

RAPPORTO SULLE POLITICHE ANTICONTRAFFAZIONE 2022-2023

UIBM



Il «*Rapporto sulle politiche anticontraffazione 2022-2023*»* è stato realizzato dalla
Divisione II – Politiche e progetti per la lotta alla contraffazione e la promozione della Proprietà Industriale
della Direzione Generale per la Proprietà Industriale – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (DGPI-UIBM)
Dipartimento Mercato e Tutela del Ministero delle Imprese e del Made in Italy,
in collaborazione con
Invitalia – Agenzia nazionale per l’attrazione degli investimenti e lo sviluppo d’impresa S.p.a.

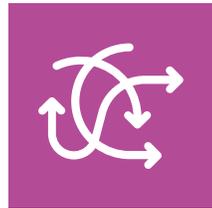
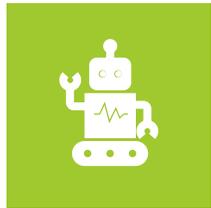
*Il «*Rapporto*» è in formato digitale e contiene collegamenti ipertestuali che consentono di navigare tra i vari Capitoli e le relative sezioni, nonché link che conducono a pagine di approfondimento del sito web UIBM e CNALCIS e a contenuti video.

INDICE

Introduzione

- 1** Analisi e studi: approfondire la conoscenza del mercato del falso
- 2** Sensibilizzazione: innalzare il livello di consapevolezza dei consumatori
- 3** Supporto e tutela: promuovere servizi per imprese e consumatori
- 4** CNALCIS: indirizzare la politica nazionale anticontraffazione
- 5** Enforcement: rafforzare le sinergie tra gli attori impegnati nella lotta alla contraffazione

I N T R O D U Z I O N E



La **prevenzione** e il **contrasto** alla **contraffazione**, fenomeno che evolve continuamente le proprie strategie produttive e distributive per raggiungere i mercati a livello globale e online, richiedono la messa in campo di **azioni** ed **interventi mirati** per ridurre l'offerta di prodotti falsi e limitare i danni causati a consumatori, titolari dei diritti di Proprietà Industriale (PI), imprese e Stato.



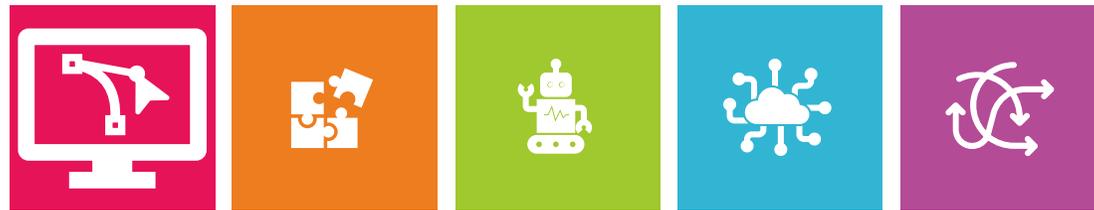
I RISULTATI DI UN BIENNIO

Il presente **“Rapporto sulle politiche anticontraffazione”** racconta le attività realizzate nel **biennio 2022-2023** dalla Divisione II della Direzione Generale per la Proprietà Industriale – UIBM del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, alcune delle quali riprogrammate annualmente per i risultati ogni volta raggiunti e altre nuove ideate per rispondere alle sfide poste dal fenomeno.

Si va dall'**analisi del mercato del falso** alle iniziative di **in-formazione**, dalla promozione di **servizi per imprese e consumatori** alla definizione di **piani di policy** nazionale fino alla promozione di **collaborazioni** per azioni anticontraffazione congiunte a livello nazionale e internazionale.

I **risultati** presentati nel Rapporto evidenziano l'impegno della DGPI-UIBM nella lotta al falso e stimolano la riflessione su quanto sia determinante proseguire lungo il percorso già avviato di tutela e valorizzazione della PI.

ANALISI E STUDI



A P P R O F O N D I R E L A C O N O S C E N Z A D E L M E R C A T O D E L F A L S O



La definizione di politiche, azioni e iniziative anticontraffazione non può non tener conto di come il **fenomeno** sia **mutevole** nel tempo, modificando l'offerta in funzione della domanda di mercato e in relazione allo sviluppo delle nuove tecnologie.

La **conoscenza** delle **caratteristiche**, dell'**impatto** e delle **peculiarità** del fenomeno, sia **settoriali** che **territoriali**, è la base di partenza da cui la DGPI-UIBM trae alcune delle informazioni che contribuiscono a indirizzare il proprio **programma annuale di attività anticontraffazione**.

In tale direzione, nel biennio 2022-2023 è proseguita l'attività di **analisi** dei risultati delle **operazioni di contrasto** alla contraffazione condotte dalle autorità di enforcement sul territorio nazionale, i cui esiti confluiscono periodicamente nel database **IPERICO**.

Nuovi studi sono stati realizzati, in collaborazione con diversi partner, sulla contraffazione in alcuni dei **settori** nei quali il commercio di prodotti falsi si sta sempre più insinuando, sia offline che online, con un grave impatto in termini di perdite economiche, ma anche e soprattutto con potenziali danni alla salute.

Novità di questo periodo è l'attività di **indagine sulla percezione** della contraffazione tra i più **giovani**.



In questa sezione del «Rapporto» è possibile approfondire le attività relative a:

IPERICO: IL DATABASE SULLE ATTIVITÀ DI CONTRASTO



FOCUS SETTORIALI SULLA CONTRAFFAZIONE

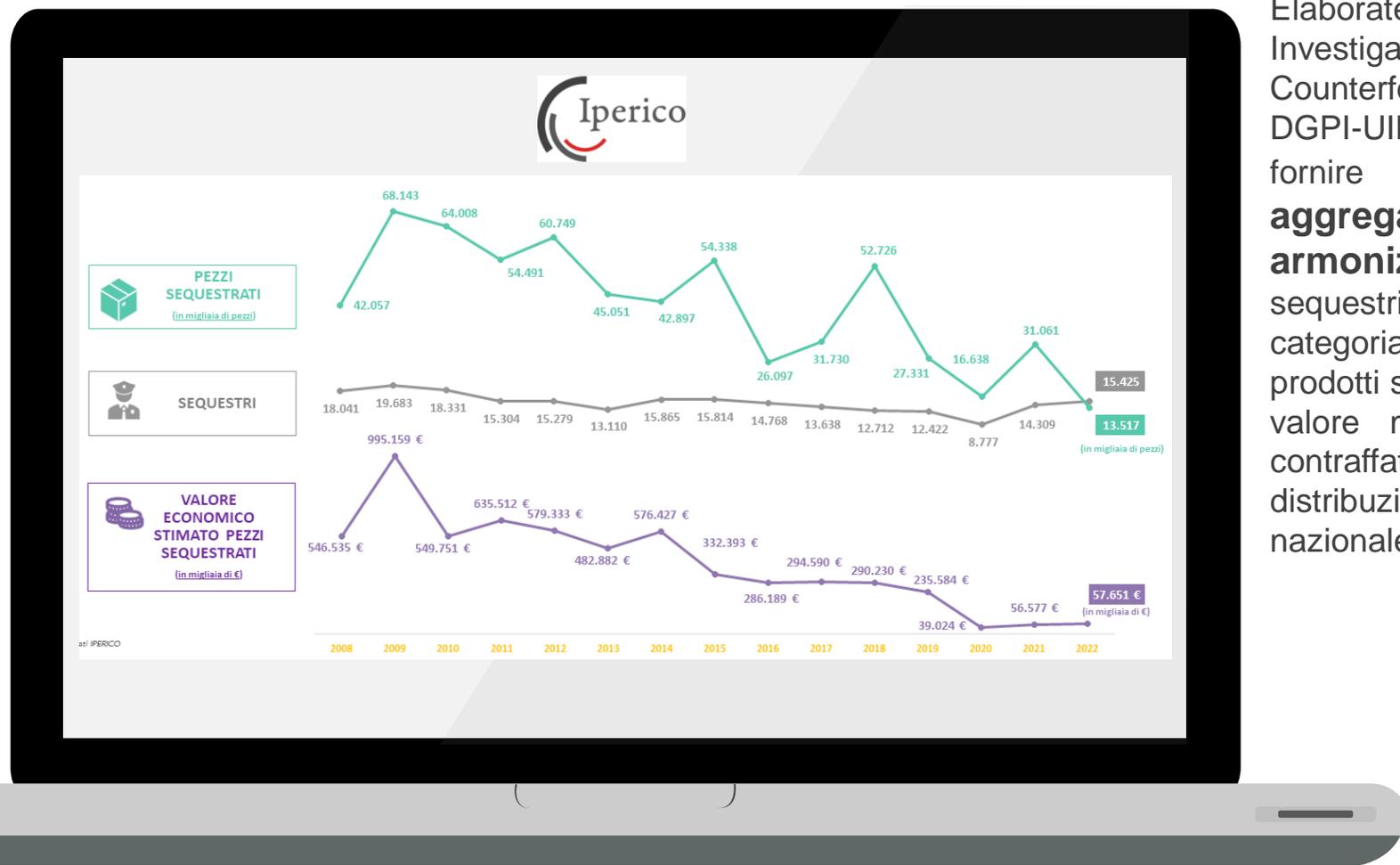


GIOVANI E MERCATO DEL FALSO





Tra il **2008** e il **2022** sono stati quasi **223 mila** i **sequestri** di **prodotti contraffatti** effettuati dalla Guardia di Finanza e dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli sul territorio nazionale. **631 milioni** i **pezzi contraffatti sequestrati** nel periodo per un **valore economico stimato** di oltre **5,96 miliardi di euro** sottratti così al circuito illegale. Sono questi alcuni dei dati integrati sulle attività di contrasto alla contraffazione in Italia che è possibile consultare e approfondire grazie al **database IPERICO** -



Intellectual Property
Elaborated Report of the
Investigation on
Counterfeiting - gestito dalla
DGPI-UIBM con l'obiettivo di
fornire una **fotografia
aggregata** e
armonizzata su numero di
sequestri effettuati, quantità e
categoria merceologica dei
prodotti sequestrati, stima del
valore medio degli articoli
contraffatti sequestrati e
distribuzione sul territorio
nazionale.





Il lavoro di analisi dei dati svolto dalla DGPI-UIBM relativamente all'annualità **2022** conferma il costante impegno delle autorità di enforcement nelle azioni di repressione della filiera del falso con:



15.425

operazioni di sequestri effettuate in Italia, in aumento dell'**8%** rispetto al 2021.



13,5

milioni di pezzi sequestrati, in diminuzione del **56%** rispetto all'anno precedente.



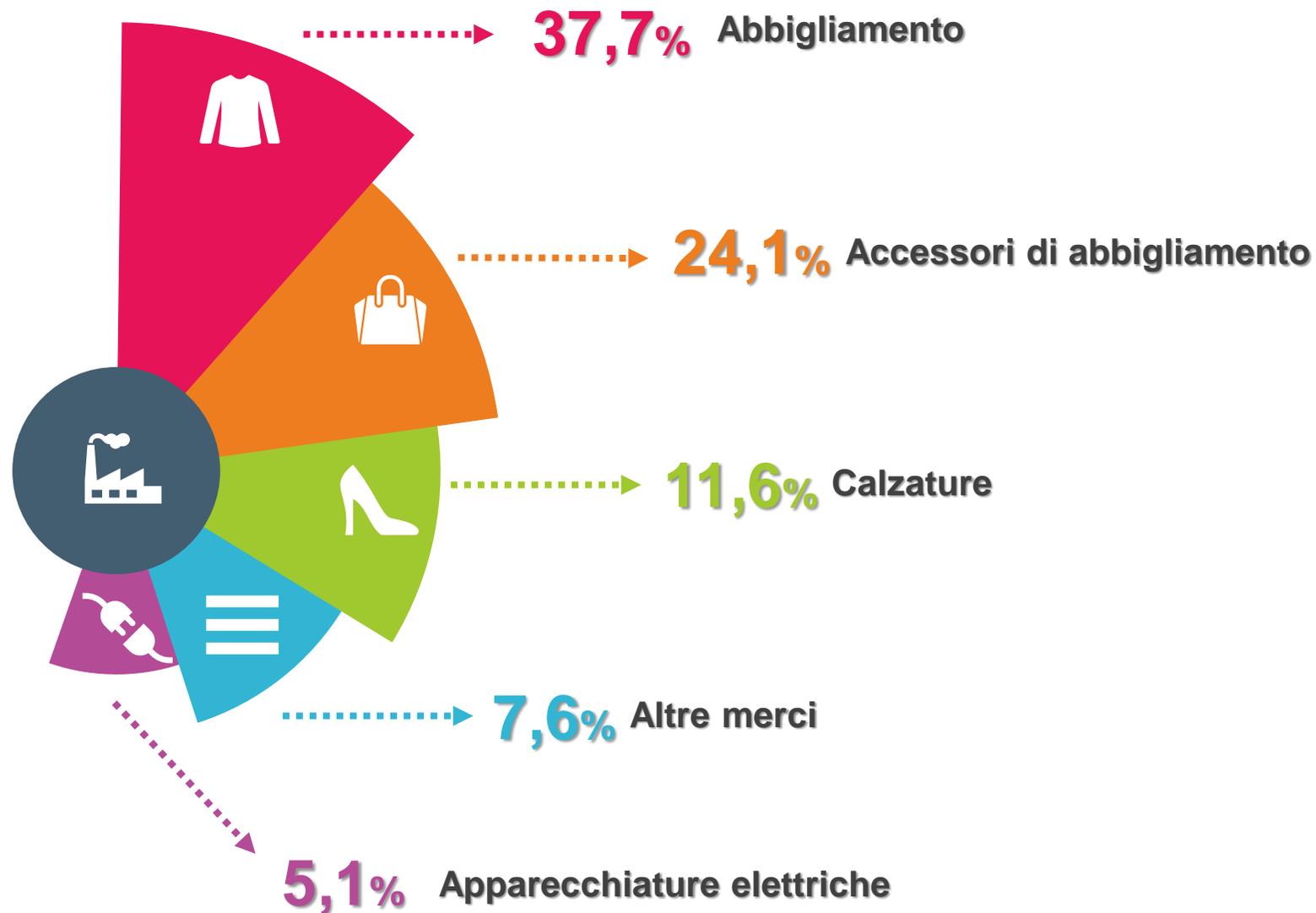
57,6

milioni di euro (+**2%** rispetto al 2021) di valore economico dei prodotti contraffatti sottratti all'economia illegale.





Le risultanze dell'analisi dei dati sulla distribuzione dei sequestri per settore merceologico confermano anche per il **2022**, come per le precedenti annualità, il primato dei sequestri in alcuni dei **settori di eccellenza del manifatturiero italiano**, tra cui **abbigliamento** con 5.816 sequestri, **accessori di abbigliamento** con 3.718 sequestri e **calzature** con 1.793 sequestri, che complessivamente rappresentano più del **70%** del totale dei sequestri effettuati sul territorio nazionale. Seguono i sequestri di altre merci, di apparecchiature elettriche, di orologi e gioielli, occhiali e così via in altri settori.





COSMETICI

Nuovi **trend di produzione e distribuzione** di prodotti falsi e **specificità** a livello **territoriale**, ricadute e **danni** per le imprese e per il commercio, nonché **rischi** per la salute dei consumatori sono le evidenze presentate nell'analisi dell'impatto della contraffazione per il settore beauty.



TESSILE-MODA

L'analisi mette in luce le **caratteristiche**, le **dimensioni** e le **dinamiche** del mercato del falso nei due settori, quelli dell'abbigliamento e degli accessori di abbigliamento, più colpiti dal fenomeno nei diversi comparti: dal lusso all'easy wear, dallo sport alla pelletteria.



DUE RUOTE

Indagine sulla **contraffazione online** nel settore due ruote (motocicli, biciclette e componentistica) per monitorare la **presenza di contenuti illeciti**, per contraffazione di marchio e design, su marketplace elettronici B2B, B2C e C2C e su primari motori di ricerca.



QUATTRO RUOTE

Approfondimento e monitoraggio dell'**andamento** e delle **dinamiche** dell'**offerta illegale** di prodotti e ricambi contraffatti nel settore automotive su market place e motori di ricerca.





La **sensibilizzazione** dei **giovani** sui danni del mercato del falso vede quale canale privilegiato di comunicazione quello delle **famiglie**. Ed è in questa direzione che si inserisce la collaborazione avviata nel 2023 tra la Direzione Generale per la Proprietà Industriale e il Movimento Italiano Genitori (MOIGE) per la realizzazione di iniziative di informazione contro la contraffazione.

Il comune intento di raggiungere il target dei giovani anche per il tramite delle famiglie ha visto arricchirsi l'edizione 2023 dell'indagine **«Venduti ai minori»**, realizzata periodicamente dal MOIGE, con una nuova sezione dedicata al tema della contraffazione con l'obiettivo di analizzare la **percezione** dei **giovani** sul **disvalore del mercato del falso** e il loro grado di conoscenza del valore dei diritti Proprietà Industriale.



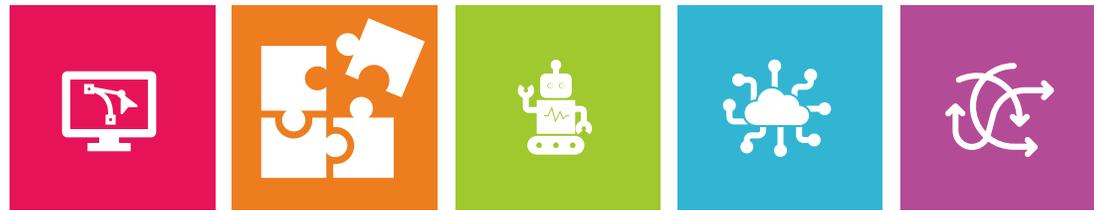
L'indagine, condotta su **1.359** ragazzi fra i 10 e 17 anni, ha evidenziato come **solo 3 giovani su 10** sappia cosa si intenda con esattezza con il termine "contraffazione". Oltre il **70%** degli intervistati è consapevole che il fenomeno del falso è globale e interessa tutti i settori produttivi.

E se da un lato i ragazzi (il **79%**) dichiarano di essere a conoscenza del rischio di potersi imbattersi in prodotti non autentici sul web, purtroppo **1 su 2** afferma di esserne stato **vittima** acquistando non intenzionalmente un prodotto falso online.

Gli **esiti** dell'indagine, un ausilio per **orientare** le **azioni educative** dei genitori verso la legalità e per **indirizzare** le iniziative di **comunicazione** promosse dalla DGPI-UIBM, sono stati presentati durante la terza edizione della "Giornata della lotta alla contraffazione per gli studenti" a ottobre 2023.



SENSIBILIZZAZIONE



INNALZARE IL LIVELLO DI CONSAPEVOLEZZA DEI CONSUMATORI



Sensibilizzare e **educare** sono i due importanti obiettivi che hanno orientato le attività della DGPI-UIBM anche nel biennio 2022-2023.

Sono molte le iniziative di **in-formazione** che la Direzione ha messo in campo per richiamare e tenere alta l'**attenzione** sul **valore** dei diritti di **Proprietà Industriale** e sul **disvalore** della **contraffazione** e favorire un costante dialogo e un costruttivo confronto su tali tematiche.

Ogni iniziativa è stata organizzata e realizzata avendo bene a mente il **target** cui è rivolta:

- per i **consumatori** è stata ideata e promossa una nuova campagna di comunicazione che lancia un preciso messaggio anticontraffazione
- per i **giovani** sono stati realizzati video multimediali informativi e sono stati promossi numerosi e diversi momenti di coinvolgimento organizzati con l'obiettivo di accrescere la loro consapevolezza sull'importanza di dire no al falso
- per tutti gli stakeholder - consumatori, **imprese, titolari** dei **diritti** di Proprietà industriale, **esperti** di settore e accademici, **istituzioni** e **forze dell'ordine** – in ciascun anno è stata riproposta, con contenuti sempre nuovi e attuali, la Settimana Anticontraffazione.

In questa sezione del «*Rapporto*» è possibile approfondire le attività relative a:

INFORMARE



FORMARE



Appuntamento annuale dal 2016, la **Settimana Anticontraffazione** è una delle iniziative di comunicazione realizzata dalla DGPI-UIBM per sensibilizzare **consumatori** ed **imprese** sui **rischi** e sui **danni** causati dalla diffusione di prodotti contraffatti.

Ogni anno, attraverso l'organizzazione di **eventi** e **iniziative di dibattito** e **confronto** tra rappresentanti di **istituzioni, forze dell'ordine, associazioni di imprese e consumatori, esperti accademici** e di **settore** sui temi di maggiore interesse in relazione alle evoluzioni e alle sfide poste dal fenomeno della contraffazione e sulle esperienze e best practice messe in campo dai diversi attori, si accendono i riflettori sul valore strategico della Proprietà Industriale e sulle gravi ricadute socio-economiche causate dalle violazioni dei diritti.

Lo slogan **“La lotta al falso passa anche da te”** ideato dalla DGPI-UIBM per contraddistinguere la Settimana, sottolinea l'importanza di agire in prima persona, attraverso l'esercizio di abitudini di acquisto responsabili, per prevenire e contrastare il fenomeno.





La **settima edizione** della Settimana Anticontraffazione, **dal 3 al 7 ottobre 2022**, ha visto la realizzazione di **eventi** e **webinar** per la condivisione tra istituzioni, esperti di settore, autorità di enforcement, imprese e consumatori di **esperienze**, **contributi** e **studi** su alcuni ambiti e settori maggiormente colpiti dal fenomeno del falso. Un appuntamento in-formativo è stato dedicato al target dei più giovani, che sono stati coinvolti in momenti di gioco e di riflessione sul tema della contraffazione. Ha aperto la «Settimana» il lancio della nuova campagna di comunicazione anticontraffazione “*Comprare prodotti falsi non è mai un buon affare*”.

Eventi

organizzati per approfondire specifici settori (tessile-moda e cosmetici) e tematiche (e-commerce e enforcement) e coinvolgere i giovani



Relatori

coinvolti nelle diverse giornate di confronto



Nuova campagna di comunicazione

promossa sulle reti Rai e sui canali UIBM con 1 spot generale e 4 spot tematici



Studi

pubblicati sull'impatto della contraffazione nei settori tessile-moda e cosmetici

Visualizzazioni

delle dirette registrate sul canale Youtube della DGPI-UIBM





L'**ottava edizione** della Settimana Anticontraffazione, dal **23 al 27 ottobre 2023**, ha offerto ampio spazio alla **condivisione** di azioni intraprese, esperienze e riflessioni sul mercato del falso e alla discussione dell'impatto delle più recenti novità introdotte in ambito repressivo, normativo e digitale sulla contraffazione, con uno sguardo ad opportunità, rischi e sviluppi futuri a tutela della Proprietà Industriale. Ha aperto la "Settimana" un appuntamento in-formativo rivolto ai **giovani**. I messaggi di legalità promossi nel corso della "Settimana" sono stati ulteriormente rafforzati dalla trasmissione, su canali televisivi e social media, della **campagna di comunicazione** "*Comprare prodotti falsi non è mai un buon affare*".

Eventi

organizzati per approfondire tematiche (enforcement e tecnologie), settori (automotive e metaverso) e novità normative (Digital Services Act) e coinvolgere i giovani



44

Relatori

coinvolti nelle diverse giornate di confronto

Riunione

di insediamento del CNALCIS con la partecipazione di oltre **50** rappresentanti di istituzioni, FF.OO. e associazioni di imprese e consumatori



1.600

Visualizzazioni

delle dirette registrate sul canale Youtube della DGPI-UIBM

Campagna di comunicazione

promossa sulle reti Rai e sui canali UIBM con 1 spot generale sulla contraffazione



1

Flyer

con pratici consigli per i consumatori su come proteggersi dal mercato del falso





“Comprare prodotti falsi non è mai un buon affare”

è lo slogan della campagna di comunicazione **lanciata** sulle reti Radio-TV RAI in occasione della Settimana Anticontraffazione **2022** e poi **riprogrammata** anche nel corso del **2023** su canali televisivi e social media per promuovere, soprattutto tra i **giovani**, una maggiore consapevolezza dei gravi **danni** che comporta l'acquisto di prodotti falsi, sia sulla **salute** del consumatore che sull'**economia** del Paese. Attraverso **uno spot generale** e **4 spot tematici** sulla contraffazione di prodotti cosmetici e articoli di abbigliamento sportivo senza dimenticare i rischi della contraffazione online e la difesa dei prodotti agroalimentari dall'Italian Sounding, la campagna punta a rafforzare l'attenzione e la conoscenza di cittadini e imprese su un fenomeno globale.

SPOT GENERALE



CONTRAFFAZIONE ONLINE



COSMETICI



ABBIGLIAMENTO



ITALIAN SOUNDING



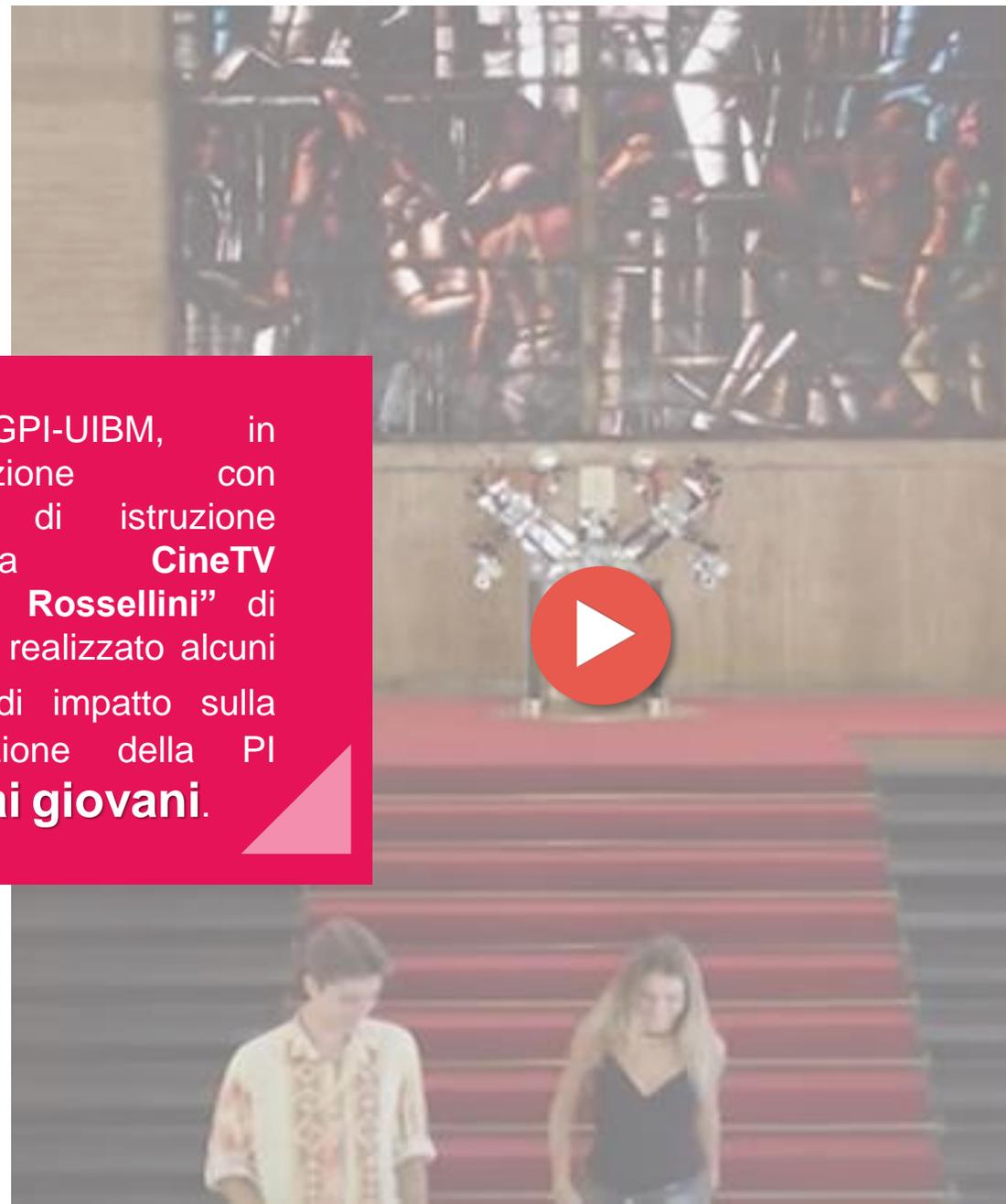


Ragazzi italiani e non, in un video dinamico ed accattivante, raccontano attraverso un insieme di parole il significato dell'espressione "**Made in Italy**" per le giovani generazioni, sottolineando la **bellezza**, l'**identità** e il **valore** che esso rappresenta a livello internazionale e le caratteristiche di tradizione e innovazione insite nei prodotti nazionali così contraddistinti.



La DGPI-UIBM, in collaborazione con l'Istituto di istruzione secondaria **CineTV "Roberto Rossellini"** di Roma ha realizzato alcuni **video** di impatto sulla valorizzazione della PI **rivolti ai giovani**.

Il video «**Italia Geniale**» promuove la **storia italiana** del **disegno industriale** e della **creatività** ripercorrendo l'evoluzione e le caratteristiche di oggetti iconici del design e dei brevetti, tra i più innovativi dell'ingegno italiano **dagli anni '60 del Novecento ad oggi**, esposti in occasione della mostra "Italia Geniale" tenutasi nel 2022 presso il «Palazzo Piacentini» per la celebrazione dei 90 anni della storica sede del Ministero delle Imprese e del Made in Italy.





Il **concorso** “LC Educational”, giunto alla **terza edizione**, nell’anno scolastico 2022/2023 ha coinvolto gli studenti degli istituti scolastici secondari di secondo grado di **tutto il territorio nazionale** nella **realizzazione** di **produzioni audiovisive** volte a lanciare ai propri coetanei messaggi sui gravi rischi e sulle conseguenze derivanti dall’acquisto di prodotti contraffatti.



19 le migliori produzioni audiovisive a livello regionale e nazionale **premiare il 31 maggio 2023** con l’assegnazione di un premio in danaro, sulla base dei **56** progetti multimediali presentati.



5 degli **studenti** che hanno realizzato il video “**A boy’s dream**”, **premiato** come **migliore** a livello **nazionale**, sono stati selezionati per la partecipazione ad uno **stage** presso l’Istituto Cine-TV Roberto Rossellini di Roma della durata di 5 giorni.





Promossa in collaborazione con la **Guardia di Finanza** e con il **Ministero dell'Istruzione e del Merito**, l'iniziativa rappresenta un'occasione di **confronto** tra i **giovani** e il mondo delle **istituzioni**, delle associazioni di consumatori e di imprese sul tema della lotta alla contraffazione e sul valore della Proprietà Industriale e del Made in Italy.

La "Giornata" prevede il coinvolgimento di **studenti** degli **istituti scolastici secondari di secondo grado** dell'area territoriale prescelta in un **evento** di sensibilizzazione e, al contempo, la trasmissione della **diretta streaming** dell'iniziativa per gli studenti degli altri istituti scolastici secondari di secondo grado di tutto il territorio nazionale e delle **scuole italiane all'estero** con l'obiettivo di raggiungere il maggior numero di giovani.



Con l'alternarsi di momenti di riflessione e gioco, come quiz, video, pièce teatrali, percorsi espositivi di prodotti contraffatti, si punta a rendere i giovani protagonisti attivi nella lotta del falso. Obiettivo della «Giornata» è innalzare il livello di **conoscenza** dei giovani sul valore delle **innovazioni** e della **creatività** e sui rischi della **contraffazione**, rendendoli **protagonisti attivi** nel consolidamento di abitudini di acquisto più consapevoli.





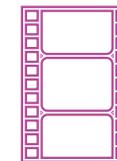
BERGAMO

Evento in presenza presso l'Accademia della **Guardia di Finanza**, partner dell'iniziativa.



FORMAT

Interviste, quiz e **dibattiti** tra il mondo delle istituzioni, le associazioni di consumatori e di imprese e i più giovani.



ITALIA GENIALE

Proiezione del video **"Italia Geniale"** realizzato con l'Istituto Cine-TV "Rossellini" sul valore della creatività e dell'originalità dei prodotti italiani.



Studenti provenienti dagli istituti scolastici secondari di secondo grado della provincia di Bergamo.

150

Lancio degli **spot** della **campagna di comunicazione** "Comprare



prodotti falsi non è mai un buon affare".

#PRODOTTIFALSIDANNIVERI





OSTIA



Evento in presenza presso la Scuola di Polizia Economico-Finanziaria della **Guardia di Finanza**.

Studenti provenienti da diversi istituti scolastici secondari di secondo grado del comune di Roma.

350



FORMAT

Un **percorso espositivo** di prodotti contraffatti ha preceduto l'evento con un ricco programma, dinamico e interattivo, e momenti di **confronto** tra **istituzioni**, associazioni di **consumatori** e di **imprese** e **piattaforme online**.



Gli studenti sono stati coinvolti nello **spettacolo teatrale** *“Tutto quello che sto per dirvi è falso”* dell'attrice sociale Tiziana Di Masi.



PERFORMANCE TEATRALE

QUIZ E VIDEO

Un **quiz interattivo** sulla contraffazione e la proiezione del **video «Made in Italy»** realizzato con l'Istituto Cine-TV “Rossellini” hanno concluso la «Giornata».





In collaborazione con le **Associazioni dei Consumatori** iscritte al Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU), dal 2014 la Direzione ha realizzato una serie di attività inserite nel Progetto «Io Sono Originale» allo scopo di **interagire** in **maniera** più **diretta** con i **consumatori**, soprattutto **giovani**, per fornire una corretta **informazione** sui **rischi** e **danni** della **contraffazione**, sugli **strumenti** per **tutelarsi** dai prodotti non originali, col fine ultimo di **diffondere** una **cultura** della **legalità** contro il mercato del falso.

DIARIO DELLA CREATIVITÀ



È un'iniziativa che, ispirata all'omonimo documento prodotto da EUIPO, coinvolge le scuole secondarie di primo e secondo grado di tutto il territorio nazionale con l'obiettivo di **sensibilizzare** gli **studenti** sui temi della **protezione** della **PI** e della **lotta** al **falso**. Il completamento del Diario promuove lo **sviluppo** di un'**abitudine creativa** e incoraggia a svolgere **attività innovative**, insegnando l'importanza di **proteggerne** i **risultati**.

La **prima edizione**, svolta nel **2022**, ha visto la realizzazione di **61 diari**, da parte degli istituti scolastici delle regioni **Calabria, Campania, Lazio, Puglia** e **Umbria**. Il 30 novembre 2022, in un evento trasmesso in diretta streaming, sono stati premiati i migliori Diari.

Sono stati **104** i **Diari** realizzati nel **2023**, durante la **seconda edizione** del progetto, con il coinvolgimento delle scuole secondarie di primo e secondo grado delle regioni **Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Lombardia, Piemonte, Puglia, Toscana** e **Umbria**. L'evento di premiatura finale si è svolto il 29 maggio 2023.

GIORNATA DELL'INNOVAZIONE



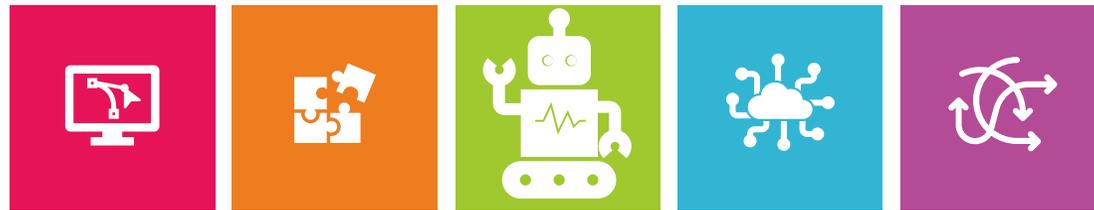
Si tratta di una iniziativa che prevede il coinvolgimento di studenti delle **Università italiane** in un percorso di valorizzazione e tutela della Proprietà Industriale.

Nel **2022**, la «Giornata» dal titolo «**Le Università e la Proprietà Industriale. Un apporto creativo alla tutela e alla lotta alla contraffazione**» si è svolta il **19 dicembre** ed è stata l'occasione per condividere le **esperienze** di **workshop** e **laboratori** realizzati con gli studenti universitari al fine di raccogliere contributi innovativi per la tutela della PI.

«**Tecnologia ed innovazione a supporto della lotta alla contraffazione**» è stata la tematica della «Giornata» realizzata il **12 dicembre 2023** con l'obiettivo di approfondire il **ruolo** che le **tecnologie** e l'**innovazione** ricoprono nella tutela della Proprietà Industriale, muovendo dal presupposto che il capitale creativo è prezioso tanto nelle **innovazioni tecnologiche** e di **software**, quanto nella **ricerca** pura, così come nelle manifestazioni dell'**arte** e nelle varie forme di **comunicazione**.



SUPPORTO E TUTELA



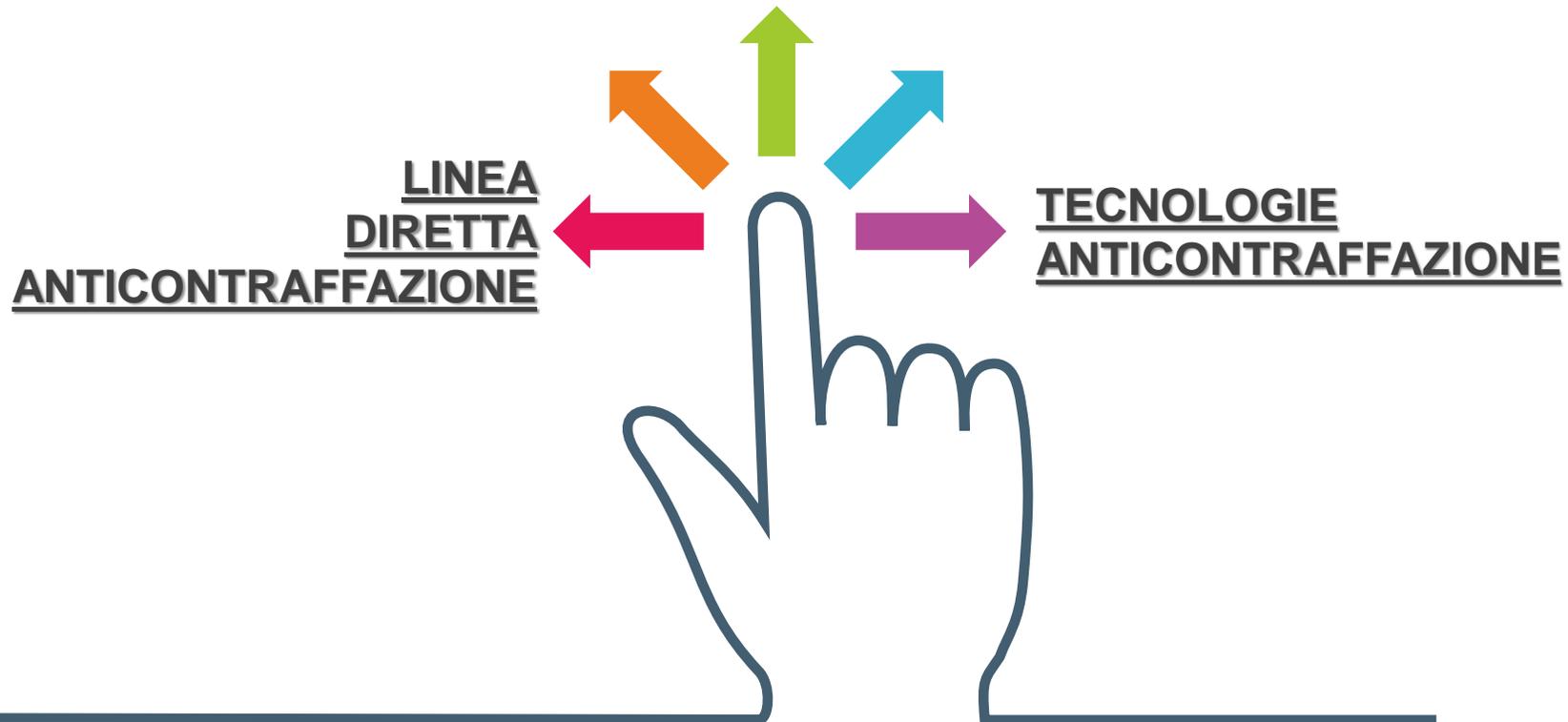
P R O M U O V E R R E S E R V I Z I P E R I M P R E S E E C O N S U M A T O R I



Prevenire la contraffazione attraverso un corretto utilizzo e impiego di marchi, disegni e brevetti; **difendere i titoli di PI** anche attraverso le tecnologie anticontraffazione; **segnalare** rapidamente casi di **presunte violazioni** dei diritti di PI: sono questi gli obiettivi preminenti delle attività svolte dalla DGPI-UIBM per contribuire allo sviluppo del sistema economico attraverso la tutela e la valorizzazione degli asset di Proprietà Industriale e la promozione dell'utilizzo di soluzioni tecnologiche anticontraffazione nei processi produttivi.

Accanto allo storico servizio della **Linea Diretta Anticontraffazione** (LAC), che supporta imprese, titolari dei diritti di PI e utenti/consumatori nel processo di segnalazione dei presunti casi di violazione dei diritti di PI, nel 2023 la Direzione ha riattivato la **collaborazione con l'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato** (IPZS) in linea con la crescente importanza del ruolo delle tecnologie nei processi di tracciabilità delle filiere produttive e, quindi, nel contrasto al mercato del falso.

In questa sezione del «Rapporto» è possibile approfondire le attività relative a:





La Linea Diretta Anticontraffazione (**LAC**) è un servizio gratuito gestito dalla Direzione Generale con il supporto di personale specializzato della Guardia di Finanza (GdF), distaccato presso la sede del MIMIT.

In risposta alle segnalazioni degli utenti la LAC offre a consumatori e imprese titolari di diritti di Proprietà Industriale, **informazioni** sugli **strumenti** di **tutela** della **PI** previsti dalla normativa vigente e assistenza per i presunti casi di violazione di diritti di PI al fine di consentire l'**attivazione di procedure di contrasto** a livello **nazionale e internazionale**.

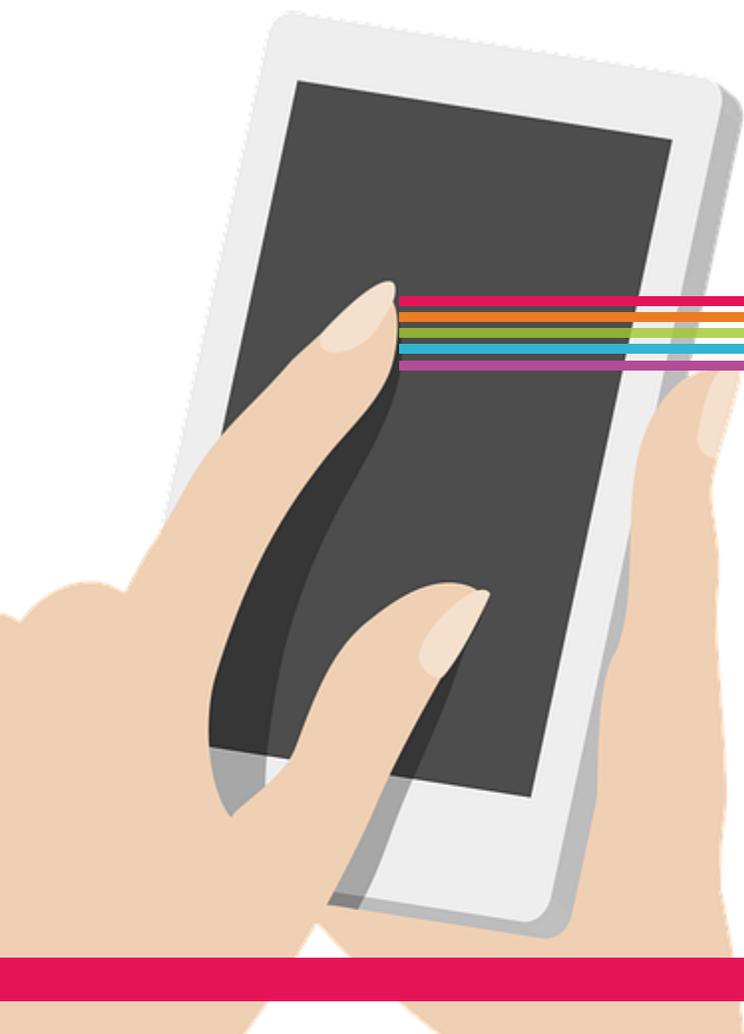


anticontraffazione@mise.gov.it
anticontraffazione@pec.mise.gov.it

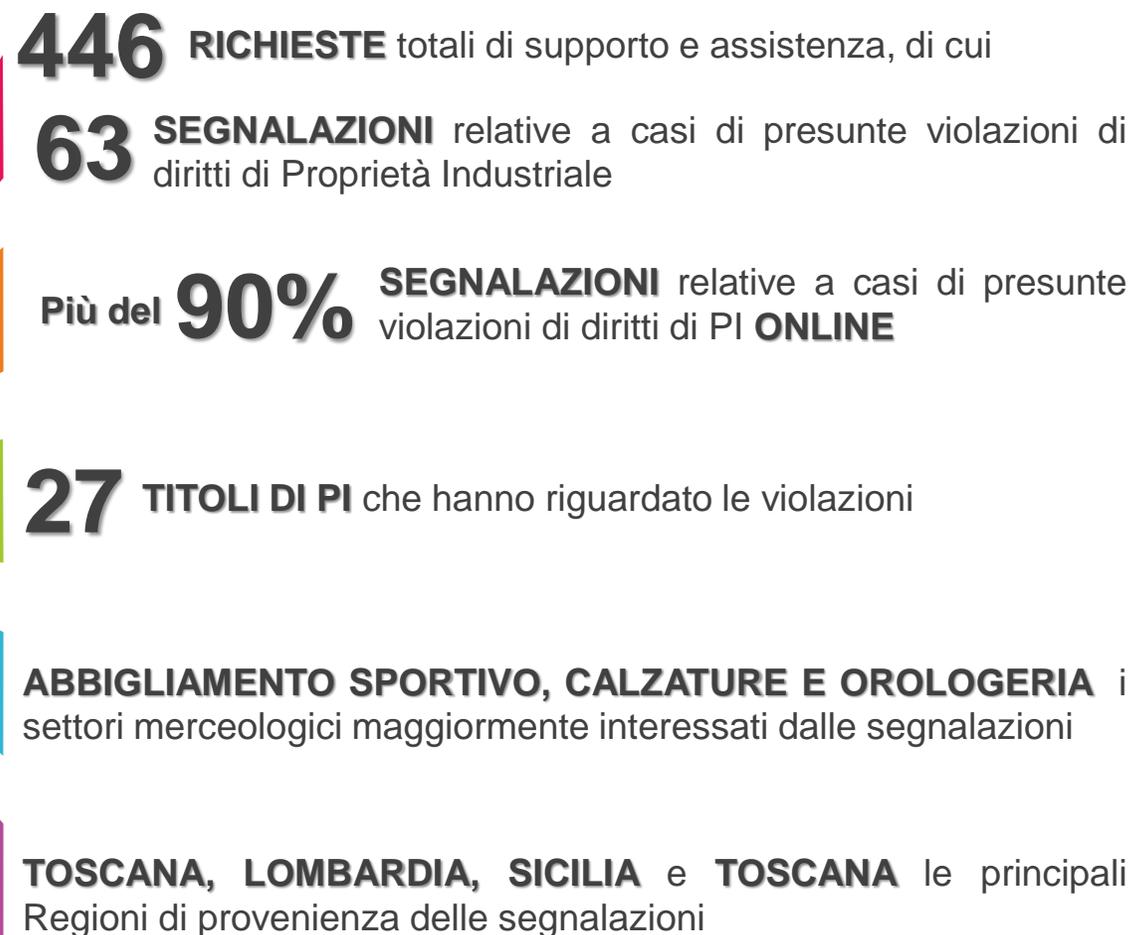


06 4705 3800, Lunedì - venerdì 9-17





2022





2023

211 **RICHIESTE** totali di supporto e assistenza, di cui

51 **SEGNALAZIONI** relative a casi di presunte violazioni di diritti di Proprietà Industriale

Più del **90%** **SEGNALAZIONI** relative a casi di presunte violazioni di diritti di PI **ONLINE**

29 **TITOLI DI PI** che hanno riguardato le violazioni

ABBIGLIAMENTO SPORTIVO, CALZATURE, OROLOGERIA e PROFUMERIA i settori merceologici maggiormente interessati dalle segnalazioni

LOMBARDIA, FRIULI VENEZIA GIULIA, SICILIA e LAZIO le principali Regioni di provenienza delle segnalazioni





Nel 2022 è proseguita l'attività di monitoraggio del web, mediante il sistema **RiSiCO** per la **ricerca online di siti contraffattori**. In particolare, in collaborazione con Confindustria ANCMA, INDICAM, FUB e DCP (Digital Content Protection), sono state realizzate attività di monitoraggio online e analisi dei dati sulla contraffazione nel settore due-ruote (motocicli, biciclette e componentistica), le cui risultanze sono confluite in uno studio.



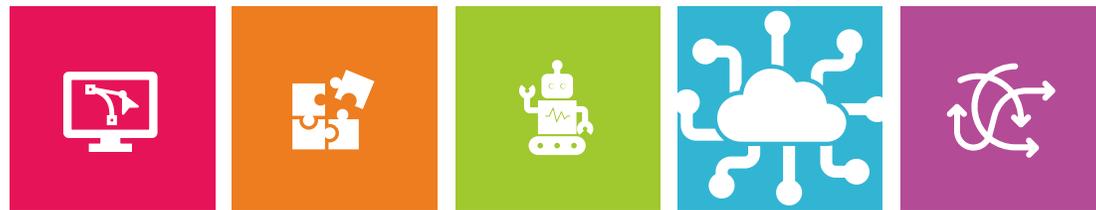
Nella convinzione che la valorizzazione e la protezione dei diritti di Proprietà Industriale dalla contraffazione passano anche attraverso la conoscenza di strumenti e tecnologie innovative per la tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti e il contrasto delle violazioni, la Direzione, a **ottobre 2023**, ha rinnovato il **Protocollo di Intesa con l'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato (IPZS)**, la cui collaborazione ha origine nel 2016.



Il Protocollo prevede, tra le altre attività, la riattivazione e la promozione dello **“Sportello Tecnologie Anticontraffazione”**, un servizio gratuito di assistenza rivolto alle imprese del sistema produttivo nazionale al fine orientare su **metodologie, strumenti, applicazioni e tecnologie innovative** di contrasto alla contraffazione.



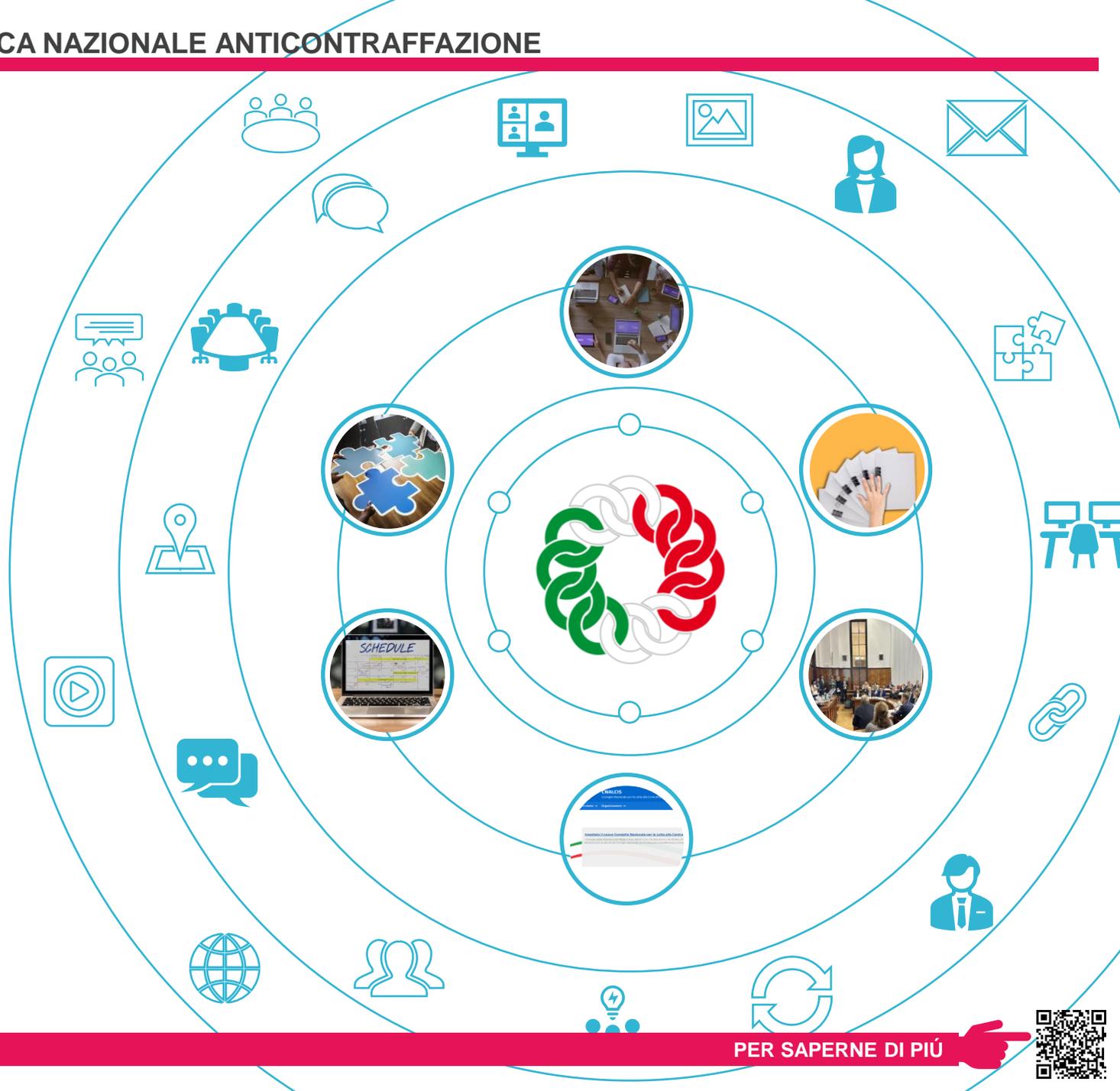
C N A L C I S



INDIRIZZARE LA POLITICA NAZIONALE ANTICONTRAFFAZIONE

La DGPI-UIBM ricopre il ruolo di **Segretariato** del Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all'Italian Sounding (**CNALCIS**), **organismo interministeriale** con funzioni di "indirizzo, 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", ai sensi dell' Art. 145 del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30 Codice di Proprietà Industriale (CPI), modificato dalla 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".

Rinnovato ogni due anni, il CNALCIS è presieduto dal **Ministro delle Imprese e del Made in Italy** o da un suo delegato, supportato dalla Direzione per le attività di **coordinamento** degli **oltre 50 componenti il Consiglio** (tra membri delle **13 Amministrazioni** e rappresentanti delle **2 Commissioni Consultive Permanenti delle Forze dell'Ordine e delle Forze Produttive**) e per la **definizione della politica nazionale anticontraffazione** e l'attuazione delle **attività strategiche**.





Per il periodo **2021-2023**, il CNALCIS si è insediato nella riunione plenaria del 27 ottobre 2021 con la Presidenza conferita all'allora Ministro dello Sviluppo Economico. Nel corso della riunione, il Consiglio ha approvato l'“**Agenda interventi e settori prioritari**”, che rappresenta la linea di indirizzo strategico della politica nazionale anticontraffazione messa in campo congiuntamente da membri e componenti delle Commissioni Consultive Permanenti.

Nell'“**Agenda**”, 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, **4 settori** su cui intervenire prioritariamente: la **tutela della salute**; il **commercio online**; il **tessile-moda** e l'**agroalimentare**, nei **3 ambiti legislativo, repressivo e preventivo**.



In attuazione degli obiettivi dell'“Agenda”, su impulso della Direzione in qualità di Segretariato, nel corso del 2022 sono stati costituiti **3 Gruppi di Lavoro (GdL) operativi** cui hanno partecipato, in relazione alle finalità da raggiungere e in funzione delle specifiche competenze dei soggetti componenti il Consiglio, alcuni rappresentanti delle Amministrazioni membri, delle Forze dell'Ordine e delle Agenzie specializzate e delle Forze Produttive delle due Commissioni Consultive Permanenti, **operando sinergicamente** rispetto a tre **ambiti: Legislativo, Repressione e Prevenzione**.





Nel corso di **9 riunioni** tenutesi nel **2022**, tra gennaio e settembre, i Gruppi di Lavoro operativi, coordinati dalla Direzione Generale in veste di Segretariato, hanno lavorato proficuamente per condividere interventi, mettere a fattor comune esperienze di contrasto e prevenzione, e assumere impegni per dare concretezza agli obiettivi dell’“Agenda”.



Tra i principali risultati raggiunti dal **GdL “Legislativo”**, le **modifiche normative** inserite nella **Legge Made in Italy**, n. 206/2023, riguardanti le procedure di distruzione delle merci contraffatte oggetto di sequestro e la previsione di specifiche disposizioni volte a semplificare l’attività di verbalizzazione delle operazioni di sequestro.



Il **GdL “Repressione”** ha lavorato prioritariamente alla tematica dell’**interoperabilità dei sistemi operativi** utilizzati dalle varie forze preposte al **contrasto** al mercato del falso per il miglioramento dei rispettivi **piani operativi** e strategici, l’intercettazione di **trend anticipatori** del fenomeno della contraffazione, l’efficientamento delle **procedure** e la conseguente razionalizzazione delle **risorse professionali** e **finanziarie**, giungendo alla sottoscrizione di un **documento condiviso** tra istituzioni e forze dell’ordine.

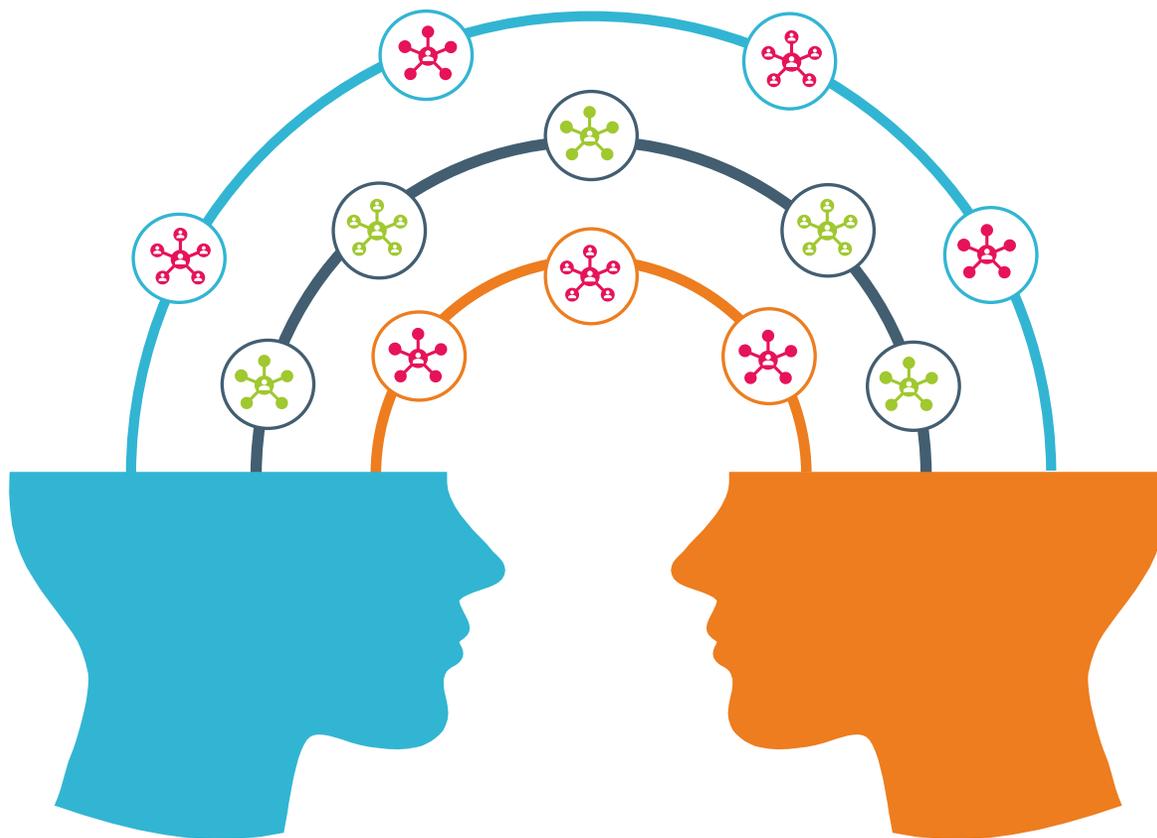


Tra i principali risultati del **GdL “Prevenzione”**, la partecipazione di vari componenti del Consiglio alla **Settimana Anticontraffazione**, alla seconda edizione della **Giornata della lotta alla contraffazione per gli studenti**, i contributi forniti per la definizione della **nuova campagna di comunicazione nazionale** “*Comprare prodotti falsi non è mai un buon affare*”, nonché il **documento condiviso** degli **intermediari del web** su azioni e tools che vengono adottati nelle prassi quotidiane di contrasto e prevenzione della contraffazione online.



CNALCIS 2023-2025

Nel corso del 2023, la Direzione Generale in qualità di Segretariato ha gestito la procedura amministrativa per il **rinnovo** del Consiglio, la cui **composizione**, per il periodo 2023-2025, è stata stabilita dal Decreto Ministeriale del 12 giugno 2023 con la **Presidenza** conferita al **Ministro** delle Imprese e del Made in Italy. Il rinnovato Consiglio si è **insediato** nella **riunione plenaria** del **26 ottobre 2023**.

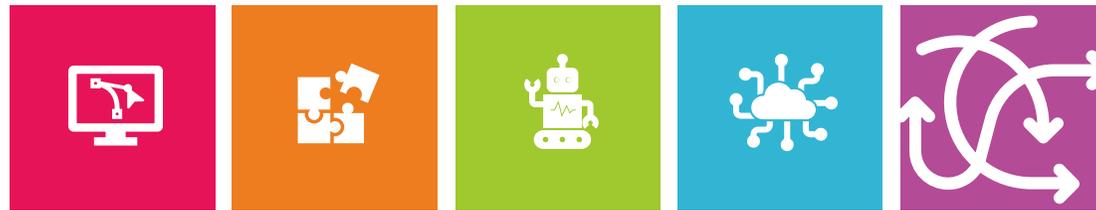


INSEDIAMENTO

Nel corso della riunione plenaria di insediamento, il Consiglio ha approvato la proposta di lavorare nel biennio 2023-2025 attraverso l'organizzazione di **Gruppi di Lavoro tematici** finalizzati a valorizzare i contributi di ciascun componente per pervenire alla definizione di un **“Piano di lavoro anticontraffazione”** con l'obiettivo di individuare le **tematiche prioritarie di intervento** e le **azioni strategiche** concrete da mettere in campo per la tutela della Proprietà Industriale e del Made in Italy e per la lotta alla contraffazione e all'Italian Sounding.



ENFORCEMENT



RAFFORZARE LE SINERGIE TRA GLI ATTORI IMPEGNATI NELLA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE



Nella consapevolezza che la risposta dei policy maker e degli attori di enforcement locali non è uniforme nel contrasto alla contraffazione, la Direzione Generale è promotrice di un cambiamento nell'approccio, puntando a dare **centralità al territorio** per un'azione **integrata centro-periferia** e diffusa **capillarmente** nelle **regioni** e nelle **province italiane**, favorendo ogni possibile forma di **sinergia** tra i diversi **stakeholder pubblici e privati** sul territorio.

Anche dal punto di vista **internazionale**, la DGPI-UIBM è da sempre impegnata nella partecipazione a tavoli di lavoro e gruppi tematici di esperti dell'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO) e dell'OCSE finalizzati a promuovere e diffondere la conoscenza della Proprietà Industriale e a contrastare la contraffazione offline e online.

In questa sezione del «Rapporto» è possibile conoscere meglio le principali attività di:



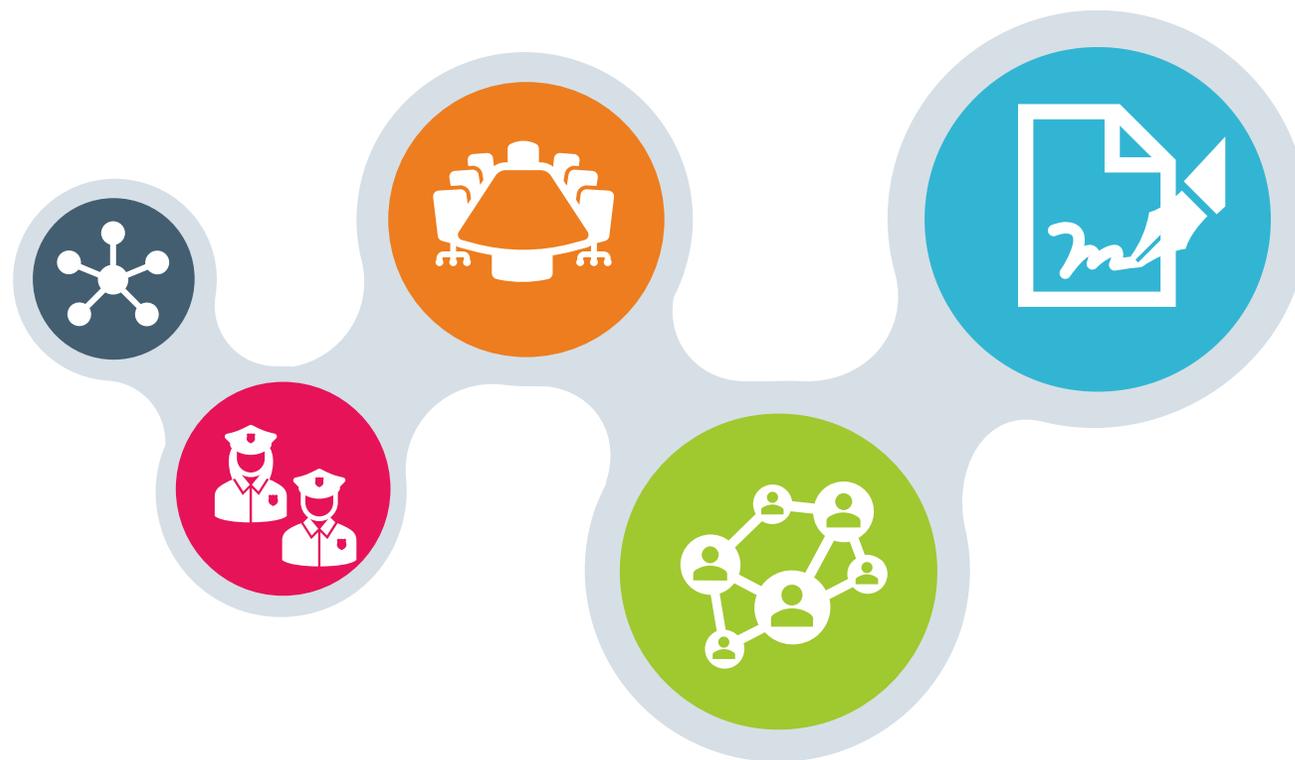
COLLABORAZIONE NAZIONALE

COOPERAZIONE INTERNAZIONALE





Nel 2022 sono proseguite e si sono concluse le attività di collaborazione con l'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (**ANCI**) nell'ambito del Secondo **Programma di Azioni territoriali Anticontraffazione**, volto a rafforzare la rete nazionale dei Comuni per la lotta alla contraffazione attraverso misure di **enforcement** adeguate e coordinate in tutto il Paese. Nello specifico, nei Comuni capoluogo metropolitani, raggruppati in macro-aree di riferimento, sono stati realizzati interventi e azioni anticontraffazione, in termini di prevenzione e di contrasto del fenomeno, secondo progettualità condivise: **6 i Comuni capofila** e **15 le città** complessivamente coinvolte nelle attività con una **popolazione interessata** che ammonta a quasi **9 milioni** di persone. Le città italiane coinvolte nel progetto hanno maturato e sviluppato pienamente la metodologia proposta e, novità significativa, costituito i **GOAC - Gruppi operativi anticontraffazione** quali nuclei di competenza sul tema in ciascun **Comando di Polizia Locale**. L'importante valore aggiunto del Secondo Programma è stato proprio quello di rispondere all'esigenza delle Polizie Locali di fare rete, attraverso la creazione o il consolidamento (e la specifica formazione di 260 unità di personale) di Gruppi Operativi Anticontraffazione e la collaborazione tra Comuni (comandi di Polizia locale) per lo scambio e la condivisione di esperienze di attività di contrasto.



La Direzione Generale ha proseguito, inoltre, a promuovere e partecipare alle attività dei **Comitati Provinciali per la lotta alla contraffazione** di **Milano, Firenze, Torino e Cosenza**.







UIBM

RAPPORTO SULLE

POLITICHE

ANTICONTRAFFAZIONE

2022-2023

APRILE 2024