



Allegato 1) alla deliberazione della Giunta camerale n.42 del 27 maggio 2014

CAMPAGNA DI LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE E ALL'ABUSIVISMO COMMERCIALE ANNO 2014

Progetto inserito nelle "Buone Prassi" del sistema delle Camere di Commercio italiane e realizzato nell'ambito del Progetto Unioncamere Emilia Romagna a valere sul Fondo perequativo 2013



L'EVOLUZIONE DEL FENOMENO

La quantità dei prodotti contraffatti è aumentata a dismisura negli ultimi anni (fonte: Ministero dello Sviluppo economico), come pure il correlato valore economico dei beni illecitamente prodotti e commercializzati, purtroppo influenzato anche dall'affinamento della qualità delle merci contraffatte.

Oggi, al contrario, ci si confronta sempre più spesso con soggetti preparati ad eludere i presidi legislativi e tecnologici che vengono predisposti ad hoc per contrastare la contraffazione e la vendita abusiva.

La globalizzazione dei mercati ha fornito ai contraffattori sempre maggiori opportunità di facile occultamento delle proprie attività in un ambito territoriale praticamente senza confini perché sovranazionale.



L'ENTITA' DEL FENOMENO

Fonti: Ministero Sviluppo Economico

Borse, cinture, abiti, calzature, occhiali. Ma anche farmaci, giocattoli e alimenti. E' lunga la lista dei prodotti imitati, falsificati e contraffatti rilevata dall'ultimo rapporto del Ministero dello Sviluppo economico. L'indagine stima un fatturato di 6,9 miliardi di euro nel 2012 e tra il 2000 e il 2012 il fatturato della contraffazione è aumentato del 25%.

Al primo posto, tra la merce contraffatta, troviamo l'abbigliamento e accessori (borse, cinture, portafogli), che da soli rappresentano circa il 36% (2,4 miliardi di euro) del totale del fatturato. Seguono i CD, DVD, cassette audio e video con un 25,8% e un valore del giro di affari pari a 1,7 miliardi di euro. Al terzo posto ci sono i prodotti alimentari con valore di oltre un miliardo di euro pari al 15,7 % del totale.



L'ENTITA' DEL FENOMENO

Fonti: Ministero Sviluppo Economico

Nel triennio 2010-2012, l'Agenzia delle Dogane e la Guardia di Finanza hanno effettuato oltre 56mila sequestri per un totale di 174 milioni di pezzi falsi. E se ai dati della Guardia di Finanza e delle Dogane aggiungiamo i 5,5 milioni di pezzi contraffatti sequestrati dalle diverse Forze di Polizia, si sfiorano i 180 milioni.

Uno studio realizzato nel giugno 2011 stima l'ammontare delle perdite fiscali sopportate dall'Unione Europea, in media 7.581 milioni di euro nel settore dell'abbigliamento e delle calzature, 3.017 milioni di euro nel settore dei profumi e dei cosmetici, 3.731 milioni di euro nel settore dei giocattoli e degli articoli sportivi, 1.554 milioni di euro nel settore dei prodotti farmaceutici; 1.990 nell'alimentare.



LE PRINCIPALI MOTIVAZIONI CHE INDUCONO I CONSUMATORI AD ACQUISTARE PRODOTTI CONTRAFFATTI

La gratificazione derivante dall'impressione di aver fatto un affare;
le difficoltà di acquistare beni con marchi autentici in ragione del loro elevato costo;

il gioco dell'acquisto e della successiva ostentazione del prodotto falsificato;

la convinzione che, aiutando, i venditori di strada, si possa dare un contributo alla soluzione di un problema che è di ben altra portata;

la componente ludica: non a caso, infatti, se ne registra una maggiore propensione durante il periodo vacanziero;

la protesta sociale: l'acquisto al di fuori dei canali convenzionali e della legalità è vissuto come forma di protesta da parte di alcuni segmenti di clientela che avvertono una relazione conflittuale con le Istituzioni.



LA CONTRAFFAZIONE E L'ABUSIVISMO COMMERCIALE DETERMINANO

un danno economico per le imprese titolari di marchi;
un indebolimento della posizione di mercato dei produttori;
danno per i commercianti;
un danno ai consumatori;
un generale abbassamento degli standard di qualità;
un rischio per la salute e la sicurezza pubblica;
lo sfruttamento di manodopera clandestina,
fenomeni di riciclaggio;
un danno per l'Erario in ragione della diminuzione delle entrate,
dell'evasione fiscale e di quella contributiva.



LA STRATEGIA DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Una strategia di lotta che:

- rafforzi il coinvolgimento di tutti i soggetti interessati: Prefettura, amministrazioni locali, forze dell'ordine, Istituti scolastici, associazioni territoriali di categoria e associazioni di tutela dei consumatori;
- metta a punto campagne di sensibilizzazione "personalizzate", in funzione del periodo e delle aree territoriali interessate.



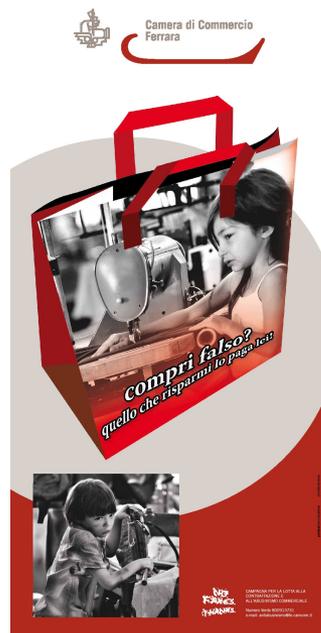
E PER LA PRIMA VOLTA UN PIANO REALIZZATO DAL SISTEMA CAMERALE EMILIANO ROMAGNOLO

La campagna di comunicazione e sensibilizzazione 2014 verrà realizzata nell'ambito di un progetto di Unioncamere Emilia Romagna candidato nel Fondo perequativo Unioncamere 2013 "Sportelli legalità nelle Camere di Commercio" al quale partecipano le Camere di commercio di Rimini, Reggio Emilia, Modena e Parma

Il progetto, nel declinare anche le azioni che la Camera di commercio di Ferrara realizza da anni, individua nella sicurezza e nella legalità i fattori strategici per affermare solide politiche di sviluppo economico, sociale e umano, a protezione della libertà di impresa.



Cartoline, locandine e altro...





LE AZIONI

1. Campagne di sensibilizzazione – anche attraverso appositi testimonial - personalizzate in funzione del periodo e delle aree territoriali interessate.
2. Promozione di una strategia comune e di interventi mirati ai fini dell'attività di prevenzione nelle aree del territorio provinciale maggiormente colpite da contraffazione e abusivismo.
3. Rafforzamento del call center dedicato e della mail anticontraffazione/antiabusivismo al servizio di imprese e consumatori, che possono rivolgersi direttamente alla Camera di Commercio per assistenza ed eventuali segnalazioni.
4. Focus permanente - nell'ambito dell'Osservatorio dell'economia – sull'andamento della contraffazione e dell'abusivismo commerciale in provincia di Ferrara, anche in collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico.
5. Iniziative nelle scuole, d'intesa con la Prefettura di Ferrara, la Guardia di Finanza, le Associazioni imprenditoriali e la direzione scolastica provinciale.
6. Contributi alle imprese per l'adozione di tecnologie, o combinazioni di tecnologie, studiate per impedire la contraffazione dei prodotti - con particolare riguardo alle modalità tecnico/economiche di scelta delle soluzioni tecnologiche da adottare - a tutela delle produzioni caratteristiche del Made in Ferrara e dei prodotti innovativi, considerati nella loro accezione più vasta.
7. Contributi alle associazioni di categoria a sostegno di progetti per la lotta alla contraffazione e all'abusivismo commerciale.
8. Le 10 buone regole per dire "IO NON VOGLIO IL FALSO".

Principali luoghi di diffusione

Uffici di informazione turistica,
Comuni, esercizi commerciali, alberghi,
ristoranti, scuole, Capitanerie di Porto,
Associazioni di categoria,
Resto del Carlino, La Nuova Ferrara,
Telestense, ecc.,
Autobus urbani ed extraurbani,
Manifesti,
Stabilimenti balneari Lidi ferraresi





CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE

OBIETTIVO

Sensibilizzare, attraverso un linguaggio leggero e comprensibile, cittadini e turisti sul rischio e il danno legati all'acquisto e all'uso di merci contraffatte: un rischio per la salute e la sicurezza delle persone.

LE AZIONI

1. Rafforzamento del *brand*.
2. Realizzazione di una *brochure* istituzionale dedicata alla lotta alla contraffazione e all'abusivismo commerciale.
3. Presenza costante nella nuova newsletter della Camera di Commercio.
4. Creazione, nell'ambito dei siti Internet dei soggetti coinvolti, di aree specifiche.
5. Totem, vetrofanie, adesivi, palloncini, depliant, bag, cartoline.
6. Uscite programmate, in giornate diverse, sui mass media locali.
7. Pubblicità dinamica attraverso la prenotazione di autobus urbani ed extraurbani, promoter con magliette griffate con i vari slogan in concomitanza con eventi di rilievo.
8. Affissioni attraverso la prenotazione di appositi spazi visibili al pubblico.



CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE SULLE SPIAGGE LIDI FERRARESI

OBIETTIVO

Sensibilizzazione turisti e consumatori sui rischi dell'acquisto di merci contraffatte e attività di comunicazione rivolte all'allontanamento dei venditori abusivi sulle spiagge dei Lidi ferraresi

LE AZIONI

1. Attività di sensibilizzazione da parte delle associazioni di volontariato distinguibile attraverso abbigliamento dedicato e gadget che richiamano la campagna antiabusivismo
2. gazebo, distinguibili attraverso loghi, scritte e immagini della campagna antiabusivismo, sulle spiagge presidiati dalle Forze dell'ordine o dai volontari.
3. partecipazione con magliette, manifesti e altri gadget, con immagini della campagna antiabusivismo, a manifestazioni sportive o altri eventi di intrattenimento sulle spiagge.
4. Partecipazione con immagine dedicata alla campagna antiabusivismo ai Mercatini creati nelle varie località dei Lidi Ferraresi dove solitamente stazionano i venditori abusivi



CONSOLIDAMENTO DEL CALL CENTER E DELLA E-MAIL DEDICATI

OBIETTIVO	Call center dedicato e mail anticontraffazione/antiabusivismo al servizio di imprese e consumatori, che possono rivolgersi direttamente alla Camera di Commercio per assistenza ed eventuali segnalazioni.
LE AZIONI	Conoscibilità e consolidamento



MONITORAGGIO PERMANENTE

OBIETTIVO

Focus permanente nell'ambito dell'Osservatorio dell'economia

LE AZIONI

Analisi sistematiche e permanenti sull'andamento e sugli scenari della contraffazione e dell'abusivismo commerciale in provincia di Ferrara, a supporto dei processi decisionali.



MOMENTI DI APPROFONDIMENTO SULLA CONTRAFFAZIONE E L'ABUSIVISMO COMMERCIALE

OBIETTIVO

Creazione di un ambiente favorevole allo sviluppo della lotta alla contraffazione e all'abusivismo commerciale

LE AZIONI

Affinare gli strumenti operativi di contrasto e per il monitoraggio del fenomeno, inquietante per le problematiche ad esso sottese, collegate con la criminalità organizzata, il lavoro nero e la sicurezza dei prodotti.



INIZIATIVE NELLE SCUOLE

OBIETTIVO

Sensibilizzare, attraverso un linguaggio leggero e accattivante, i giovani sul rischio e il danno legati all'acquisto e all'uso di merci contraffatte.

LE AZIONI

Progettazione ed avvio di una campagna di sensibilizzazione nelle scuole, d'intesa con la direzione didattica provinciale.



CODICE DI COMPORTAMENTO PER UNA CORRETTA INFORMAZIONE E PER IL CONTRASTO ALLA CONTRAFFAZIONE E ALL'ABUSIVISMO COMMERCIALE

OBIETTIVO

Qualificare le imprese secondo principi di correttezza professionale nei confronti dei clienti e delle altre imprese.

Valorizzazione delle produzioni locali e di contrasto alla commercializzazione dei prodotti contraffatti.

LE AZIONI

Stesura e sottoscrizione del Codice di Comportamento