a sistema le best practices, stimolare il dibattito culturale e indirizzare le attività di sensibilizzazione rivolte ai cittadini-consumatori. Innalzare il livello di conoscenza dell'impatto del commercio di prodotti contraffatti per l'economia italiana, della diffusione della contraffazione a livello territoriale, dell'evoluzione dei molteplici aspetti e delle nuove dinamiche del fenomeno consente, infatti, alla Direzione Generale di adeguare ed indirizzare più efficacemente la **politica nazionale anticontraffazione**.

Le attività di aggiornamento degli studi e degli approfondimenti sul mercato del falso, divenute ormai strutturali per la Direzione, sono realizzate con il supporto e il contributo di **partner nazionali ed internazionali**, come il CENSIS, l'OCSE e la Luiss Business School.

Dal 2010 è stata avviata una collaborazione con CENSIS per la realizzazione di studi volti a stimare il **valore economico della contraffazione in Italia**, ed i relativi effetti economico-fiscali e sociali, in termini di perdite di fatturato per il sistema produttivo, mancate entrate per lo Stato e riduzione di posti di lavoro.

Sempre in collaborazione con CENSIS, dal 2016 è stato avviato un nuovo filone di **analisi della contraffazione nei contesti delle province italiane** al fine di approfondire le differenti peculiarità territoriali del mercato del falso e di rilevare le buone pratiche di contrasto e di prevenzione già attivate da soggetti pubblici e privati. Sono state analizzate 20 province italiane ed è stato realizzato, nel 2021, uno studio comparato finale.

A completare il quadro di analisi del fenomeno contraffattivo in Italia, nel 2018 la DGTPI-UIBM ha realizzato con l'OCSE il primo studio di **valutazione quantitativa del commercio globale** di prodotti contraffatti, analizzando, da un lato, le **importazioni** di beni contraffatti e piratati in Italia, stimandone gli effetti economici per i consumatori, per le industrie e per le entrate dello Stato; e,

PER SAPERNE DI PIÙ

Tutti gli approfondimenti realizzati dalla Direzione in collaborazione con i partner nazionali e internazionali sono disponibili online sul sito UIBM:

- [Lotta alla Contraffazione - "Analisi e Studi"](#)

dall'altro, le dimensioni e gli effetti del **commercio globale** di fake goods che violano i diritti di Proprietà Industriale dei **titolari dei marchi italiani**, con evidenza delle principali **rotte** dei prodotti falsi. Tale studio è stato aggiornato nel 2021.

In collaborazione con la Luiss Business School, ancora, la Direzione ha avviato nel 2020 una collaborazione che ha condotto alla realizzazione di uno studio che analizza la nuova cornice normativa delineata dalla Proposta di Regolamento europeo **Digital Service Act** (DSA) per contrastare gli illeciti online e i possibili impatti sui principali stakeholders.

Infine, la DGTPI-UIBM gestisce la banca dati **IPERICO** che rappresenta un ulteriore tassello per **quantificare, monitorare e analizzare** il fenomeno della **contraffazione** in termini di numero di sequestri effettuati dalle autorità di enforcement sul territorio nazionale, quantità e categoria merceologica dei prodotti sequestrati, stima del valore medio degli articoli contraffatti sequestrati e distribuzione sul territorio nazionale.

Studio MISE – CENSIS “*Rapporto conclusivo sulla contraffazione in 20 province italiane. Un’analisi comparata*”

PER SAPERNE DI PIÙ

Leggi lo studio:

- [Rapporto conclusivo sulla contraffazione in 20 province italiane. Un’analisi comparata](#)

Il *Rapporto conclusivo sulla contraffazione in 20 province italiane. Un’analisi comparata* (2021) realizzato dalla DGTPI-UIBM in collaborazione con CENSIS, rappresenta una **sintesi ragionata** dell’attività di studio e di analisi del fenomeno della contraffazione, condotta in 20 province e aree metropolitane a partire dal 2016: Avellino, Bari, Benevento, Bologna, Caserta,

Catania, Cosenza, Firenze, Genova, Imperia, Milano, Napoli, Palermo, Prato, Pesaro e Urbino, Reggio Calabria, Roma, Salerno, Torino e Venezia.

Il *Rapporto* evidenzia le **dimensioni** e le **caratteristiche** della **contraffazione** nelle singole realtà territoriali esaminate, gli **elementi comuni** e le **differenze** con cui si presenta il fenomeno, le

scelte di policy e gli **strumenti operativi** attivati localmente da diffondere sul territorio nazionale come **buone pratiche**.

Gli esiti del Rapporto sono stati presentati durante il **webinar** “*I modelli territoriali di lotta alla contraffazione: analisi su 20 province italiane*”, organizzato dalla DGTPI-UIBM in collaborazione con CENSIS il 24 giugno 2021.

-COME SI ARTICOLA IL RAPPORTO-

- **Prima parte:** dati e considerazioni su caratteristiche e dimensioni del fenomeno della contraffazione in Italia
- **Seconda parte:** analisi trasversale delle risultanze degli studi sulle 20 province, con focus sui punti di contatto e sulle peculiarità territoriali per i cluster territoriali logistica, produzione e commercializzazione
- **Terza parte:** illustrazione delle buone pratiche
- **Quarta parte:** possibili modelli di intervento da adottare per contrastare il fenomeno lungo l'intera filiera

Studio MISE – CENSIS “*Analisi della contraffazione nella Provincia di Imperia*” (2021)

Provincia frontaliera e lunga tradizione nel commercio, Imperia è attraversata da consistenti flussi di persone e merci che alimentano il mercato del falso soprattutto nelle grandi **aree mercatali** e sugli **arenili**.

Articoli di abbigliamento, borse, cinture, imitazioni di marchi di alta moda italiani e francesi e delle griffe di maggiore tendenza tra i giovani, caratterizzati da un'**alta qualità** delle lavorazioni, raggiungono la provincia da altre regioni italiane per giungere ai consumatori finali. Parallelamente, è presente sul territorio anche una **contraffazione low cost**, di origine asiatica e di qualità inferiore.

I **mercati settimanali** di **Sanremo** e **Ventimiglia** sono teatro di abusivismo commerciale ad opera di venditori ambulanti residenti o che arrivano nella provincia, cui si aggiungono i cittadini asiatici dediti alla vendita di accessoristica e apparecchiature elettriche contraffatte.

La **posizione frontiera** di Imperia determina una elevata domanda di merce falsa da parte dei **cittadini francesi** e dei **turisti**, assidui frequentatori dei grandi mercati cittadini, soprattutto durante la stagione estiva.

PER SAPERNE DI PIÙ

Leggi lo studio:

- [Analisi della contraffazione nella provincia di Imperia](#)

Forze dell'Ordine e **Prefettura** hanno sviluppato nel tempo un'azione efficace con diverse iniziative di prevenzione e contrasto: a Ventimiglia, ad esempio, grande successo hanno avuto le attività di **training** rivolte agli operatori della sicurezza con la collaborazione di una rete composta da Forze dell'Ordine, soggetti locali, associazioni per la tutela del marchio italiane e francesi, grandi aziende. **Sensibilizzazione** della cittadinanza e **informazione** nelle scuole sono le attività che sono state individuate quali momenti imprescindibili per rafforzare la lotta alla contraffazione nel territorio.

Studio MISE – CENSIS “*Analisi della contraffazione nella Provincia di Pesaro e Urbino*” (2021)

La provincia di Pesaro e Urbino ha una significativa **vocazione turistica** legata in particolare alla sua posizione strategica nella riviera adriatica, sebbene la **carenza di infrastrutture** e la **distanza** dai **centri** metropolitani maggiori penalizzino l'ulteriore sviluppo del settore.

Ed è proprio il **turismo** a determinare la domanda, seppure fortemente contenuta, di fake sul territorio provinciale: i dati sui sequestri fotografano un fenomeno di tipo tradizionale, legato alla vendita itinerante di **merce low cost**, soprattutto capi di **abbigliamento** e **accessori**, nei mesi estivi sulle spiagge e nelle strade cittadine.

Non risulta sul territorio la presenza strutturata di opifici clandestini né di depositi di stoccaggio: l'**approvvigionamento** di prodotti contraffatti avviene per lo più nelle **regioni limitrofe** o dal **Sud**

della regione da fornitori, magazzini e laboratori clandestini da cui si riforniscono per opera di soggetti extracomunitari dediti alla vendita ambulante.

PER SAPERNE DI PIÙ

Leggi lo studio:

- [Analisi della contraffazione nella provincia di Pesaro e Urbino](#)

Grazie all'ottimo livello di operatività delle Forze dell'Ordine e della Polizia Locale, attraverso **azioni congiunte di controllo** del territorio e di **contrasto** da terra, dal mare e sulle principali arterie logistiche, negli ultimi anni il fenomeno della vendita di merce falsa e

abusiva nel territorio si è fortemente ridimensionato, scomparendo quasi del tutto dalla città capoluogo e dai mercati settimanali.

Studio MISE – CENSIS “*La contraffazione in Italia. Studio sulle caratteristiche della domanda e stima del fatturato nel mercato interno e dei relativi impatti sull'economia del Paese*”

La DGTPI-UIBM in collaborazione con CENSIS ha realizzato nel 2021 l'analisi *La contraffazione in Italia. Studio sulle caratteristiche della domanda e stima del fatturato nel mercato interno e dei relativi impatti sull'economia del Paese* che, oltre a includere la tradizionale sezione sulla **stima del fatturato della contraffazione** nel mercato interno e dei relativi impatti sull'economia del Paese, illustra i risultati di un'**indagine** di campo su un campione di 1.000 italiani, rappresentativo della popolazione adulta, avente ad oggetto la **domanda di prodotti contraffatti prima e durante la pandemia**.

PER SAPERNE DI PIÙ

Leggi lo studio:

- [La Contraffazione in Italia. Studio sulle caratteristiche della domanda e stima del fatturato nel mercato interno e dei relativi impatti sull'economia del Paese](#)

-PRINCIPALI RISULTATI-

CONSUMI E CONTRAFFAZIONE. LA DOMANDA DI BENI CONTRAFFATTI PRIMA E DURANTE LA PANDEMIA

(dati al 2020)

- Spostamento dai mercati fisici ai mercati **online** dell'offerta di prodotti contraffatti
- Accanto ai prodotti del fake tradizionale, sono apparsi i **prodotti sanitari** (dispositivi di protezione individuale, igienizzanti, farmaci, test diagnostici e vaccini)
- Il **44,4%** di chi già effettuava acquisti online durante l'emergenza sanitaria ne ha **aumentato** la **frequenza** e il **5,7%** ha iniziato ad effettuare **acquisti online**
- Il **25,7%** degli e-consumers si è imbattuto almeno una volta **nell'offerta** di **merce falsa** sul web
- Il **20,3%** ha **acquistato prodotti falsi**, per un totale di 8 milioni e 300.000 acquirenti, di cui solo 1 milione e 800.000 lo ha fatto **consapevolmente**, mentre gli altri 6 milioni e mezzo erano convinti di acquistare un prodotto originale
- Circa **3 milioni** hanno successivamente **restituito** la merce falsa, mentre 3 milioni e 600.000 hanno tenuto il prodotto che avevano acquistato
- Il **25,6%** degli italiani ammette di aver acquistato almeno una volta prodotti falsi: si tratta di un fenomeno che coinvolge 6 milioni e 700.000 famiglie
- Il **62,7%** dichiara di essere stato **ingannato** nella convinzione di comprare un prodotto originale
- Tra i prodotti acquistati prevalgono quelli del fake tradizionale: **abbigliamento** (acquistato dal 40,4% delle famiglie consumatrici di falso), **accessori** (38,4%), **calzature** (30,5%)
- Il **73%** della popolazione è convinta che i **prodotti di marca** abbiano un **prezzo eccessivo**, che supera il loro valore reale. Tale convinzione spinge il 31,4% ad affermare che la merce falsa costa di meno e se ne può comprare di più (quota che sale al 41,2% tra gli under 34)
- Il **31,4%** di coloro che dichiarano di aver comprato almeno una volta merce fake sul web hanno un **livello socioeconomico medio-alto**

- Sono condivise dalla popolazione le **consapevolezze** che: il prodotto originale faccia parte dell'identità e della ricchezza del nostro paese; la contraffazione procuri enormi conseguenze negative per il nostro sistema economico; la contraffazione sia un reato che fa guadagnare soldi e prestigio alla criminalità organizzata; i prodotti falsi siano dannosi per la salute e la sicurezza delle persone e che il prodotto autentico valga di più e duri di più

-PRINCIPALI RISULTATI-

STIMA DEL FATTURATO DELLA CONTRAFFAZIONE NEL MERCATO INTERNO E DEI RELATIVI IMPATTI SULL'ECONOMIA DEL PAESE

(dati al 2020)

- **Fatturato** totale della **contraffazione: 6 miliardi e 319 milioni di €**, con una variazione reale del -13,4% rispetto ai 7 miliardi e 208 milioni di euro del 2017
- La contraffazione **sottrae** al sistema economico legale nazionale circa **92 mila unità di lavoro a tempo pieno**, pari a circa lo 0,4% dell'occupazione complessiva nazionale
- Lo Stato **perde 4 miliardi e 810 milioni di € di entrate erariali**, circa l'1,9% del totale delle entrate
- Se fossero stati venduti sul mercato legale i prodotti contraffatti si sarebbe avuto un **incremento di produzione interna pari a 17 miliardi di €**, con una ricchezza aggiuntiva per il Paese di 6,1 miliardi di €
- Al primo posto per valore dei consumi sul mercato del falso si trovano gli **accessori**, l'**abbigliamento** e le **calzature**, il cui valore è stimato in 2 miliardi e 19 milioni di €, pari al 32,0% del totale della spesa, con una riduzione in valore reale del 16,5% negli ultimi tre anni
- **Diminuisce** fortemente la spesa sul mercato del fake per quelle tipologie di beni che hanno risentito più delle altre della riduzione della mobilità, della chiusura degli esercizi fisici e della contrazione delle occasioni di vita fuori casa: la spesa per **orologi e gioielli** falsi è stimata in 285 milioni di €, in diminuzione del 27,2% rispetto a tre anni fa; la spesa

per **profumi** e **cosmetici** è di 102 milioni di euro e si è ridotta del 12,2% rispetto al 2017; la spesa per **ricambi auto non originali** è di 79 milioni di € ed è diminuita del 25,7%

- **Comparsa** sul mercato dei **dispositivi sanitari falsi** (soprattutto igienizzanti e mascherine) che ha fatto salire a 33 milioni di € la spesa degli italiani per medicinali e dispositivi sanitari contraffatti (+53,8% rispetto al 2017)

Studio MISE – OCSE “*Il commercio di beni contraffatti e l’economia italiana*”

La DGTPU-UIBM ha realizzato nel 2021, in collaborazione con OCSE, uno studio che, in una prospettiva più ampia e complementare rispetto alle evidenze degli studi MISE-CENSIS, analizza

l’impatto socioeconomico e fiscale per l’Italia causato dal **traffico internazionale di prodotti contraffatti**, evidenziando i **nuovi trend** della contraffazione e le **specificità** a livello **settoriale**.

Il Rapporto, che contiene un aggiornamento delle stime già elaborate dall’OCSE nel

precedente studio pubblicato nel 2018, si focalizza su:

- importazioni di beni contraffatti e piratati in Italia ed effetti economici su consumatori, industrie ed entrate dello Stato;
- dimensioni ed effetti del commercio globale di merci contraffatte che violano i diritti dei titolari dei marchi italiani, con evidenza delle principali rotte della merce falsa.

PER SAPERNE DI PIÙ

Leggi lo studio:

- [Il commercio di beni contraffatti e l’economia italiana](#)

-PRINCIPALI RISULTATI-

(dati al 2019)

- È di **8,7 miliardi di €** il valore delle **importazioni di prodotti contraffatti in Italia**, pari al 2,1% delle importazioni italiane di prodotti autentici
- Supera i **24 miliardi di €**, pari al 3,6% delle vendite totali della produzione italiana nei settori colpiti, il **commercio mondiale di prodotti contraffatti** che violano i marchi registrati italiani
- **Abbigliamento, calzature e pelletteria** i settori maggiormente colpiti
- Quasi **3 miliardi di €** le **entrate erariali sottratte** alle casse dello Stato
- Oltre **70.000** i **posti di lavoro persi**
- Ammonta a **4,2 miliardi di €** il volume totale delle **mancate vendite** per le imprese italiane all'ingrosso e al dettaglio a causa dell'importazione di prodotti contraffatti in Italia, pari al 3,2% delle vendite totali
- È di **17 miliardi di €** la stima delle **mancate vendite** dell'industria manifatturiera italiana derivanti dal commercio mondiale di prodotti contraffatti, pari al 2,5% delle vendite totali registrate dalle stesse aziende nello stesso anno
- Circa il **62%** dei prodotti contraffatti importati in Italia è stato acquistato da consumatori **consapevoli**
- **Cina, Hong Kong, Turchia e Singapore** i principali Paesi di provenienza dei prodotti contraffatti importati in Italia

Studio MISE – Luiss Business School “*Digital Services Act, Profili di responsabilità e strategie di lotta alla contraffazione online dei diritti di Proprietà Industriale*” (2021)

Nel contesto dell'iter **legislativo** della Proposta di Regolamento europeo **Digital Services Act**, relativo al tema della lotta ai contenuti illeciti online finalizzata alla tutela della Proprietà Industriale e al contrasto della contraffazione, la DGTPU-UIBM, in collaborazione con la Luiss Business School, ha realizzato uno studio di analisi della proposta al fine di metterne in luce i punti fondamentali e le più importanti criticità, così da fornire uno strumento di lavoro utile per l'Amministrazione.

PER SAPERNE DI PIÙ

Leggi lo studio:

- [Digital Services Act, Profili di responsabilità e strategie di lotta alla contraffazione online dei diritti di Proprietà Industriale](#)

A partire da un'**analisi dei contenuti** della Proposta e delle **principali differenze** tra l'attuale quadro regolatorio (rappresentato dalla Direttiva sul commercio elettronico e dalle varie discipline settoriali) e la **nuova cornice normativa** offerta dal DSA, il Report discute i possibili **impatti** della Proposta sui principali stakeholders, con un **focus** sulla **tutela online dei diritti di Proprietà Industriale**, per elaborare alcune osservazioni preliminari per contribuire al dibattito in corso nelle sedi istituzionali. Il lavoro di analisi e studio è stato presentato preliminarmente il **28 ottobre 2021** in un webinar dedicato durante la Settimana Anticontraffazione 2021 e successivamente completato nel **dicembre 2021**.

-PRINCIPALI RISULTATI-

Lo studio **analizza** nello specifico gli **articoli** della **Proposta di Regolamento**, concentrandosi in particolare sulle questioni più critiche per la lotta alla contraffazione online, quali ad esempio la **responsabilità** delle **piattaforme e-commerce**, le **procedure di notice and action e stay down**, l'ambito soggettivo dei **trusted flaggers** (ovvero “segnalatori attendibili”), la **good samaritan clause** e gli **obblighi di compliance**.

Nel quadro dell'analisi, lo studio evidenzia infine la necessità di **coordinamento** tra i plessi normativi di livello europeo e nazionale e la questione della designazione delle autorità competenti per l'enforcement del DSA, in particolare a livello nazionale.

IPERICO

Quasi **185 mila i sequestri** e **570 milioni i pezzi sequestrati** per un **valore complessivo stimato di oltre 5,804 miliardi di €**: sono queste le principali evidenze della banca dati IPERICO elaborate dalla DGTPU-UIBM sulla base dell'aggregazione e normalizzazione del patrimonio informativo relativo alle operazioni di contrasto alla contraffazione effettuate dalle autorità nazionali di enforcement sul territorio nazionale nel periodo **2008-2019**.

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita la sezione online dedicata:

➤ [Sito web UIBM](#)

Interroga il database:

➤ [Sito web IPERICO](#)

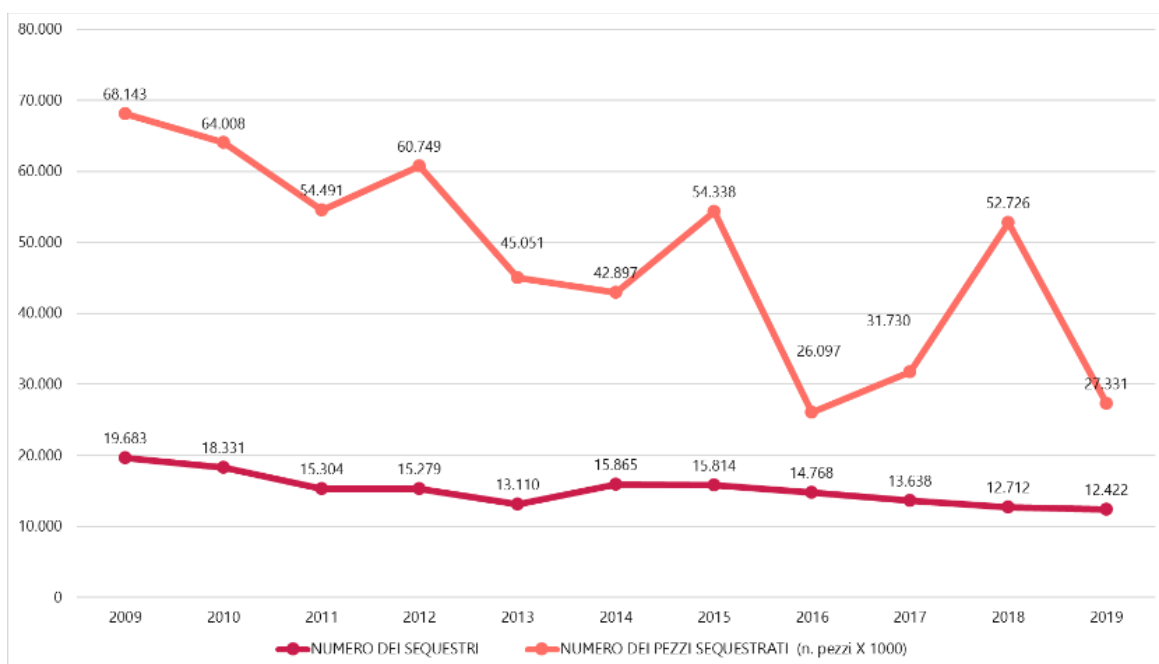


Grafico 1 - Numero di sequestri e di pezzi sequestrati nel periodo 2008-2019

Le categorie merceologiche per le quali si è registrato il maggior numero di sequestri sono state gli **accessori di abbigliamento** con **63.183 sequestri** e l'**abbigliamento** con **39.514 sequestri**, che insieme rappresentano circa il 55% del totale sequestrato.

Tali settori di eccellenza del manifatturiero italiano si confermano tra quelli più colpiti dal fenomeno della contraffazione anche dall'analisi dei dati relativi alla sola annualità 2019: su un **totale di 12.422 sequestri effettuati** da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane, sono **3.754 i sequestri di accessori di abbigliamento** (30% del totale) e **2.864 i sequestri di abbigliamento** (23% del totale), seguiti dalle categorie merceologiche **calzature** (14,6% del totale) e **orologi e gioielli** (13,2% del totale).

In termini di quantità di prodotti, nel 2019 il maggior numero di pezzi sequestrati si registra nella categoria merceologica **accessori di abbigliamento**, che rappresenta il 22,5% del totale pezzi sequestrati (27.331.025), seguita dai **giocattoli e giochi** con il 21,6%, dalle **apparecchiature elettriche** (16,3%) e dall'**abbigliamento** (14,19%).

Anche in termini di valore economico stimato dei prodotti sequestrati per contraffazione nel 2019, la categoria merceologica per la quale si registra il maggior **valore stimato di prodotti contraffatti** sequestrati sono gli **accessori di abbigliamento** con il 32,9% (77,590 milioni di €), seguiti dalle **apparecchiature elettriche** con il 28,4% (66,919 milioni di €) e dalle **calzature** con il 16,8% (39,466 milioni di €), su un valore totale stimato pari a 235,584 milioni di €.

La distribuzione territoriale dei sequestri effettuati nell'anno 2019 vede una concentrazione degli interventi nelle regioni **Lombardia** (3.765 sequestri; 30,3% dei sequestri totali) e **Lazio** (2.181 sequestri; 17,6% dei sequestri totali), teatro insieme del 48% del totale nazionale dei sequestri, seguite da Campania, Puglia, Toscana e Liguria.

Con la finalità di **valorizzare il patrimonio informativo** della banca dati e renderlo fruibile ai soggetti competenti e agli utenti interessati, la DGTPU-UIBM realizza periodicamente il **Rapporto IPERICO** che, attraverso analisi

PER SAPERNE DI PIÙ

Leggi il Rapporto:

➤ [Rapporto IPERICO 2021](#)

qualitative e quantitative, traccia e sintetizza il quadro dei risultati delle azioni di contrasto alla contraffazione condotte sul territorio nazionale.

Nel marzo 2021 la DGTPI-UIBM ha pubblicato il *Rapporto IPERICO 2021*, che contiene elaborazioni su dimensioni territoriali, temporali e settoriali dei dati sui sequestri effettuati nel periodo 2008-2019.

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita il sito web:

➤ [IPEP](#)

Oltre ad implementare ed aggiornare il database nazionale, la DGTPI-UIBM ha rielaborato i **dati aggregati** per le **annualità 2019 e 2020** e li ha trasmessi all'Osservatorio EUIPO per alimentare l'**IPEP** (Intellectual

Property European Portal), la piattaforma dell'UE che gestisce le domande d'intervento delle autorità doganali (AFA) ed affronta le questioni relative alla tutela dei diritti di proprietà intellettuale a livello europeo.

[Torna all'INDICE](#)

2. PARTECIPARE AI TAVOLI SULLA NORMATIVA ANTICONTRAFFAZIONE

Uno degli obiettivi della DGTPI-UIBM per contrastare il mercato del falso è quello di rendere l'apparato normativo in tema di contraffazione **maggiormente efficace** e in grado di favorire e rafforzare l'operatività delle Autorità nazionali di enforcement sui mercati offline e online rispetto alle nuove sfide e alle minacce poste dalla diffusione delle violazioni dei diritti di Proprietà Industriale, puntando ad una **razionalizzazione** ed **armonizzazione** di alcuni aspetti della **regolamentazione nazionale** con gli orientamenti comunitari.

Ed è proprio in questa direzione che nel corso del 2021 la Direzione Generale ha partecipato attivamente al **tavolo di concertazione interistituzionale**, coordinato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri e dal MITD (Ministro dell'Innovazione Tecnologica e della Transizione Digitale), relativamente al negoziato UE sulla *Proposta di Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo a un mercato unico dei servizi digitali* (Legge sui servizi digitali) e che modifica la *Direttiva 2000/31/CE*, cosiddetta **Digital Services Act**, nel quadro dei lavori del Gruppo di Lavoro competitività e crescita del Consiglio europeo.

In linea generale, la Proposta di Regolamento integra la normativa settoriale esistente regolando la disciplina dei contenuti online illeciti o nocivi con l'obiettivo di favorirne la segnalazione e la successiva rimozione. Inoltre, garantisce una tutela più puntuale dei diritti, un mercato digitale più trasparente, una maggiore tracciabilità attraverso i sistemi di intelligenza artificiale ed un effettivo coordinamento delle forze di enforcement.

Nella fase di stesura dei testi di compromesso della proposta, con riferimento alle questioni connesse ad aspetti di tutela online dei diritti di proprietà intellettuale, lotta alla contraffazione, protezione e sicurezza dei consumatori, la DGTPI-UIBM ha contribuito alla definizione della **posizione italiana** nell'ambito del tavolo di concertazione interistituzionale. In particolare, lo studio del testo e le proposte della Direzione Generale si sono concentrate sui temi relativi all'istituzione di procedure più efficaci di **notice and take down**, sulla tracciabilità degli operatori commerciali (principio del **Know Your Business Customer** - KYBC) e sull'istituzione di interlocutori attendibili per piattaforme e istituzioni, i cosiddetti **trusted flaggers**.

PER SAPERNE DI PIÙ

Leggi la Proposta di Regolamento:

➤ [COM \(2020\) 825 final](#)

Attenzione particolare è stata data anche al tema della responsabilità delle piattaforme di e-commerce e degli adempimenti a cui le stesse sono tenute, secondo una regolazione di tipo asimmetrico: più adempimenti e responsabilità in ragione di una maggiore grandezza ed influenza sul mercato.

[Torna all'INDICE](#)

3.SENSIBILIZZARE I CONSUMATORI

La Direzione Generale, anche in collaborazione con partner nazionali ed internazionali, realizza con continuità sul territorio nazionale **iniziative e campagne di comunicazione** con l'obiettivo di **sensibilizzare e divulgare**, attraverso **strumenti tradizionali e/o modalità innovative**, i danni economici e sociali causati dalla contraffazione, i rischi per la salute dei consumatori dovuti all'utilizzo di fake goods ed i vantaggi derivanti dall'acquisto di prodotti autentici.

L'obiettivo principale è quello di **coinvolgere direttamente e attivamente** i vari target di volta in volta identificati - **consumatori, giovani, imprese, istituzioni e Forze dell'Ordine** - per prevenire e contrastare il mercato del falso attraverso la diffusione di informazioni sul **disvalore della contraffazione** e la promozione e il **rafforzamento** di una **cultura della legalità**.

Nella realizzazione delle iniziative di comunicazione, particolare attenzione è rivolta ai **giovani**,

PER SAPERNE DI PIÙ

Per consentire la più ampia partecipazione del target, i contenuti informativi per la promozione delle diverse iniziative sono stati pubblicati su:

- [Sito web UIBM](#)
- [Sezione online Lotta alla contraffazione](#)
- [Canale social LinkedIn](#)
- [Canale social Youtube](#)

consumatori molto attivi non solo sui canali offline ma anche e soprattutto su piattaforme di e-commerce, marketplace e social network, rispetto ai quali si punta ad innalzare la **percezione sociale della Proprietà Industriale** quale leva per la crescita, l'innovazione e la creatività di un Paese e sul contrasto al contraffazione quale fenomeno che mina la produttività e la creazione di posti di lavoro.

In accordo con quanto previsto dalle *Linee di Intervento Strategiche sulla Proprietà Industriale per il triennio 2021-2023*, adottate con Decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 23 giugno 2021, la DGTPI-UIBM è stata impegnata nella promozione ed attuazione di diverse **iniziative di informazione e sensibilizzazione**.

PER SAPERNE DI PIÙ

Consulta le *Linee*:

- [Sito web UIBM](#)

Spot “Chi paga il prezzo della contraffazione?”

In occasione della quinta edizione della Settimana Anticontraffazione, tenutasi nel mese di **ottobre 2020**, la DGTPI-UIBM ha promosso la trasmissione dello spot *Chi paga il prezzo della contraffazione?* sulle **reti radiotelevisive RAI** e attraverso il canale **YouTube** istituzionale.

La campagna di comunicazione, lanciata per la prima volta dalla DGTPI-UIBM nel 2017, mira ad informare il cittadino sui rischi derivanti dall’acquisto di articoli contraffatti, sull’ampiezza e sulla pervasività del fenomeno esteso a tutti i settori produttivi, sulle ricadute

sul Paese in termini di **mancata occupazione**, **perdite economico-fiscali** e **danni per la salute e la sicurezza** dei consumatori, evidenziando il **ruolo del crimine organizzato** nella diffusione del fenomeno.

Attraverso un’infografica di impatto, lo spot ha l’obiettivo di rendere il consumatore protagonista attivo nella prevenzione e nella lotta alla contraffazione con la apparentemente semplice scelta di non acquistare un bene contraffatto.

Spot “L’originale vince sempre”

In occasione dei campionati europei di calcio UEFA EURO 2020, in collaborazione tra Ministero dello Sviluppo Economico, Unione Europea delle Federazioni Calcistiche (UEFA) e Federazione Italiana Giuoco Calcio (FIGC), nel mese di **giugno 2021** è stato lanciato, sulle **reti radiotelevisive RAI** e sui principali **social network**, lo **spot L’originale vince sempre**.

Obiettivo della campagna, attraverso una **strategia comunicativa** focalizzata sul gioco tra **situazioni assurde** ed **autentiche**, è quello di prevenire e contrastare il **merchandising** di prodotti sportivi contraffatti, puntando a far riflettere i consumatori sui possibili **danni** provocati dal mercato del falso e a promuovere **comportamenti responsabili e proattivi**.

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita la sezione online dedicata allo spot:

➤ [Sito web UIBM](#)

Guarda lo spot:

➤ [Chi paga il Prezzo della contraffazione?](#)

Il progetto creativo pone l'attenzione sul connotato di **assurdità** attribuito ai prodotti non originali: l'oggetto contraffatto è sbagliato, malfunzionante, inautentico, e, dunque, "assurdo".

Lo spot rappresenta una serie di **situazioni paradossali** nel contesto di una partita di calcio in

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita la sezione online dedicata allo spot:

- [Sito web UIBM](#)

Guarda lo spot:

- [L'originale vince sempre](#)

cui niente sembra al suo posto, molti sono gli elementi inappropriati e tutti sembrano in preda a una lucida follia, fino all'intervento del mister della Nazionale italiana di calcio Roberto Mancini che richiama all'autenticità pronunciando lo slogan "**Se non è autentico non è calcio. Non acquistare prodotti falsi. L'originale vince sempre**".

In occasione della sesta edizione della Settimana Anticontraffazione, tenuto conto dell'importanza della divulgazione dell'informazione presso i cittadini su rischi derivanti dall'acquisto di articoli contraffatti, ampiezza e pervasività del fenomeno diffuso in tutti i settori produttivi, ricadute socioeconomiche per il Paese e rischi per la salute, lo **spot** è stato **ritrasmeso** sulle **reti radiotelevisive RAI a ottobre 2021** in una **versione riadattata** (con l'inserimento nel cartello finale di un riferimento diretto alla Settimana Anticontraffazione).

Settimana Anticontraffazione

Richiamare l'**attenzione dell'opinione pubblica** sulle gravi implicazioni del mercato del falso e **indirizzare i consumatori** verso comportamenti di acquisto consapevole: è questo l'obiettivo principale della Settimana Anticontraffazione, iniziativa di comunicazione organizzata con **cadenza annuale** dalla DGTPI-UIBM a partire dal 2016.

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita la sezione online dedicata alla campagna:

- [Sito web UIBM](#)

La campagna di comunicazione prevede la realizzazione di **eventi** di informazione e animazione su tutto il **territorio nazionale**, anche con **format digitale**, riconoscibili da un **logo** che

rappresenta il percorso verso l'autenticità e dallo slogan "**La lotta al falso passa anche da te**", che richiama la necessità che ognuno si renda soggetto attivo nella lotta al mercato del falso.

-SETTIMANA ANTICONTRAFFAZIONE 2020- -V EDIZIONE-

Dal **19** al **25 ottobre** 2020 si è tenuta la quinta edizione della Settimana Anticontraffazione, organizzata dalla DGTPI-UIBM in collaborazione con numerosi stakeholders pubblici e privati, sia a livello nazionale che internazionale.

Grazie alla creazione di una **sezione dedicata del sito web istituzionale**, la Direzione ha articolato e promosso un ampio ventaglio di **webinar**, **eventi** e **contenuti** per la prima volta interamente **digitali** in ottemperanza dei vincoli posti dalla situazione di emergenza sanitaria da Covid-19.

Gli eventi sono stati focalizzati su diversi **temi** in linea con le evidenze e priorità emerse dalle analisi di contesto, tra cui: i **reati** connessi alle violazioni dei diritti di Proprietà Industriale, il collegamento con la **criminalità organizzata** ed il **riciclaggio** di **denaro**, la contraffazione nel **settore moda** e il **contrasto** al mercato del falso a livello **territoriale** con due specifici approfondimenti relativi alle province di **Pesaro-Urbino** e **Imperia**.

In dettaglio:

- **9** i **webinar** trasmessi in diretta tramite varie piattaforme online
- **100** gli **interventi** sugli aspetti più rilevanti della contraffazione e del ruolo della Proprietà Industriale nello sviluppo competitivo del Sistema Italia, che hanno coinvolto i vertici del Ministero dello Sviluppo Economico, rappresentanti delle Forze dell'Ordine, delle Amministrazioni centrali e locali, delle associazioni del sistema produttivo e dei consumatori, nonché esperti di organizzazioni internazionali, del mondo accademico e degli ordini professionali
- circa **4 mila** le **visualizzazioni** dei **webinar**
- oltre **5 mila** le **visualizzazioni** delle **news** e dei **programmi** degli eventi su **LinkedIn**

Ha chiuso la Settimana Anticontraffazione 2020 un'iniziativa di sensibilizzazione che ha coinvolto oltre **900 mila giovani** che hanno visualizzato post e storie sui maggiori **social network** (Facebook e Instagram).

In occasione della manifestazione, infine, lo **spot** *Chi paga il prezzo della contraffazione?* è stato trasmesso sulle frequenze radiofoniche e televisive della RAI e diffuso attraverso il canale YouTube della DGTPI-UIBM.

-SETTIMANA ANTICONTRAFFAZIONE 2021-

-VI EDIZIONE-

La sesta edizione della Settimana Anticontraffazione si è svolta dal **25 al 31 ottobre** 2021 in forma prevalentemente **digitale** con iniziative, contenuti ed eventi differenziati per target e tematiche di approfondimento di attualità.

Contraffazione online e **Digital Service Act**, tutela della **salute** dei consumatori e contrasto alla vendita di farmaci falsi, **servizi** a supporto delle **imprese** titolari di diritti di Proprietà Industriale: sono solo alcuni dei principali **temi** oggetto di dibattito e confronto tra esperti di settore e rappresentanti di istituzioni, Forze dell'Ordine e sistema associazionistico di imprese e consumatori.

Nel corso della Settimana si è tenuta anche la **prima riunione di insediamento del Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all'Italian Sounding**, che ha manifestato piena consapevolezza delle minacce causate dal fenomeno, individuando proprio nella contraffazione online, tutela della salute, tessile-moda e agroalimentare le priorità strategiche del proprio mandato 2021-2023.

Nel corso della manifestazione, i cui eventi sono stati organizzati anche in collaborazione con partner nazionali ed internazionali quali: **OCSE, EUIPO, LUISS Business School** e **CENSIS**, sono stati presentati tre **rapporti** di **ricerca** prodotti in esclusiva per la Direzione Generale.

A testimoniare il progressivo consolidamento della Settimana quale punto di riferimento ormai strutturale per quanti sono impegnati nel contrasto al mercato del falso, particolarmente ampio è stato il novero dei **partner** che hanno partecipato attivamente all'organizzazione di iniziative proprie: la Camera di Commercio di Venezia Rovigo, il Consorzio Innexa e i Comitati per la lotta alla contraffazione delle Camere di Commercio di Milano, Firenze e Torino.

Nel dettaglio:

- **7** i **webinar** organizzati
- più di **60** gli **interventi** di relatori che hanno evidenziato gli aspetti più rilevanti ed attuali della contraffazione e del ruolo della Proprietà Industriale quale leva delle politiche industriali per rispondere alle sfide e alle minacce acuitesi durante la fase emergenziale legata al Covid-19
- circa **1.400** le **visualizzazioni** delle **dirette** trasmesse sui canali social YouTube e Facebook
- oltre **5.500** le **visualizzazioni** delle **news** e dei programmi degli eventi su LinkedIn

La Settimana Anticontraffazione 2021, inoltre, ha visto anche il territorio nazionale protagonista di attività di sensibilizzazione e confronto con i cittadini in varie piazze italiane: **Gazebo Anticontraffazione** sono stati allestiti da associazioni di categoria, polizie locali e ANCI nei comuni di Padova, Trieste, Venezia, Verona e Milano; ulteriori azioni di **animazione del territorio** per coinvolgere i consumatori in specifiche località (Cologno Monzese, Frascati, Benevento e Roma) sono state organizzate dalle Associazioni dei Consumatori iscritte al CNCU, partner del MISE nell'ambito del Progetto *Io Sono Originale*.

Infine, sulle reti radiotelevisive RAI e sui canali sociali istituzionali è stato trasmesso lo **spot** *L'originale vince sempre*.

Progetto “Io Sono Originale”

Da anni la DGTPI-UIBM collabora con i rappresentanti delle Associazioni dei Consumatori iscritte al Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU) nella promozione del Progetto “**Io Sono**

PER SAPERNE DI PIÚ

Visita la sezione *online* dedicata al Progetto:

➤ [Sito web UIBM](#)

Originale” che ha l’obiettivo di fornire ai consumatori, in particolare giovani, informazioni sul valore dei titoli di PI e sui rischi cui si va incontro con l’acquisto di prodotti non autentici.

A causa dell’emergenza sanitaria da Covid-19, è stato necessario rimodulare, nel periodo 2020-2021, le attività di Progetto e, in alcuni casi, rinviarle per consentirne lo svolgimento con il coinvolgimento di un numero maggiore di giovani consumatori.

-PRINCIPALI ATTIVITÀ E RISULTATI-

-2020-

Nel corso del 2020, nell’ambito della quinta edizione della Settimana Anticontraffazione, sono state organizzate due **attività** rivolte ai **giovani**:

- promozione di una **challenge** sui **canali social** (Facebook e Instagram) in cui un’influencer ha raccontato, tramite alcune Instagram stories, le disavventure in cui si è imbattuto a causa dell’acquisto di prodotti non originali. Al termine della challenge, i vincitori sono stati coinvolti in una videochiamata con l’influencer;
- organizzazione del **webinar** rivolto agli **studenti universitari** *Le nuove frontiere della lotta alla contraffazione. Strumenti di tutela tra falso online e violazione del design* presso l’Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli” il 23 ottobre 2020.

-PRINCIPALI ATTIVITÀ E RISULTATI-

-2021-

Nel corso del 2021, nel mese di luglio, nell'ambito del **torneo di Beach Soccer** organizzato da Sport in Tour e in collaborazione con AICS presso lo stabilimento OASI di Ostia, durante l'ingresso in campo le 16 squadre partecipanti hanno indossato la t-shirt personalizzata con il logo "Io Sono Originale". Inoltre, grazie allo **stand** allestito nell'ambito del Progetto, è stato possibile fornire ai ragazzi che hanno preso parte alla manifestazione **informazioni** sul tema della lotta alla contraffazione nel settore dell'abbigliamento sportivo e materiale informativo e **gadget**.

Inoltre, nel 2021, in occasione della sesta edizione della Settimana Anticontraffazione, sono stati organizzati 4 **flashmob** sul territorio che hanno visto il coinvolgimento dei cittadini e dei giovani di:

- **Cologno Monzese** (MI), presso il campo sportivo della Squadra di calcio A.D.S. Vires - 28 ottobre;
- **Frascati** (RM) presso la Tenuta di Pietra Porzia - 30 ottobre;
- **Benevento**, Piazza Castello - 30 ottobre;
- **Roma**, presso il Mercato di Porta Portese Est, Piazzale Pino Pascali - 31 ottobre

[Torna all'INDICE](#)

4. RAFFORZARE LE SINERGIE TRA GLI OPERATORI DI ENFORCEMENT

Favorire, da un lato, il raccordo di politiche e azioni centro-periferia e, dall'altro, la creazione di una rete locale coesa, di tipo pubblico-privata, attiva e proattiva nella lotta alla contraffazione, è il macro-obiettivo delle attività messe in campo dalla DGTPI-UIBM al fine di valorizzare e rafforzare la portata delle iniziative anticontraffazione amplificandone la cassa di risonanza a livello locale, nazionale e internazionale.

Programma nazionale di Azioni Territoriali Anticontraffazione

In linea con il lavoro avviato nel 2010 con cui la Direzione Generale ha promosso il Programma Nazionale di Azioni Territoriali Anticontraffazione, realizzato in collaborazione con l'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI) con la finalità di prevenire e contrastare la contraffazione e la cultura dell'illegalità sul territorio, nel 2019, con il coinvolgimento attivo dei Comuni italiani, è stata rinnovata la convenzione tra la DGTPI-UIBM e ANCI

finalizzata alla realizzazione del **Secondo Programma nazionale di Azioni Territoriali Anticontraffazione**, rivolto ai Comuni capoluogo metropolitano.

Il Programma si articola in 3 misure di intervento:

- **Misura A:** attivazione dei nuclei anticontraffazione specializzati denominati GOAC (Gruppi Operativi AntiContraffazione) e attività di contrasto
- **Misura B:** scambio di personale tra comandi di polizia locale
- **Misura C:** attività di prevenzione e comunicazione.

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita la sezione online dedicata al Programma:

➤ [Sito web UIBM](#)

-PRINCIPALI RISULTATI-

- **6 i progetti** avviati nell'ambito del Programma
- oltre **240 GOAC** attivati sul territorio
- risultati significativi nell'**attività di contrasto** svolta attraverso **controllo** di **esercizi commerciale** in **sede fissa**, controlli nei **mercati settimanali**, **scoperti**, controlli nelle **stazioni della metropolitana**, controlli nelle **zone turistiche**, e anche attraverso l'utilizzo del nuovo strumento del c.d. **minidaspo urbano**, introdotto dalla L. 48/2017, ovvero l'ordine di allontanamento della durata di 48 ore.

Comitati Provinciali per la Lotta alla Contraffazione

Con l'obiettivo di facilitare la condivisione di informazioni tra stakeholder, di favorire il dialogo tra il livello centrale e quello territoriale e di consolidare le reti locali impegnate nelle attività di contrasto al commercio delle merci contraffatte, presso le Camere di Commercio di **Torino**, **Milano**, **Firenze** e **Cosenza** sono stati istituiti i Comitati provinciali per la lotta alla contraffazione, promossi e supportati dalla DGTPI-UIBM che vi partecipa in qualità di membro.

I Comitati, protagonisti di varie **iniziative** rivolte alle **imprese** e ai **consumatori** sui territori di riferimento, sono per la DGTPI-UIBM **partner strategici** per l'attuazione di importanti momenti di sensibilizzazione a livello locale in varie occasioni, come ad esempio durante la Settimana Anticontraffazione.

Nell'edizione del 2021, i Comitati, oltre ad aver messo in campo numerose iniziative anticontraffazione sui vari territori di riferimento, realizzato webinar di approfondimento e messo a disposizione materiali multimediali pubblicati nella sezione dedicata alla Settimana Anticontraffazione sul sito istituzionale della DGTPI-UIBM, sono stati coinvolti, insieme alla Direzione Generale e ad Unioncamere, in un incontro per condividere lo stato di avanzamento delle varie attività anticontraffazione messe in campo e favorire lo scambio di esperienze e best practices da utilizzare anche per promuovere la costituzione di analoghi Comitati presso altre Camere di Commercio sul territorio.

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita i siti web dei Comitati:

- [Torino](#)
- [Milano](#)
- [Firenze](#)
- [Cosenza](#)

Attività internazionali

La DGTPI-UIBM partecipa, con i propri rappresentanti, a livello internazionale ai principali tavoli e gruppi di lavoro dell'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO) e dell'OCSE.

In particolare, la Direzione partecipa ai lavori dell'*Observatory on Infringements of Intellectual Property Rights Operations and Projects* dell'**EUIPO** durante la riunione plenaria dell'Osservatorio e la riunione *Public Sector*. Inoltre, partecipa ai quattro *Working Group* EUIPO **Public Awareness, Enforcement, Economics and Statistics, IP in the Digital World**.

Infine, la DGTPI-UIBM ha un proprio rappresentante anche nell'ambito dell'*High Level Risk Forum* dell'**OCSE** cui partecipa ai lavori della *Task Force on Countering Illicit Trade* (TF-CIT).

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita i siti web:

- [EUIPO](#)
- [OCSE](#)

[Torna all'INDICE](#)

5.PROMUOVERE SERVIZI PER IMPRESE E CONSUMATORI

La DGTPI-UIBM, al fine di facilitare imprese, titolari dei diritti di PI e utenti/consumatori nel processo di segnalazione dei presunti casi di violazione dei diritti di PI, di innalzare il livello di conoscenza degli strumenti esistenti a tutela della PI, anche ai fini della prevenzione della contraffazione, e di supportare le imprese nella scelta e nell'utilizzo di soluzioni tecnologiche che consentono di proteggere i prodotti garantendone l'autenticità o favorendone la tracciabilità lungo tutta la filiera, gestisce, anche in collaborazione con partner istituzionali nazionali, un insieme di **servizi online gratuiti**.

SOT – Servizio Orientamento Tecnologie

Il servizio **SOT-Servizio Orientamento Tecnologie** è una “vetrina virtuale” online, realizzata in collaborazione con la Fondazione Ugo Bordoni (FUB), che raccoglie in modo sistematico le **informazioni** sulle diverse **tecnologie anticontraffazione** e sui sistemi di tracciabilità dei prodotti disponibili in commercio, con la finalità di favorirne la conoscenza e la diffusione tra le imprese.

Il servizio prevede anche la possibilità per le imprese produttrici di soluzioni anticontraffazione di

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita la sezione online dedicata al servizio:

➤ [Sito web UIBM](#)

comunicare le caratteristiche tecniche dei propri prodotti o tecnologie attraverso la compilazione di un web form per una valutazione ai fini dell'inserimento nella vetrina online.

RI.SI.CO.: Ricerca Siti Contraffattori

Il sistema **RI.SI.CO: Ricerca Siti Contraffattori**, realizzato dalla Direzione Generale in collaborazione con FUB, offre un servizio di **monitoraggio** del web alle PMI che possono controllare e individuare i siti che presentano **offerte di prodotti non autentici** in un determinato settore merceologico, con riferimento ad uno specifico marchio. Obiettivo ultimo è rafforzare il grado di informazione e consapevolezza delle aziende sul fenomeno della contraffazione online dei propri brand.

Il progetto, avviato nel 2018, ha portato alla realizzazione e al consolidamento di un database e ad un'applicazione web destinata alle aziende. Sono state inoltre condotte due **sperimentazioni**: la prima nel settore **calzaturiero**, e nell'ambito di un progetto condiviso con FUB, INDICAM e Associazione Nazionale Ciclo Motociclo Accessori (ANCMA) e presentato nella Settimana Anticontraffazione 2021, nel settore **motocicli**, con la raccolta, analisi ed elaborazione di dati di monitoraggio online nel settore. Analoga sperimentazione è in corso con ANFIA, per il settore **auto**.

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita la sezione online dedicata al servizio:

➤ [Sito web UIBM](#)

Sportello Tecnologie Anticontraffazione e sistemi di tracciabilità

In collaborazione con l'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato (IPZS), lo **Sportello Tecnologie Anticontraffazione e sistemi di tracciabilità** offre alle imprese, a titolo gratuito, servizi di **informazione, orientamento e assistenza** per l'individuazione delle soluzioni tecnologiche anticontraffazione più idonee al proprio processo produttivo e alla propria strategia di commercializzazione. Il servizio, oltre che presso l'UIBM, è fruibile anche da remoto.

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita la sezione online dedicata al servizio:

➤ [Sito web UIBM](#)

Linea Diretta Anticontraffazione

La Linea Diretta Anticontraffazione (LAC) è un **servizio gratuito** gestito dalla DGTPU-UIBM attraverso il supporto di personale specializzato della **Guardia di Finanza**, che opera in stretto collegamento con le altre Forze di Polizia e con l'Agazia delle Dogane e dei Monopoli.

Attraverso la LAC vengono offerte a utenti, consumatori e imprese titolari di diritti di Proprietà Industriale, informazioni sugli **strumenti di valorizzazione e tutela della PI** previsti dalla normativa vigente e assistenza per i **presunti casi di violazione** dei diritti al fine di consentire l'attivazione di procedure di contrasto a livello nazionale e internazionale.

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita la sezione online dedicata al servizio:

➤ [Sito web UIBM](#)

In linea generale, la maggior parte delle segnalazioni concerne problematiche connesse con il commercio online e spesso provengono da utenti che, pur non avendo effettuato acquisti, notano inserzioni, sui social media o sulle piattaforme e-commerce, di presunti beni contraffatti o non autorizzati dal titolare del marchio registrato.

-SEGNALAZIONI 2020-

- **227 segnalazioni** per casi di presunte **violazioni di diritti di Proprietà Industriale**, su un totale di 1.637 richieste generali di supporto e assistenza
- **Altre merci, abbigliamento, accessori di abbigliamento e calzature** i settori merceologici maggiormente interessati dalle segnalazioni
- Prevalentemente le violazioni segnalate hanno riguardato: **marchi, diritto d'autore e marcatura CE**
- Le principali Regioni interessate dalle segnalazioni sono state: **Lazio, EmiliaRomagna, Veneto e Puglia**
- Le segnalazioni riguardanti le presunte **violazioni online** rappresentano circa l'**83%** delle segnalazioni ricevute

- Significative le segnalazioni pervenute relativamente al **commercio di beni** per **contrastare** la diffusione dell'epidemia da **Covid-19**: da marzo a dicembre 2020 sono pervenute **43 segnalazioni** concernenti mascherine generiche, DPI (mascherine FFP2, FFP3) e DM (mascherine chirurgiche)

[Torna all'INDICE](#)

6.SUPPORTARE IL SEGRETARIATO DEL CNALCIS

La DGTPI-UIBM ricopre il ruolo di **Segretariato** del *Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all'Italian Sounding* (CNALCIS), organismo interministeriale che, previsto dall'art. 145 del Codice di Proprietà Industriale, ha modificato la propria denominazione e ampliato le proprie competenze con l'entrata in vigore della Legge 28 giugno 2019, n.58 di conversione del D. L. 30 aprile 2019, n. 34 recante misure urgenti di crescita economica e per la risoluzione di specifiche situazioni di crisi, c.d. "Decreto Crescita".

PER SAPERNE DI PIÙ

Visita il sito web istituzionale del Consiglio:

➤ [Sito web CNALCIS](#)

Il Consiglio, che si rinnova ogni due anni, è istituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico con funzioni di *“impulso e coordinamento delle azioni strategiche intraprese da ogni amministrazione, al fine di*

migliorare l'insieme dell'azione di contrasto della contraffazione a livello nazionale e della falsa evocazione dell'origine italiana dei prodotti - c.d. Italian Sounding” ed è presieduto dal Ministro dello Sviluppo Economico o da un suo delegato.

La Direzione Generale svolge un ruolo di **impulso, supporto tecnico e organizzativo** per garantire l'operatività del Consiglio e per **promuovere** le necessarie **sinergie** tra amministrazioni pubbliche, Forze dell'Ordine e imprese al fine di definire le priorità della politica nazionale anticontraffazione, mettere a sistema le azioni adottate da ciascun componente e massimizzare i risultati ottenuti nelle attività di prevenzione e contrasto al mercato del falso.

Per raggiungere tali finalità, la DGTPI-UIBM gestisce anche la **procedura amministrativa di designazione** dei componenti del Consiglio - Membri e rappresentanti di due Commissioni Consultive Permanenti -, garantendo la rappresentanza e la sinergia tra interessi pubblici e privati.

Nel biennio 2020-2021 tale procedura amministrativa è stata attivata in due momenti distinti, in considerazione dei cambiamenti intervenuti nella compagine governativa a livello nazionale:

- un Decreto Ministeriale di nomina dei Membri del CNALCIS è stato sottoscritto dal Ministro dello Sviluppo Economico allora in carica il 9 ottobre 2020, con conferimento della delega alla Presidenza alla Sottosegretaria allo Sviluppo Economico;

- in data **5 ottobre 2021** il Ministro dello Sviluppo Economico ha assunto l'incarico di Presidente del CNALCIS ed ha firmato il Decreto ministeriale di **ricostituzione** del Consiglio per il **periodo 2021-2023**, nominandone i Membri e riavviandone le attività.

-PRIORITÀ DI INTERVENTO 2021-2023-

Su impulso del lavoro di concertazione e raccordo promosso dalla DGTPI-UIBM in qualità di Segretariato, durante la **riunione plenaria di insediamento del 27 ottobre 2021**, tenutasi nel corso della sesta edizione della Settimana Anticontraffazione, il Consiglio ha condiviso e approvato un'**Agenda interventi e settori prioritari** per il biennio 2021-2023, in cui sono stati identificati, per il loro significativo contributo alla crescita e allo sviluppo dell'economia italiana e per la loro particolare rilevanza ed attualità in relazione alle sfide e alle minacce acuitesi durante la fase emergenziale legata al Covid-19, alcuni settori su cui intervenire prioritariamente:

- **Tutela della salute**
- **Commercio online**
- **Agroalimentare**
- **Tessile-moda**

Al fine di dare piena e tempestiva operatività alle priorità strategiche individuate dal Consiglio, il Segretariato ha promosso la costituzione di **tre Gruppi di Lavoro (GdL)**:

- **Legislativo**
- **Repressione**
- **Prevenzione**

PER SAPERNE DI PIÙ

Consulta l'*Agenda*:

➤ [Sito web CNALCIS](#)

cui partecipano alcuni Membri e rappresentanti delle Commissioni Consultive Permanenti del CNALCIS in relazione alle competenze e alle manifestazioni di interesse di ciascuno.

Il Segretariato è attivamente impegnato in azioni di **coordinamento** ed **indirizzo** dei componenti dei GdL del CNALCIS per l'**attuazione** delle **iniziative** finalizzate a rafforzare il quadro normativo, le attività di informazione, prevenzione e contrasto al fenomeno della contraffazione e dell'Italian Sounding nei settori individuati.

Tutte le informazioni e gli aggiornamenti sull'operatività del Consiglio sono disponibili sul **nuovo sito web del CNALCIS**, pubblicato nell'ottobre 2021 in occasione della riunione di insediamento del Consiglio. Il nuovo sito è stato progettato e sviluppato dalla DGTPI-UIBM sulla base delle *Linee guida di design per i servizi web della Pubblica amministrazione* sviluppate dall'AgID - Agenzia per l'Italia Digitale per favorire una navigazione user-friendly, semplice e funzionale.

[Torna all'**INDICE**](#)