



*Consiglio Nazionale Anticontraffazione*



**PIANO  
STRATEGICO  
NAZIONALE**  
2017-2018







*Consiglio Nazionale Anticontraffazione*

## Premessa

Per combattere efficacemente la contraffazione, occorre una risposta corale e coordinata di tutte le Amministrazioni coinvolte. Nessuna Amministrazione può affrontare singolarmente tutte le sfide della contraffazione: nessuna, da sola, dispone di tutte le leve necessarie.

E' questo il valore aggiunto del CNAC: contare sulle competenze di tutte le Amministrazioni coinvolte, ed includere nella definizione dell'orizzonte strategico forze dell'ordine e rappresentanti delle forze produttive.

Il Piano Strategico del Consiglio 2017–2018, frutto di tale convincimento, ha dunque una duplice valenza: un importante valore politico, sicuramente, data l'ampia partecipazione, e l'impegno, di una pluralità di Amministrazioni, che non potrà che tradursi in una maggiore centralità delle politiche anticontraffazione con conseguenti effetti anche sulla corretta percezione del fenomeno da parte dei cittadini; e d'altra parte un fondamentale apporto all'efficacia e all'efficienza del sistema anticontraffazione, per l'effetto moltiplicatore che la valorizzazione delle sinergie create e la compattezza di intenti comportano.

L'auspicio è che possa avviarsi un processo di progressivo consolidamento della collaborazione tra gli attori delle politiche di contrasto, e che il Piano possa rappresentare un paradigma a livello nazionale, europeo ed internazionale.

Il Presidente del Consiglio Nazionale Anticontraffazione  
Sottosegretario di Stato al  
Ministero dello Sviluppo Economico  
Sen. Antonio Gentile





## Indice

Executive Summary.....	6
1. Introduzione .....	8
2. Consiglio Nazionale Anticontraffazione (CNAC) .....	12
3. Piano Strategico Nazionale .....	17
3.1 Il Piano Strategico Nazionale .....	17
3.2 Priorità Tematiche e Azioni Strategiche .....	22
3.2.1 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “1. Comunicazione”.....	24
3.2.2 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “2. Formazione e Informazione”.....	31
3.2.3 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “3. Rafforzamento dei presidi territoriali”.....	43
3.2.4 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “4. Enforcement” .....	49
3.2.5 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “5. Contraffazione online” .....	55
3.2.6 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “6. Tutela del Made in Italy” .....	60
3.3 Monitoraggio, valutazione e comunicazione .....	66
4. Allegati .....	68
Schede di sintesi delle Iniziative progettuali per Priorità Tematica .....	68





## Executive Summary

L'importante lavoro di **concertazione** tra Amministrazioni ed Enti componenti il Consiglio Nazionale Anticontraffazione, avviato dal Segretariato del CNAC, ha condotto alla definizione del nuovo Piano Strategico Nazionale, che ridisegna la programmazione in materia di **lotta alla contraffazione** per il periodo 2017-2018, ponendola al centro della politica nazionale e fornendo carattere di operatività all'indirizzo strategico.

Conciliando l'esigenza di garantire una **coerenza** complessiva del sistema anticontraffazione a livello nazionale con la necessità di assicurare **autonomia operativa** ai singoli attori, il Piano Strategico Nazionale si configura come un vero e proprio **strumento di programmazione strategica** del Consiglio Nazionale Anticontraffazione, un quadro di riferimento semplice e chiaro volto a migliorare le **scelte di settore** e a favorire l'**integrazione** tra le diverse azioni anticontraffazione da mettere in campo.

Il Piano Strategico Nazionale descrive, nel **primo capitolo** introduttivo, il panorama europeo e nazionale sul fenomeno della contraffazione, offrendo una breve rappresentazione dell'attuale **contesto socioeconomico** in cui emerge in maniera sempre più evidente l'urgenza di consolidare le politiche di lotta alla contraffazione già attive e di implementare nuove azioni anticontraffazione adeguate alla diffusione sempre più capillare del fenomeno a livello territoriale, nazionale e transnazionale nonché on line.

Il **secondo capitolo** del Piano Strategico Nazionale descrive la **composizione del Consiglio Nazionale Anticontraffazione**, soffermandosi sulla **nuova governance** del CNAC e sulle **Priorità Tematiche** individuate nell'ambito della riunione plenaria di insediamento del 19 ottobre 2016. Con l'avvio di questa nuova fase del Consiglio, il **Segretariato del CNAC** assume un rinnovato ruolo di "**cabina di regia**" finalizzata a fornire un orizzonte strategico e a favorire il reale coordinamento degli interventi attuati e proposti dalle varie Amministrazioni e dai diversi Enti. L'attività del Segretariato consiste in un **supporto trasversale**, che ha lo scopo di costituire un raccordo tra le iniziative proposte dai vari componenti del Consiglio al fine di far emergere i ruoli dei diversi membri, di far circolare le informazioni funzionali allo sviluppo e all'attuazione dei progetti e di metterle a sistema per attivare un efficace Piano Strategico Nazionale.

Il documento si sofferma, nel **terzo capitolo**, sul processo che ha portato alla **definizione e redazione del Piano Strategico Nazionale 2017-2018**: nel dicembre del 2016 il Segretariato del CNAC ha ideato e avviato la rilevazione delle attività in ambito di lotta alla contraffazione già in corso di attuazione o da realizzare.



Partendo dai contributi raccolti, il Segretariato del CNAC, attraverso un approccio innovativo, fondato su un **metodo aperto e partecipato di condivisione** di strategie, obiettivi e linee di intervento con Amministrazioni ed Enti proponenti, ha proceduto ad effettuare un lavoro di **valorizzazione, sistematizzazione ed aggregazione** dei contenuti progettuali per ciascuna delle sei **Priorità Tematiche** individuate come campi d'azione in cui concentrare le politiche di lotta alla contraffazione (Comunicazione, Formazione e Informazione, Rafforzamento dei presidi territoriali, Enforcement, Contraffazione online e Tutela del Made in Italy).

Il risultato di questa attività di analisi e confronto è rappresentato dall'individuazione di un insieme di **Iniziative Progettuali** aggregate in **Azioni Strategiche** finalizzate al raggiungimento degli obiettivi di ciascuna Priorità Tematica.

Sempre nel terzo capitolo del Piano Strategico Nazionale 2017-2018, partendo poi da una breve descrizione degli obiettivi da raggiungere nell'ambito di ciascuna Priorità Tematica, sono riportate le **descrizioni** delle diverse Iniziative Progettuali concorrenti al raggiungimento di tali obiettivi.

Conclude il capitolo un paragrafo sul **monitoraggio** e sulla **comunicazione**, in cui si prevede una condivisione con il Consiglio dei risultati raggiunti in fase di attuazione delle Iniziative Progettuali in una fase intermedia, prevista per l'autunno 2017, e in una fase conclusiva rappresentata dalla riunione del Consiglio che si terrà nel primo trimestre 2018, a termine del mandato del CNAC. Per favorire la promozione e la valorizzazione delle Iniziative Progettuali come parte del Piano Strategico Nazionale del CNAC, si invitano le Amministrazioni e gli Enti attuatori delle Iniziative ad utilizzare nell'ambito delle stesse il logo del Consiglio.

Il documento si chiude con un **allegato** in cui sono riportate le **schede sintetiche** delle Iniziative Progettuali inserite nel Piano, suddivise per Priorità Tematica, per il biennio 2017-2018.



## 1. Introduzione

La competitività delle economie si fonda in misura sempre maggiore sulla creatività e sull'innovazione. La forza dell'innovazione sta nel trasformare i vincoli in opportunità, cercare e offrire nuove soluzioni per migliorare, trasformare, inventare nuovi prodotti e servizi, e favorire il progresso. Le innovazioni migliorano la qualità della nostra vita, degli ambienti in cui viviamo e lavoriamo, rafforzano la competitività dei nostri territori e delle nostre imprese, anche di fronte a nuove sfide, sempre più globali legate ai cambiamenti climatici, all'aumento e all'invecchiamento della popolazione.

Le attività di ricerca e sviluppo rappresentano i fattori chiave per assicurare e potenziare la capacità di competere delle imprese, e più in generale dei sistemi economici: proprio per questo motivo è importante tutelare e valorizzare i risultati della ricerca e delle innovazioni che ne derivano attraverso gli strumenti di Proprietà Intellettuale (PI). In un'economia globalizzata gli asset intangibili rappresentano, per i titolari dei diritti, non solo un elemento distintivo e uno strumento di tutela legale, ma anche una importante voce del bilancio delle imprese. La consapevolezza della funzione strategica della Proprietà Industriale come leva per accrescere il valore di una attività economica sta maturando sempre più nel mondo imprenditoriale, non solo tra le grandi ma anche tra le piccole e medie imprese.

**La contraffazione rappresenta un grave problema per l'economia del nostro Paese**, procurando perdite al sistema produttivo, danni all'immagine del *Made in Italy* e alla salute dei consumatori. Le violazioni della PI su scala commerciale scoraggiano gli investimenti nell'innovazione e nella creatività, incidendo sulla competitività delle imprese, determinando un mancato guadagno da parte dei titolari dei diritti, minori entrate per l'erario, perdita di posti di lavoro e aumento del lavoro minorile e del lavoro "nero", nonché potenziali pericoli per la salute e la sicurezza dei consumatori.

La contraffazione è un fenomeno ormai diffuso in quasi tutti i settori produttivi, da quello alimentare a quello farmaceutico e della cosmesi, dai giocattoli all'abbigliamento, dagli oggetti di design alla meccanica.

Negli ultimi anni il mercato del falso ha mostrato un'incredibile capacità di diversificare l'offerta di prodotti sulla base dei gusti e delle richieste del consumatore ed anche sulla base delle caratteristiche e peculiarità dei territori di destinazione.

La globalizzazione dei mercati, la diffusione delle tecnologie dell'informazione (ICT) e l'utilizzo crescente della rete internet per la commercializzazione dei prodotti, se da un lato rappresentano un'opportunità sia per le imprese, che possono operare su mercati mondiali, sia per i consumatori, che hanno accesso a



beni prodotti in qualsiasi parte del mondo, dall'altro lato ha fornito ai contraffattori sempre maggiori opportunità di occultamento delle proprie attività illecite in un ambito sovranazionale, senza confini. Il ritorno economico legato alla distribuzione e alla vendita di prodotti che violano i diritti di PI è tale da rappresentare un incentivo a commettere le attività illecite. La contraffazione, infatti, mostra forti legami con la criminalità organizzata, che considera tale area di business più redditizia e meno rischiosa rispetto alle altre attività illecite: i ricavi ottenuti dal mercato del falso vengono reinvestiti in altre attività illecite, quali l'abusivismo edilizio e il traffico di stupefacenti e di armi.

Da un'analisi dei dati sulla contraffazione in ambito internazionale, emerge che **nel 2013 il commercio delle merci contraffatte e usurpative rappresenta il 2,5% del commercio mondiale**, per un valore pari a 461 miliardi di USD. Nello stesso periodo, nell'Unione Europea le importazioni di merci contraffatte e usurpative costituiscono il 5% di tutte le importazioni, per un valore di circa 116 miliardi di USD. Tale dato è superiore a quanto rilevato nella decade precedente: nel 2008 le merci contraffatte e usurpative rappresentano l'1,9% delle importazioni mondiali<sup>1</sup>.

**A livello nazionale, nel 2015 il fatturato totale della contraffazione è stimato in 6,9 miliardi di euro**, con una variazione reale del +4,4% rispetto ai 6,5 miliardi di euro stimati nel 2012. Al primo posto, per valore del mercato del contraffatto, si trovano gli accessori e l'abbigliamento ma nessun settore merceologico viene escluso: elettrodomestici, pezzi di ricambio, cosmetici, prodotti per la casa, medicinali, alimenti. L'immissione dei prodotti contraffatti nella produzione legale nazionale comporterebbe un incremento della produzione interna di 18,6 miliardi di euro<sup>2</sup>.

Sempre in ambito nazionale, nel periodo 2008-2016 **i sequestri di merci contraffatte** da parte di Agenzia delle Dogane e Guardia di Finanza sono stati oltre 146.000 e hanno determinato il ritiro dal mercato di 458 milioni di pezzi contraffatti, per un valore complessivo stimato di quasi 5 miliardi di euro<sup>3</sup>.

L'analisi dei dati sulla contraffazione evidenzia l'entità e la diffusione del fenomeno, che comporta notevoli conseguenze economiche e sociali sia per il sistema imprenditoriale che per i consumatori. In ragione di ciò, è sempre più evidente come la politica nazionale debba impegnarsi ad assicurare strategie, strumenti e piani di intervento mirati a rafforzare la prevenzione ed il contrasto, favorendo la più ampia sinergia e collaborazione tra le diverse istituzioni, Forze dell'Ordine, associazioni di categoria, sistema delle imprese e della ricerca, e consumatori. Perché gli interventi di contrasto alla contraffazione siano efficaci è necessario compiere uno sforzo per rilevare le violazioni dei diritti di PI, condividere le

---

<sup>1</sup> "Commercio di merci contraffatte e di merci usurpative: una mappa dell'impatto economico", OCSE, in collaborazione con EUIPO (Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale). Aprile 2016.

<sup>2</sup> "La contraffazione. Dimensioni, caratteristiche e approfondimenti. Rapporto 2016", Censis – MISE-DGLC-UIBM.

<sup>3</sup> Elaborazione dati IPERICO, MISE-DGLC-UIBM.



informazioni tra le autorità competenti e prevedere un assetto normativo chiaro, certo ed omogeneo in materia di tutela e di difesa della PI.

Negli ultimi anni è stato notevole l'impegno dei policy maker e delle Forze dell'Ordine per contrastare tale fenomeno, sia a livello internazionale che nazionale, adeguando strumenti di analisi e strumenti operativi alla portata criminale del fenomeno.

A livello europeo, nel 2009 la Commissione Europea ha creato **l'Osservatorio europeo sulla contraffazione e la pirateria**<sup>4</sup>, che riunisce rappresentanti del mondo pubblico e privato, che utilizzano le proprie competenze per proteggere e promuovere i diritti di PI e sostenere gli organismi direttamente impegnati nell'applicazione delle norme e nel contrasto della contraffazione. A livello di indirizzo strategico, nel 2014 la Commissione Europea ha pubblicato due comunicazioni<sup>5</sup> finalizzate a rafforzare la lotta contro le violazioni di diritti di PI attraverso l'adozione di un **Action Plan** per il periodo 2014-2017 e la definizione di una Strategia per la tutela e il rispetto dei diritti di PI nei Paesi terzi. Inoltre, nel dicembre 2015 è stata adottata la riforma dell'UE in materia di marchi d'impresa<sup>6</sup>, che ha apportato importanti modifiche alla disciplina del marchio comunitario.

In ambito nazionale, nell'ultimo decennio, sono stati attivati diversi strumenti per la valorizzazione e la protezione della PI. A livello normativo, nel 2005 è entrato in vigore il **Codice della Proprietà Industriale**<sup>7</sup> (CPI) e nel 2010 è stato pubblicato il Regolamento di attuazione del Codice della Proprietà Industriale<sup>8</sup>. A livello istituzionale, nel 2009 è stata creata la **Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi** (DGLC-UIBM)<sup>9</sup> del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE), ed è stato istituito il **Consiglio Nazionale Anticontraffazione (CNAC)**<sup>10</sup>.

Il CNAC è chiamato a svolgere un ruolo di primaria importanza nell'incentivare la definizione e l'attuazione di politiche per la valorizzazione della PI e per la lotta alla contraffazione. Già nel 2012 il CNAC ha adottato un Piano Nazionale Anticontraffazione prevedendo le priorità strategiche di intervento per il triennio 2012-2014.

---

<sup>4</sup> Nel 2012, l'Osservatorio è entrato a far parte dell'EUIPO (Ufficio dell'Unione europea per la Proprietà Intellettuale), un'agenzia decentrata dell'Unione europea per offrire la tutela dei diritti di PI alle imprese e agli innovatori in tutta l'UE.

<sup>5</sup> "Verso un rinnovato consenso sul rispetto dei diritti di Proprietà Intellettuale: piano d'azione dell'Unione europea". COM(2014)392 final. "Trade, growth and intellectual property - Strategy for the protection and enforcement of intellectual property rights in third countries". COM(2014) 389 final.

<sup>6</sup> Pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale UE del Regolamento UE 2015/2424 del 16 dicembre 2015 e della Direttiva 2015/2436 sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa (il cosiddetto "Pacchetto Marchi").

<sup>7</sup> Decreto Legislativo del Ministero dello Sviluppo Economico del 10 febbraio 2005, n. 30.

<sup>8</sup> Decreto Legislativo del Ministero dello Sviluppo Economico del 13 gennaio 2010, n. 33.

<sup>9</sup> DPR del 28 novembre 2008, n. 197.

<sup>10</sup> Legge del 23 luglio 2009, n. 99.



*Consiglio Nazionale Anticontraffazione*

In continuità con le attività già realizzate ed in linea con gli indirizzi strategici comunitari, il **CNAC adotta il Piano Strategico Nazionale per il biennio 2017-2018**, che definisce, sulla base delle peculiarità del fenomeno contraffattivo a livello nazionale, un insieme di Priorità tematiche ed Azioni Strategiche condivise tra le diverse istituzioni e autorità competenti sui temi della tutela della PI e della lotta alla contraffazione. Tali azioni strategiche, che vanno ad integrare le iniziative già adottate in materia di lotta anticontraffazione da parte delle istituzioni pubbliche e private sul territorio nazionale, vanno nella direzione della messa a punto di una politica nazionale efficace sul rispetto della PI e sul contrasto delle violazioni su scala commerciale a livello nazionale. L'attuazione del Piano Strategico Nazionale richiede la piena collaborazione di tutti i soggetti coinvolti nella lotta contro la contraffazione e la pirateria nel mercato interno.



## 2. Consiglio Nazionale Anticontraffazione (CNAC)

Il Consiglio Nazionale Anticontraffazione è l'**organismo interministeriale** previsto dall'art. 145 del Codice di Proprietà Industriale, modificato dalla Legge n. 99 del 23 luglio 2009 – “Legge Sviluppo”, 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”*<sup>11</sup>.

Il Decreto Interministeriale del 15 aprile 2010 ne ha definito i criteri e le procedure per la governance, al fine di assicurare il corretto esercizio delle funzioni di indirizzo, impulso e coordinamento strategico delle iniziative intraprese da ciascuna amministrazione, volte a uniformare e rafforzare le attività di lotta alla contraffazione a livello nazionale.

Il CNAC ha sede presso il MISE, è presieduto dal **Ministro** o da un suo rappresentante<sup>12</sup> e dura in carica un **biennio**. La Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico esercita le funzioni di **Segretariato Generale** e coadiuva il Presidente nella realizzazione delle attività del Consiglio.

Il CNAC si è formalmente insediato il **22 dicembre 2010** alla presenza dei rappresentanti dei Ministeri e dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI), che partecipano al CNAC in qualità di **Membri**.

Al fine di potenziare e rendere operativa l'efficacia delle linee strategiche che costituiscono il fulcro delle attività del CNAC, il Consiglio si avvale di due **Commissioni Consultive Permanenti**:

- la **Commissione Consultiva Permanente Interforze**, che riunisce i corpi e le istituzioni preposte alle attività di enforcement sul territorio nazionale;
- la **Commissione Consultiva Permanente delle Forze Produttive**, che riunisce associazioni di categoria e rappresentanze dei consumatori.

Le due Commissioni Consultive Permanenti partecipano ai lavori del Consiglio in funzione delle tematiche trattate, su invito del Presidente.

Esse svolgono all'interno del CNAC le seguenti attività:

---

<sup>11</sup> Legge Sviluppo del 2009, articolo n. 19, comma 10.

<sup>12</sup> Con Decreto Ministeriale del 29 luglio 2016, e successivo Decreto del 8 febbraio 2017, il Ministro dello Sviluppo Economico Carlo Calenda ha delegato il Senatore Antonio Gentile, Sottosegretario allo Sviluppo Economico, a presiedere le riunioni CNAC e a curare le attività del Consiglio. In caso di assenza o impedimento del Sottosegretario Gentile, la delega è attribuita al Direttore Generale della Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (DGLC – UIBM) del Ministero dello Sviluppo Economico.



- contribuiscono all'**individuazione delle linee strategiche** e delle relative attività da avviare e attuare in relazione alla priorità che il Consiglio si propone di perseguire;
- elaborano proposte di misure da mettere in atto negli ambiti prioritari in materia di lotta alla contraffazione. In tale contesto, le due Commissioni Permanenti hanno rivestito un ruolo centrale nella stesura del presente Piano Strategico Nazionale, anche attraverso la condivisione di funzioni e misure attuative che svolgono nell'ambito delle attività ordinarie, come verrà meglio descritto nel seguito del documento;
- informano il Consiglio in merito alle varie iniziative settoriali in materia di anticontraffazione.

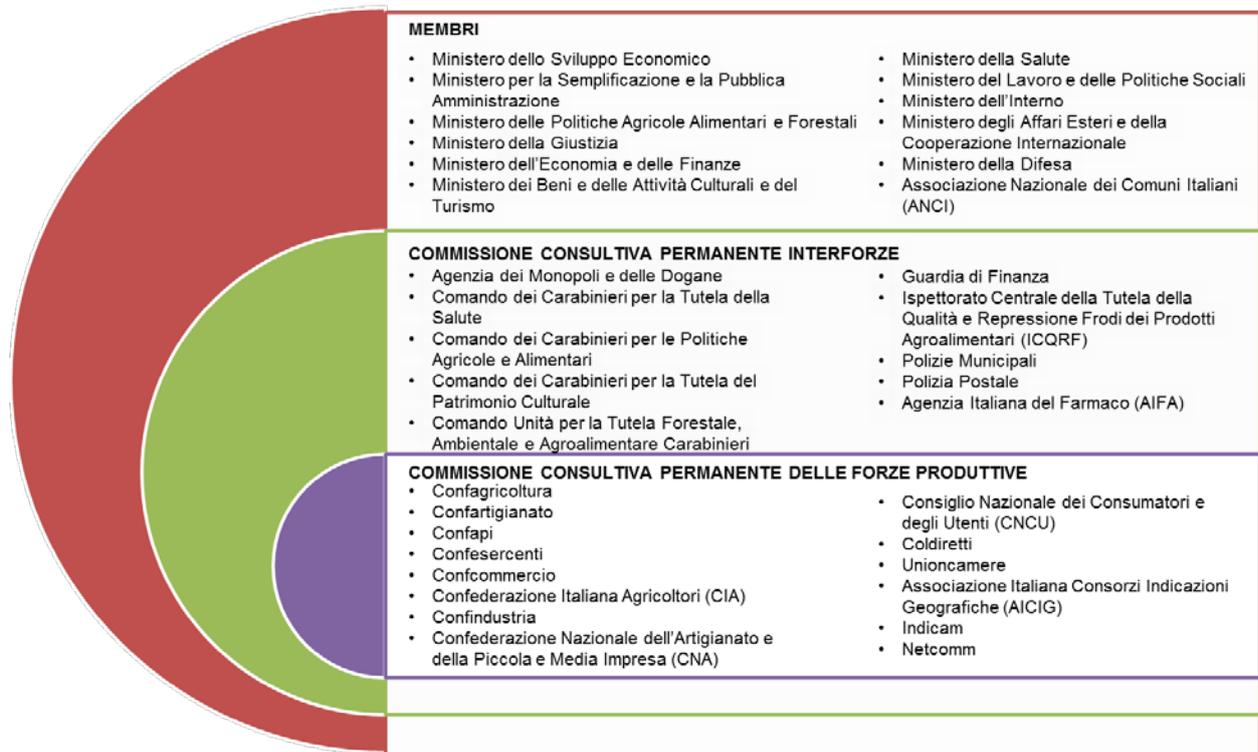
Per il biennio 2017-2018, il CNAC è composto da:

- 12 membri effettivi;
- 10 enti facenti parte della Commissione Consultiva Permanente Interforze, in cui ha fatto ingresso, nell'ottobre 2016, l'Agenzia Italiana del Farmaco (AIFA);
- 14 associazioni di categoria, che formano la Commissione Consultiva Permanente delle Forze Produttive.

Per il biennio 2017-2018 sono coinvolti nei lavori del CNAC, con l'obiettivo di fornire contributi su specifiche tematiche, anche il Dipartimento delle Politiche Europee (DPE) della Presidenza del Consiglio dei Ministri e il Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca (MIUR).



Figura 1 - CNAC: Membri e Commissioni Consultive Permanenti per il biennio 2017-2018



L'insediamento del CNAC, avvenuto con la **Riunione Plenaria del 19 ottobre 2016**, ha segnato per il biennio 2017-2018 l'avvio di una **nuova fase** nelle politiche attuative di lotta alla contraffazione.

La Presidenza del Consiglio Nazionale Anticontraffazione, coadiuvata dal Segretariato, ha fornito, infatti, un nuovo impulso alle attività del CNAC al fine di rendere più efficace l'azione del Consiglio stesso che, nella sua **nuova governance**, si va a configurare come una vera e propria cabina di regia finalizzata a fornire un orizzonte strategico e a favorire il reale coordinamento degli interventi attuati e proposti dalle varie Amministrazioni e dai diversi Enti. Il CNAC, in questa nuova veste, dispone di tutte le leve per imprimere un cambio di passo alle politiche anticontraffazione.

Partendo dal presupposto che ciascuna Amministrazione facente parte del Consiglio opera, in relazione alle proprie competenze, con proprie iniziative che costituiscono i tasselli fondamentali della lotta alla contraffazione, il CNAC assume il compito di diffondere la conoscenza di tali iniziative e di metterle in opportuna relazione e sinergia tra loro, affinché tutte le azioni messe in campo vadano a costituire un unicum coerente e condiviso.



Il **Segretariato del CNAC**, in questa nuova concezione di governance del Consiglio, modifica il suo ruolo: esso si configura come un **supporto trasversale** che ha lo scopo di costituire un raccordo tra le iniziative dei vari componenti del CNAC al fine di far emergere i ruoli dei vari Membri, di far circolare le informazioni funzionali allo sviluppo dei progetti e di metterle a sistema per attivare un efficace Piano Strategico Nazionale.

Con l'avvio del **biennio 2017-2018**, il CNAC ha individuato i seguenti obiettivi per rendere più efficace la propria azione:

- rafforzare l'efficacia delle decisioni adottate dal Consiglio **potenziando la rappresentatività delle Amministrazioni coinvolte in qualità di Membri del CNAC** coinvolgendole non solo dal punto di vista tecnico, ma anche dal punto di vista politico;
- valorizzare e **mettere a sistema le attività in materia di lotta alla contraffazione** già attuate o da attivare dai Membri del CNAC e dai componenti delle due Commissioni Consultive Permanenti, comprendendole nelle Azioni Strategiche individuate nel Piano Strategico Nazionale 2017-2018;
- valutare la **coerenza delle azioni anticontraffazione** dei Membri del CNAC e dei componenti delle due Commissioni Consultive Permanenti con gli indirizzi strategici condivisi in seno al CNAC, verificandone le possibili sinergie;
- **semplificare le procedure di governance del Consiglio**, con la riduzione del numero delle riunioni plenarie, l'eliminazione delle Commissioni Tematiche e il rafforzamento del ruolo del Segretariato del CNAC di raccordo operativo tra amministrazioni, enti e associazioni facenti parte del Consiglio;
- si ritiene utile altresì prevedere **l'aumento della durata del mandato del Consiglio** da 2 a 4 anni per consentire alle politiche di esplicitare i propri effetti in un lasso di tempo più ampio, e **l'ampliamento della compagine** con l'apporto di **ulteriori competenze** ritenute utili nelle azioni di lotta alla contraffazione, prevedendo la partecipazione di altri soggetti come il **Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca** e il **Dipartimento delle Politiche Europee della Presidenza del Consiglio dei Ministri**, attualmente coinvolti in qualità di osservatori.

Il Consiglio ritiene, come condiviso in occasione della riunione plenaria del CNAC del 19 ottobre 2016, che per il biennio 2017-2018 le sfide a cui è necessario rispondere in modo sempre più incisivo sono quelle che si possono ricondurre alle seguenti **sei Priorità Tematiche**, che costituiscono gli ambiti di



azione nei quali Amministrazioni, Enti e Associazioni stanno già operando e nei quali è imprescindibile continuare a indirizzare e implementare le attività delle politiche di lotta alla contraffazione.

Le prime due Priorità Tematiche, “**1. Comunicazione**” e “**2. Formazione**” hanno un carattere di **trasversalità** rispetto alle altre Priorità Tematiche individuate: “**3. Rafforzamento dei Presidi Territoriali**”, “**4. Enforcement**”, “**5. Contraffazione online**” e “**6. Tutela del Made in Italy**”.

Figura 2 - Priorità Tematiche del CNAC per il biennio 2017-2018





### 3. Piano Strategico Nazionale

#### 3.1 Il Piano Strategico Nazionale

Il Piano Strategico Nazionale definisce la **politica nazionale anticontraffazione** per il biennio 2017-2018.

Il Piano individua le azioni strategiche per la prevenzione e il contrasto della contraffazione sul territorio nazionale, prevedendo il rafforzamento della collaborazione e dell'integrazione tra tutte le Amministrazioni e gli Enti coinvolti nell'attuazione della politica nazionale al fine di individuare le soluzioni più idonee rispetto alle peculiarità del contesto territoriale e all'evolversi del fenomeno contraffattivo su scala globale. Le azioni strategiche contenute nel Piano sono orientate, da un lato, a innescare un cambiamento culturale che punti a **depotenziare la domanda** di beni contraffatti favorendo una sensibile riduzione dei consumi illegali, e, dall'altro, a **contenere l'offerta** di prodotti contraffatti con un'azione repressiva che coinvolge tutta la filiera dei prodotti falsi, dalla produzione alla commercializzazione.

Obiettivo precipuo del Piano è la razionalizzazione, il potenziamento e il coordinamento delle attività previste dalle politiche anticontraffazione del Governo, al fine di **valorizzare ogni possibile sinergia** tra le azioni poste in essere dalle diverse Amministrazioni ed Enti, diffuse capillarmente sul territorio nazionale.

Il Piano, quindi, propone, da una parte, alcuni orientamenti strategici e individua linee di intervento che possano rendere il sistema produttivo nazionale maggiormente competitivo attraverso la valorizzazione dei titoli di PI e il contrasto dalle violazioni dei diritti e, dall'altra, fornisce gli strumenti utili a migliorare la politica di settore e superarne la frammentazione, mettendo a sistema ed in sinergia le programmazioni delle diverse Amministrazioni ed Enti impegnati sul tema della contraffazione, identificando azioni e progetti di valenza interregionale e nazionale che tengono conto dell'evoluzione del fenomeno a livello internazionale.

Nell'ambito delle **sei Priorità Tematiche**<sup>13</sup> consolidate nella riunione di insediamento del Consiglio, il Piano racchiude una progettualità unitaria ed integrata in materia di lotta alla contraffazione, mettendo a sistema gli strumenti operativi già individuati dalle Amministrazioni ed Enti rappresentati nel Consiglio per affrontare le nuove sfide poste dal mercato del falso e al contempo prevedendo nuove **Azioni**

---

<sup>13</sup> Comunicazione/informazione/formazione; Formazione alle imprese in tema di tutela della Proprietà Intellettuale; Rafforzamento del presidio territoriale; Enforcement; Lotta alla contraffazione via Internet; Tutela del Made in Italy da fenomeni di usurpazione all'estero.



**Strategiche** da mettere in campo per rendere sempre più efficace ed efficiente l'intervento di repressione della contraffazione sull'intero territorio nazionale.

Le **Azioni Strategiche**, che concorrono al raggiungimento degli obiettivi delle sei Priorità Tematiche, racchiudono una o più **Iniziative Progettuali** proposte dalle Amministrazioni ed Enti appartenenti al CNAC, da avviare e realizzare nel biennio 2017-2018.

Figura 3 - Priorità Tematiche, Azioni Strategiche e Iniziative Progettuali



Frutto del lavoro coordinato del Sistema Paese, il Piano trae origine dal confronto tra le Amministrazioni e gli Enti membri del Consiglio avvenuto nella riunione del CNAC del 19 ottobre 2016, in cui sono emerse le fragilità e le criticità del sistema economico nazionale in relazione alla pervasività e alla diffusione del fenomeno contraffattivo e al contempo sono state proposte alcune soluzioni per il loro superamento.

Per meglio focalizzare le Iniziative Progettuali su cui puntare nel biennio 2017-2018 per reprimere il fenomeno, il Segretario del CNAC ha inviato a ciascun componente del Consiglio una **scheda per la rilevazione delle proposte** di azione di prevenzione e di contrasto della contraffazione. Le scelte strategiche e gli interventi per tutelare i consumatori e il sistema economico nazionale dalle violazioni dei diritti di PI e contrastare il fenomeno sono, quindi, il risultato del contributo di istituzioni, Forze dell'Ordine e forze produttive che hanno partecipato attivamente all'elaborazione del Piano.



La costruzione del Piano Strategico Nazionale è stata basata sull'adozione di un metodo aperto, partecipativo e di concertazione di tipo **bottom up**, iniziato nel dicembre 2016, tra il Segretariato del CNAC, i Membri del Consiglio e i componenti delle due Commissioni Consultive Permanenti dello stesso.

L'approccio bottom up ha consentito di valorizzare al massimo il contributo di ciascun componente, sia essa Amministrazione competente o rappresentante delle Forze dell'Ordine o delle Forze produttive in un'ottica cooperativa in cui il ruolo del CNAC, attraverso il Piano Strategico, è quello di fare da volano, esercitando al massimo il coordinamento e promuovendo una rapida operatività degli interventi.

Il Piano, quindi, crea un **sistema organico di prevenzione e di contrasto** della contraffazione e si pone come modello di riferimento per tutti i soggetti coinvolti nel sistema nazionale anticontraffazione, conciliando l'unitarietà delle azioni con il rispetto dell'autonomia operativa dei singoli soggetti protagonisti dell'attuazione delle Iniziative Progettuali.

Anche dopo la sua approvazione, il Piano resterà dinamico e partecipato, continuando a stimolare il coinvolgimento delle Amministrazioni e degli Enti del Consiglio nella riprogrammazione delle strategie o delle azioni in relazione ai riscontri ottenuti in fase di attuazione.

Ripercorrendo nel dettaglio il lavoro di coordinamento del Segretariato per la raccolta, l'analisi e la sistematizzazione delle schede ricevute come contributi di proposte di Iniziative Progettuali dai membri e dagli Enti e dalle associazioni delle due Commissioni Consultive Permanenti del CNAC, è utile evidenziare che, al fine di redigere il presente Piano Strategico Nazionale, dal dicembre 2016 al marzo 2017 sono state esaminate, in totale, **25 schede**, di cui 11 compilate dai Membri del CNAC, per un totale di **70 Iniziative Progettuali proposte per le 6 Priorità Tematiche** definite come obiettivi prioritari del campo d'azione del Consiglio per il biennio 2017-2018.

Si rileva che, per ciascuna Iniziativa Progettuale proposta, il Segretariato del CNAC ha organizzato varie **interlocuzioni e diversi incontri bilaterali** con i soggetti proponenti al fine di approfondire le schede inviate e di valorizzare le sinergie riscontrate per inserirle all'interno del Piano. A valle di questa fase di confronto con Amministrazioni, Enti e Associazioni, è stato effettuato un lavoro di sistematizzazione dei contenuti proposti e di riconduzione delle Iniziative Progettuali in ciascuna delle sei Priorità Tematiche del Consiglio.

Il risultato di questa attività di analisi e di confronto, come anticipato, è rappresentato dall'individuazione di un insieme di Iniziative Progettuali, aggregate in Azioni Strategiche finalizzate al raggiungere gli obiettivi che ciascuna Priorità Tematica ha individuato.



Le Iniziative Progettuali sono promosse da un **soggetto capofila**, che è **responsabile sia della fase di attuazione che della verifica dell'avanzamento delle iniziative** e che fornirà al CNAC aggiornamenti sullo stato di attuazione delle stesse.

L'attuazione delle Azioni Strategiche e delle Iniziative Progettuali, affinché sia efficace e orientata ai risultati, richiede anche l'attivazione di **partnership tra il soggetto capofila ed altri eventuali soggetti** che per interesse sulle tematiche e per competenze possono fornire un contributo al raggiungimento del risultato generale con l'obiettivo ultimo di attivare sinergie e razionalizzare gli investimenti e le risorse.

Nel Piano sono state inserite anche Iniziative Progettuali che, coerenti con gli obiettivi strategici, prevedono ulteriori verifiche al fine dell'individuazione delle risorse finanziarie necessarie per l'attuazione e delle modalità esecutive.

Ogni Iniziativa Progettuale approvata nell'ambito del presente Piano sarà **seguita** nelle varie fasi attuative dal Segretariato del Consiglio e i risultati ottenuti dall'attuazione saranno valutati e condivisi tra gli stakeholder in una fase intermedia prevista per l'autunno 2017. Nella fase conclusiva, che si terrà nel primo trimestre del 2018<sup>14</sup>, ciascuna Amministrazione ed Ente presenterà i risultati raggiunti a conclusione dell'attuazione delle Iniziative Progettuali. L'obiettivo di questa attività è quello di consentire non solo una valutazione sull'andamento delle iniziative e dei loro effetti sul territorio, ma anche di adeguare le Iniziative Progettuali ai cambiamenti di contesto, alle nuove opportunità o alle eventuali criticità.

Al fine di identificare le Iniziative Progettuali come parte fondamentale concorrente al raggiungimento degli obiettivi del Piano Strategico Nazionale 2017-2018, esse adatteranno sia il logo del soggetto capofila e degli eventuali partner che il **logo del CNAC**.

Le Priorità tematiche, le Azioni Strategiche e le Iniziative Progettuali individuate dal CNAC nell'ambito del presente Piano Strategico Nazionale 2017-2018 costituiscono un passo decisivo verso la messa a punto di una **politica efficace sul rispetto dei diritti di Proprietà Intellettuale**, diretta a combattere le violazioni della PI su scala nazionale ed internazionale, con l'obiettivo di raggiungere un rinnovato consenso sulle modalità con cui i diritti di Proprietà Intellettuale sono esercitati.

---

<sup>14</sup> Come verrà descritto nel successivo paragrafo 3.4 *Monitoraggio, valutazione e comunicazione*.



Tabella 1 - Priorità Tematiche e Azioni Strategiche del Piano Strategico Nazionale 2017-2018





## 3.2 Priorità Tematiche e Azioni Strategiche

Il CNAC, per il biennio 2017-2018, nella riunione plenaria del 19 ottobre 2016 ha individuato 6 Priorità Tematiche, che costituiscono gli ambiti di azione nei quali Amministrazioni, Enti e Associazioni stanno già operando e nei quali si ritiene imprescindibile continuare a indirizzare e potenziare le attività delle politiche di lotta alla contraffazione.

La Priorità Tematica “**1. Comunicazione**” comprende le attività di promozione e sensibilizzazione rivolte a differenti destinatari cui sono rivolte le politiche anticontraffazione. Le finalità previste dalla Priorità Tematica “1. Comunicazione” saranno attuate mediante la seguente Azione Strategica:

**1.1. Campagne di comunicazione**, al cui interno sono incardinate le azioni di promozione e di diffusione di una cultura della PI e degli effetti dannosi della contraffazione destinate ai cittadini e a target specifici, quali i giovani e i consumatori.

La Priorità Tematica “**2. Formazione e Informazione**” prevede l'attuazione di attività di informazione e di vera e propria formazione rivolte ai cittadini, alle imprese, ai giovani e alle Pubbliche Amministrazioni. La Priorità Tematica verrà attuata, proprio in relazione ai destinatari delle azioni, mediante tre Azioni Strategiche:

**2.1 Formazione alla Pubblica Amministrazione**, che comprende piani di formazione rivolti ai dipendenti delle Pubbliche Amministrazioni e delle Forze dell'Ordine impegnati nello svolgimento delle proprie attività in tematiche afferenti alla contraffazione;

**2.2 Formazione ai giovani**, partendo dalla convinzione che per ridurre la domanda di prodotti contraffatti è necessario cambiare le propensioni dei consumatori nel lungo periodo e che ciò può essere fatto solo attraverso attività che coinvolgano i cittadini sin da giovani e in maniera continuativa, tale Azione Strategica comprende tutte le attività formazione rivolte agli studenti delle scuole primarie e secondarie;

**2.3 Formazione e Informazione alle imprese**, Azione Strategica che promuove tra le imprese la conoscenza degli strumenti che l'ordinamento giuridico mette a disposizione per la protezione dei diritti di Proprietà Intellettuale, ritenuta fondamentale per aumentare la competitività imprenditoriale.

**2.4 Analisi e studi**, che include le attività di indagine e ricerca, analisi dati sulle tematiche della lotta alla contraffazione, al fine di approfondire la conoscenza del fenomeno per mettere a punto strategie di previsione e contrasto nuove ed efficaci.

La Priorità Tematica “**3. Rafforzamento dei presidi territoriali**” prevede l'attuazione di azioni finalizzate alla creazione di una rete territoriale anticontraffazione che operi in maniera diffusa ed integrata su tutto il



territorio nazionale. Le finalità previste dalla Priorità Tematica “3. Rafforzamento dei presidi territoriali” saranno attuate mediante la seguente Azione Strategica:

**3.1 Rafforzamento dei presidi territoriali**, che prevede un insieme di azioni mirate ad incrementare la conoscenza dei profili territoriali della contraffazione per rendere più incisiva l'attività di contrasto, a consolidare le reti esistenti e creare nuove reti sinergiche di azione di presidio sui territori.

La Priorità Tematica “**4. Enforcement**” si riferisce all'applicazione delle leggi che mirano a disciplinare e tutelare i diritti di Proprietà Intellettuale e a reprimere le violazioni degli stessi. Le finalità previste da tale Priorità Tematica saranno attuate mediante due Azioni Strategiche:

**4.1 Razionalizzazione della normativa**, che prevede un lavoro di ammodernamento e razionalizzazione di alcune norme del Codice Penale atto a rendere sempre più efficace il contrasto dei fenomeni contraffattivi e a perseguire una maggiore armonizzazione di alcuni aspetti della normativa con gli orientamenti comunitari;

**4.2 Azioni di potenziamento dell'enforcement**, che comprende tutte quelle attività di supporto alle azioni repressive di lotta alla contraffazione.

La Priorità Tematica “**5. Contraffazione online**” comprende le linee di attività volte a contrastare l'ormai dilagante fenomeno della contraffazione veicolato tramite la rete Internet, anche in ambito farmaceutico ed alimentare, campi in cui alto è il rischio per la salute e la sicurezza dei consumatori connesso all'utilizzo di prodotti non autentici acquistati on line. Le finalità previste da tale Priorità Tematica saranno attuate mediante la seguente Azione Strategica:

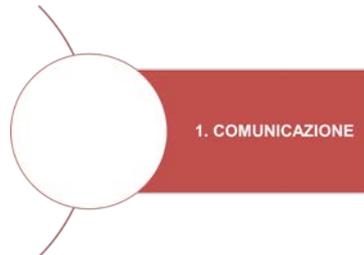
**5.1 Contrasto alla contraffazione online.**

Infine, la Priorità Tematica “**6. Tutela del Made in Italy**” prevede l'attuazione di azioni rivolte alla valorizzazione e alla difesa del marchio di origine “Made in Italy”, sempre più frequentemente utilizzato in maniera impropria sui mercati nazionali ed internazionali con la diffusione di prodotti non autentici associabili per caratteristiche e denominazione ai prodotti italiani originali, soprattutto nella filiera agroalimentare, alimentando il mercato imitativo dell'ItalianSounding. Le finalità previste da tale Priorità Tematica saranno attuate mediante la seguente Azione Strategica:

**6.1 Rafforzamento delle azioni di tutela del Made in Italy.**



### 3.4.1 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “1. Comunicazione”



AZIONE STRATEGICA	INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO CAPOFILO/PROPONENTE
<b>1.1 – CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE</b>	Settimana Anticontraffazione	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
	Campagna nazionale di comunicazione	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
	Seminario internazionale sulla contraffazione on line	Ministero dell'Economia e delle Finanze – Guardia di Finanza
	Mangia Sano Mangia Made In	CNCU – Associazione CODICI
	Giornata della Legalità “Legalità mi piace”	Confcommercio
	Riconosco l'originale	CNCU – Associazione CODICI
	Eventi sulla contraffazione delle opere d'arte	Comando dei Carabinieri Tutela patrimonio Culturale
	Campagna nazionale di informazione	Confapi



La filiera dei beni contraffatti ha mostrato negli anni una elevata capacità di mantenere i volumi di mercato, diversificando i canali di produzione e di distribuzione, le strategie di promozione e comunicazione, la tipologia di merce contraffatta, e adattandosi sempre più alle peculiarità dei territori e alle richieste dei consumatori, che continuano ad esprimere una domanda di articoli contraffatti. Alcune indagini conoscitive sulla percezione del fenomeno contraffattivo da parte dei consumatori<sup>15</sup>, mettono in evidenza il fatto che non c'è un'adeguata consapevolezza della gravità del fenomeno e delle ripercussioni che esso ha per la salute e la sicurezza delle persone e per la crescita dell'economia nel suo complesso.

I consumatori, infatti, non sempre sono consapevoli dell'impatto delle violazioni della Proprietà Industriale sulla commercializzazione dei prodotti, né dei danni economici che ne derivano, tra cui la perdita di competitività delle imprese che operano nella legalità, la mancata creazione di posti di lavoro, l'impatto negativo sulle entrate fiscali e il moltiplicarsi di legami con la criminalità organizzata. Allo stesso tempo, i consumatori non sempre sono consapevoli del danno che potrebbero subire acquistando prodotti contraffatti, in particolare non conoscono i rischi potenziali per la loro salute e la sicurezza, né le sanzioni amministrative cui vanno incontro. L'acquisto di merce contraffatta non viene considerato come un atto illecito di grave entità da parte del consumatore, che deve ancora maturare tale consapevolezza e apportare un conseguente cambiamento alle proprie abitudini di acquisto.

Prevenire, contrastare e combattere i fenomeni di contraffazione significa, quindi, affiancare alle attività di controllo e di repressione, attività mirate di **sensibilizzazione e di comunicazione** rivolte ai consumatori, soprattutto ai giovani, al fine di innalzare il livello di **conoscenza e consapevolezza sui rischi (economici, sulla sicurezza e sulla salute)** derivanti dalla produzione, commercializzazione e acquisto di prodotti contraffatti, e di rendere ogni persona partecipe e protagonista in prima persona nella lotta contro la contraffazione.

Le attività di comunicazione devono essere rivolte anche alle imprese, affinché riconoscano il valore competitivo degli asset intangibili per accrescere la propria competitività sui mercati e li tutelino attraverso il ricorso agli strumenti che l'ordinamento giuridico mette a disposizione per la protezione dei diritti di Proprietà Industriale. Le iniziative di comunicazione devono accrescere la consapevolezza delle imprese, soprattutto delle PMI, sul valore degli strumenti di tutela della PI non solo per il rilancio dell'economia nazionale ma anche per contrastare il mercato del falso. La conoscenza dei diritti di Proprietà Industriale e la loro concreta applicazione da parte delle imprese costituisce, quindi, una linea strategica di difesa dai danni causati dalla contraffazione. L'obiettivo prioritario è quello di incrementare la **consapevolezza sul valore strategico dei diritti di Proprietà Industriale** che da strumenti di tutela legale si caratterizzano come elementi chiave di innovazione e competitività per quelle aziende capaci di impiegarli e gestirli: gli

---

<sup>15</sup> "The European Citizens And Intellectual Property: Perception, Awareness And Behaviour", Osservatorio europeo sulle violazioni dei diritti di Proprietà Intellettuale, Anno 2013.



strumenti di PI, infatti, facilitano l'accesso al mercato dei capitali e i ricavi derivanti dalle royalties per l'utilizzo di un determinato diritto di PI possono essere reinvestiti generando nuove opportunità di sviluppo. Le imprese devono essere il motore primo di questo processo, tutelando i loro asset intangibili così come si dedicano alla tutela dei propri beni materiali.

Numerose sono le iniziative già realizzate nel corso degli ultimi anni su tutto il territorio nazionale per promuovere e costruire una **cultura della legalità sempre più diffusa e solida** e per contrastare il dilagare del fenomeno contraffattivo. I risultati delle azioni di comunicazione, sebbene positivi, non sono ancora tali da far sì che la contraffazione venga percepita da tutti come un fenomeno illecito: pertanto è essenziale proseguire con un'attività di sensibilizzazione capillare e continuativa su tutto il territorio, che veda il coinvolgimento di un pubblico sempre più ampio, a partire dai giovani, e che coinvolga tutti i luoghi in cui la vendita di beni contraffatti è presente. La strategia di comunicazione deve essere rivolta a tutti gli attori: società civile, scuole, imprese, associazioni di categoria, pubbliche amministrazioni, differenziando attività e modalità secondo le specificità di ciascun target. Una concentrazione degli sforzi di tutti nella riduzione della domanda di merce contraffatta può sicuramente continuare a depotenziare l'offerta di prodotti contraffatti.

Agire sulla percezione del fenomeno contraffattivo è una priorità del CNAC che intende indirizzare il consumatore verso comportamenti di acquisto più responsabili e consapevoli e le imprese a tutelare le proprie innovazioni con gli strumenti di PI. Attraverso la priorità strategica "1. Comunicazione", il CNAC intende contribuire al miglioramento della "percezione sociale" sulla Proprietà Industriale e sul contrasto al fenomeno della contraffazione.

Informare, orientare, promuovere la tutela della Proprietà Intellettuale e la corretta percezione del fenomeno della contraffazione, questi gli obiettivi che si pone il CNAC per raggiungere giovani, consumatori, imprese, associazioni e istituzioni. L'obiettivo delle suddette Azioni Strategiche è quello di coinvolgere direttamente e attivamente le imprese, in particolare le PMI, e i cittadini-consumatori, con particolare riguardo alla fascia di età giovanile, nella lotta alla contraffazione fornendo nuovi stimoli e motivazioni per spingerli ad impegnarsi in modo attivo contro il fenomeno della contraffazione. Occorre far comprendere a tutti che la contraffazione è un fenomeno criminale che non solo danneggia i diritti delle imprese e dei consumatori, ma contribuisce anche ad alimentare il giro d'affari delle grandi organizzazioni criminali. Per poter essere efficaci, le azioni di comunicazione devono essere diffuse, continuative, incisive e multicanale e strutturate in maniera specifica su specifici target.



### **AZIONE STRATEGICA 1.1 - CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE**

L'Azione Strategica 1.1 – “Campagne di comunicazione” prevede un insieme di eventi, convegni, iniziative sulla tematica della prevenzione e del contrasto della contraffazione da realizzare su tutto il territorio nazionale. Nell'ambito di questa Azione Strategica, rientrano le seguenti iniziative progettuali:

- **Settimana Anticontraffazione**<sup>16</sup>: l'Iniziativa Progettuale, proposta dalla Direzione Generale Lotta alla Contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico, si svolgerà nel mese di giugno 2017, prevedendo l'organizzazione di eventi innovativi nei territori di Venezia, Napoli e Cosenza oltre che in tutti gli altri capoluoghi. Tutte le iniziative della Settimana saranno identificati con un logo e uno slogan comune, al fine di agevolare da parte dei cittadini, il riconoscimento dei contenuti delle diverse attività in campo. Con la Settimana Anticontraffazione si intende innescare una riflessione sistematica e continuativa sui temi della contraffazione e sulle sue implicazioni in termini sociali ed economici, invitando pubblici diversi, consumatori, imprese ed istituzioni, a confrontarsi sul mercato del falso, con l'obiettivo di promuovere le azioni in corso per la prevenzione e il contrasto della contraffazione, rilanciare l'impegno di tutti gli attori coinvolti e innalzare la percezione dei consumatori e delle imprese sulla gravità del fenomeno contraffattivo. L'obiettivo della manifestazione è anche quello di mantenere sempre alta l'attenzione della società civile sul tema della contraffazione, affinché ciascuno, in particolare i giovani che ricorrono frequentemente agli acquisti on line, sia sempre più consapevole dei rischi e dei danni che derivano dal mercato del falso sia per l'economia che per la propria sicurezza e salute. Tale Iniziativa si pone in continuità con la Settimana Anticontraffazione promossa dallo stesso Ministero nel 2016, che ha previsto l'organizzazione di eventi di sensibilizzazione sui temi della contraffazione su tutto il territorio nazionale ed, in particolare, nelle città di Roma, Milano e Palermo. La manifestazione si è svolta in sette giorni realizzando eventi, convegni, proiezioni ed altre iniziative innovative per rendere i cittadini e le imprese, attraverso i loro comportamenti e le loro scelte protagonisti attivi e alleati nella lotta alla contraffazione. Nelle città di Roma, Milano e Palermo sono state organizzate iniziative innovative, quali flash-mob e road show, creati in collaborazione con le Associazioni dei consumatori, sul tema della lotta al mercato del falso e, contestualmente, nel corso della Settimana, sono stati coinvolti tutti i 20 capoluoghi di regione d'Italia con una campagna di affissione e momenti di dibattito e confronto sul tema. L'iniziativa ha coinvolto un ampio pubblico: dai consumatori alle imprese, dalle istituzioni alle Forze dell'Ordine al fine di trasmettere un messaggio forte sul ruolo attivo che ognuno può avere nella lotta alla contraffazione.

---

<sup>16</sup> Tale Iniziativa Progettuale, a titolarità del Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM, è parte integrante del Piano Nazionale Anticontraffazione (PNA), di cui fanno parte anche le seguenti iniziative inserite nel presente Piano Nazionale Strategico: Campagna nazionale di comunicazione, Studi territoriali sul fenomeno della contraffazione, Attività di supporto alle PMI per favorire un approccio sicuro all'e-commerce, Carta Italia, App Linea diretta Anticontraffazione, IP - Pre diagnosi, Marchi storici.



- **Campagna nazionale di comunicazione:** l'iniziativa, proposta dalla Direzione Generale Lotta alla Contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico, prevede la progettazione ed organizzazione di una campagna di comunicazione attraverso la diffusione di spot da trasmettere su media tradizionali (radio, televisioni) e web, nonché la realizzazione di spazi pubblicitari su quotidiani nazionali, locali e free press e l'affissione di manifesti per la diffusione di messaggi sulla lotta alla contraffazione. Obiettivo della campagna è quello di incentivare tutti i destinatari a un comportamento più consapevole e responsabile rispetto al fenomeno contraffattivo.
- **Seminario internazionale sulla contraffazione on line:** l'iniziativa proposta dal Ministero dell'Economia e delle Finanze - Guardia di Finanza, prevede l'organizzazione di un seminario internazionale sul tema della lotta alla contraffazione on line e nei social network, rivolto ad operatori delle Autorità di law enforcement dei Paesi membri dell'Unione europea. L'obiettivo del seminario è quello di presentare approfondimenti sulle tecniche investigative e sugli strumenti di prevenzione e contrasto della contraffazione, tra cui l'applicativo "CO.Li.Br.I." (Contraffazione On Line Brand Inquiry: Sistema di Controllo e Monitoraggio Anti Contraffazione) utilizzato dalla Guardia di Finanza per il monitoraggio dei canali di distribuzione commerciale on line. Il seminario sarà organizzato in collaborazione con l'Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale (EUIPO) e rientra nell'ambito dei Piani operativi dell'EU Policy Cycle, il ciclo programmatico dell'Unione europea per contrastare la criminalità organizzata e le forme gravi di criminalità internazionale, tra cui ulteriori priorità sono la lotta alla contraffazione, alla pirateria informatica e la tutela della proprietà intellettuale e industriale. La Guardia di Finanza ha assunto un ruolo di capofila del Piano operativo dell'UE per la "priorità contraffazione di merci con impatto sulla salute e sicurezza pubblica".
- **Mangia Sano Mangia Made In:** l'iniziativa, promossa dall'Associazione CODICI, facente parte del CNCU, consiste in una piattaforma web per la recensione di prodotti alimentari da parte dei consumatori con l'obiettivo di promuovere e favorire gli acquisti di prodotti del mercato legale. L'iniziativa prevede anche un servizio di "Mystery shopping" realizzato dall'Associazione, che valuta la qualità dei prodotti presenti sulla piattaforma al fine di rendere maggiormente consapevoli e responsabili i consumatori negli acquisti di prodotti on line. Sulla piattaforma sono riportate anche informazioni ed aggiornamenti sulla contraffazione in campo alimentare e sulle attività repressive avviate.
- **Giornata della Legalità – "Legalità mi piace":** l'iniziativa, promossa da Confcommercio, prevede l'organizzazione, nel mese di novembre 2017, di una giornata di eventi, mostre, convegni in collaborazione con il sistema associativo territoriale contro tutte le forme di illegalità e



i fenomeni criminali che rappresentano un grave danno per l'economia del paese, tra cui l'abusivismo e la contraffazione. Tale iniziativa progettuale si pone in linea con quanto si sta facendo a livello europeo e nazionale per contrastare i fenomeni di contraffazione: si pensi in tal senso alla Giornata Mondiale della Proprietà Industriale, che ricorre il 26 aprile di ogni anno, quale occasione per affrontare il fenomeno della contraffazione e della tutela della Proprietà Industriale in Italia ed in Europa. Inoltre, si pone in stretta sinergia con l'iniziativa "Settimana Anticontraffazione", in quanto entrambe si presentano come occasioni stabili di confronto e condivisione che concorrono all'obiettivo generale di diffondere una cultura sui temi della protezione del Made in Italy, sul valore dei titoli di PI e sulla lotta alla contraffazione tra consumatori ed imprese, mantenendo sempre alta l'attenzione di tutta la società su questi temi e sui rischi connessi con le violazioni dei diritti.

- **Riconosco l'originale:** l'iniziativa, promossa dall'Associazione CODICI, prevede l'organizzazione di una campagna di comunicazione da realizzare all'interno delle biblioteche statali per sensibilizzare gli utenti delle biblioteche sui temi della tutela della PI e della violazione dei diritti. Principale target dell'iniziativa progettuale sono i giovani, ma anche gli adulti con livello culturale medio-alto, che attraverso il progetto potranno migliorare la propria conoscenza del fenomeno contraffattivo e degli effetti delle violazioni dei diritti di PI sull'economia e sulla collettività e apprendere gli strumenti di auto-tutela a disposizione dei consumatori.
- **Eventi sulla contraffazione delle opere d'arte:** l'iniziativa è promossa dal Comando dei Carabinieri Tutela Patrimonio Culturale con l'obiettivo di sensibilizzare il consumatore sulle misure da adottare per l'acquisto di opere d'arte al fine di evitare di incorrere in beni contraffatti. L'iniziativa prevede l'esposizione in mostre monotematiche sul "falso d'arte" di esemplari di opere d'arte contraffatte confiscate dalle Forze dell'Ordine su tutto il territorio nazionale in raffronto a opere d'arte autentiche, indicando le sanzioni penali previste dal Decreto legislativo n. 42/2004 - "Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137". Per il buon esito dell'iniziativa saranno coinvolte le istituzioni di riferimento e le associazioni di categoria impegnate nella tutela e valorizzazione dei beni culturali. In tale direzione si pone la collaborazione instaurata con l'Università di Roma Tre, che ha previsto l'istituzione del "Laboratorio del falso", finalizzato a definire e realizzare: programmi didattici e iniziative formative volti alla diffusione della cultura della legalità, con specifico focus sul "falso d'arte"; campagne mediatiche volte a valorizzare il lavoro necessario per la realizzazione di opere autentiche; studi sugli artisti maggiormente soggetti alla contraffazione delle proprie opere, in modo da delineare tecniche, procedure, sistemi per permettere di discriminare l'autentico dal contraffatto.



*Consiglio Nazionale Anticontraffazione*

- **Campagna nazionale di informazione:** in continuità con le iniziative già promosse, Confapi realizzerà una campagna di sensibilizzazione sui temi della lotta alla contraffazione rivolta sia ai consumatori per orientarli nelle proprie scelte d'acquisto legale sia alle imprese per migliorare la percezione sul valore strategico dei titoli di PI per lo sviluppo e la competitività dell'economia. L'iniziativa prevede: la pubblicazione di materiale informativo sul sito web dell'associazione, l'organizzazione di giornate informative presso le proprie sedi territoriali e nazionale e la messa a disposizione di un vademecum informativo sui diritti di PI a supporto delle imprese.



### 3.2.2 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “2. Formazione e Informazione”



AZIONE STRATEGICA	INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO CAPOFILA/PROPONENTE
<b>2.1 – FORMAZIONE ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE</b>	Formazione dei funzionari della PA	Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
	Vademecum per gli acquisti della PA	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
	Iniziative di sensibilizzazione sul fenomeno della contraffazione	Ministero dell'Economia e delle Finanze – Guardia di Finanza
	Promozione di una cultura agroalimentare	Comando dei Carabinieri Politiche Agricole e Alimentari – Nuclei Antifrodi
<b>2.2 – FORMAZIONE AI GIOVANI</b>	Formazione agli studenti delle scuole secondarie (Proprietà Intellettuale on line)	Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo
	Educazione alla legalità economica	Ministero dell'Economia e delle Finanze/Guardia di Finanza
	Programma di formazione e sensibilizzazione sulla PI	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
	Roadshow “Io sono originale”	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
	Progetto nazionale di educazione all'acquisto legale e responsabile: fermiamo la contraffazione	Confcommercio
	Consumo e diritti: sensibilizzare i giovani verso un consumo consapevole	Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccole e Media Impresa (CNA)
<b>2.3 – FORMAZIONE E INFORMAZIONE ALLE IMPRESE</b>	IP – Pre diagnosi	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
	Piattaforma di mobile learning L2PRO	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
	Come tutelare il proprio Marchio e il proprio know how, come prevenire la contraffazione	Confederazione Italiana Agricoltori (CIA)



*Consiglio Nazionale Anticontraffazione*

---

<b>2.4 – ANALISI E STUDI</b>	Analisi delle relazioni tra contraffazione e criminalità organizzata	Ministero dell'Interno
	Case study Italia dello Studio "Trade in Counterfeit and Pirated Goods. Mapping the Economic Impact" dell'OCSE	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
	Osservatorio Agromafie	Coldiretti

---



La lotta alla contraffazione e la difesa dei diritti di Proprietà Industriale richiedono la definizione e l'organizzazione di specifiche azioni di formazione, che, integrate nella strategia complessiva di contrasto del fenomeno, si ritiene possano accrescere la consapevolezza dei giovani sui rischi connessi con gli acquisti di prodotti illegali, innalzare la conoscenza delle imprese sugli strumenti a loro disposizione per proteggersi da azioni illecite e migliorare le competenze della Pubblica Amministrazione e delle Forze dell'Ordine nell'implementazione di azioni di prevenzione e contrasto. L'obiettivo principale delle azioni di formazione ed informazione consiste nel sensibilizzare i consumatori sui rischi connessi all'acquisto di prodotti contraffatti al fine di ridurre la domanda e di conseguenza di eliminarne l'offerta sui mercati offline e online.

Nell'attuale scenario economico e sociale, in considerazione della complessità e dell'entità del fenomeno contraffattivo e delle relazioni con la criminalità organizzata, la formazione diventa un'Azione Strategica fondamentale per creare consapevolezza orientata a prevenire e combattere gli illeciti. Le attività formative, finalizzate ad **accrescere la corretta percezione delle interrelazioni esistenti tra innovazione, Proprietà Intellettuale e competitività**, devono essere indirizzate a diversi target e progettate tenendo conto del ruolo ricoperto da ciascun *stakeholder* nei processi di lotta contro la contraffazione e del possibile contributo alla riduzione della domanda e dell'offerta di prodotti contraffatti. I temi su cui concentrare le attività formative sono vari a seconda degli obiettivi da raggiungere: la normativa italiana e comunitaria in ambito di PI, gli strumenti giuridici di tutela dei diritti di PI e di contrasto alla contraffazione in ambito nazionale ed estero, gli specifici incentivi a sostegno delle imprese, gli strumenti a disposizione dei consumatori per riconoscere i prodotti contraffatti, le autorità nazionali ed internazionali preposte alla prevenzione e al contrasto, le iniziative messe in campo dalle diverse istituzioni ed Amministrazioni per contrastare i fenomeni contraffattivi, ecc.

Attraverso la priorità strategica "2. Formazione e informazione", il CNAC intende contribuire al **miglioramento delle conoscenze dei giovani, delle imprese e della Pubblica Amministrazione** sulla Proprietà Industriale e sul fenomeno della contraffazione sostenendo la realizzazione di quattro Azioni Strategiche, tra loro integrate e coordinate, che necessitano della collaborazione tra tutti gli attori coinvolti.

#### **AZIONE STRATEGICA 2.1 – FORMAZIONE ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE**

Il campo di intervento dell'azione di formazione comprende tutte quelle iniziative rivolte alla Pubblica Amministrazione, alle Forze dell'Ordine e ad altri soggetti istituzionali coinvolti nella tutela della PI e nella lotta alla contraffazione. Le tematiche oggetto delle attività di formazione ed informazione variano a seconda del target di riferimento e comprendono, ad esempio, lo scambio di buone pratiche di contrasto della contraffazione, la valutazione e l'analisi dell'efficacia dei dispositivi tecnici di sicurezza e di



contrasto, l'applicazione delle sanzioni amministrative, penali e pecuniarie e degli altri strumenti per far rispettare i diritti di PI nonché la cooperazione amministrativa tra le autorità competenti. Al fine di rendere sempre più efficace le azioni di prevenzione e di contrasto dei fenomeni contraffattivi, in considerazione della rapida evoluzione dei fenomeni illeciti e dei canali di produzione e distribuzione delle merci contraffatte per rispondere alla domanda dei consumatori, le iniziative formative prevedono sessioni sulla legislazione comunitaria e nazionale in materia di PI, sulle tendenze della contraffazione e sui modelli commerciali ad esse associati nonché sullo scambio delle migliori pratiche circa le tecniche e strumenti di individuazione del fenomeno. L'obiettivo è quello di innalzare le capacità e le competenze professionali delle autorità competenti affinché operino in maniera sempre più qualificata, tenendo conto degli aggiornamenti, normativi, tecnologici ed economici, in materia di PI e di contraffazione.

Rientrano in questa Azione Strategica le seguenti iniziative progettuali:

- **Formazione dei funzionari della PA:** l'iniziativa, proposta dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, prevede la progettazione, l'organizzazione e l'erogazione di attività di formazione rivolte ai funzionari della PA impegnati nella tutela della PI e del "Made in Italy", in modo particolare in ambito internazionale. L'obiettivo dell'iniziativa è quello di diffondere una cultura della PI e della lotta alla contraffazione e alla pirateria. Le attività di formazione, che saranno erogate dalla Scuola Nazionale dell'Amministrazione (SNA) sulla base di una proposta che sarà formulata dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, potranno essere svolte anche avvalendosi di piattaforme didattiche multiple e prevedendo esperienze sul campo nonché il coinvolgimento delle imprese italiane per la presentazione di casi specifici.
- **Vademecum per gli acquisti della PA:** l'iniziativa progettuale, proposta dal Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC - UIBM, prevede la progettazione, realizzazione e distribuzione di un vademecum contenente linee guida per gli acquisti sicuri della Pubblica Amministrazione. L'obiettivo è sensibilizzare le stazioni appaltanti in relazione al rischio di acquistare prodotti in violazione dei diritti di proprietà industriale. Il vademecum conterrà anche prime indicazioni operative per una maggiore tutela delle Pubbliche Amministrazioni.
- **Iniziative di sensibilizzazione sul fenomeno della contraffazione:** l'iniziativa progettuale proposta dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, in collaborazione con la Guardia di Finanza, prevede l'organizzazione di attività di informazione e sensibilizzazione rivolte agli esperti della Guardia di Finanza che operano presso le Ambasciate e le rappresentanze estere sul tema della contraffazione e delle violazioni dei diritti di PI. Obiettivo dell'iniziativa è quello di favorire la cooperazione internazionale nella lotta alla criminalità economico-finanziaria di rilievo transnazionale. L'attuale assetto della rete della Guardia di Finanza prevede la presenza di Ufficiali del corpo presso le sedi di Belgrado, Berna, Brasilia, Bruxelles, Buenos Aires, Colonia, Londra, Madrid, Mosca, New York, Nuova Delhi, Ottawa, Panama, Parigi, Pechino, Rabat,



Vienna e Washington. Tale iniziativa si pone in continuità con quanto già realizzato dall'Ufficio Relazioni Internazionali e Cooperazioni con Enti Collaterali del Comando Generale della Guardia di Finanza, che nel 2015 ha preso parte ad una conferenza internazionale sul tema della lotta alla contraffazione organizzata dall'Ambasciata d'Italia a Washington.

- **Promozione di una cultura agroalimentare:** l'iniziativa, proposta dal Comando dei Carabinieri Politiche Agricole e Alimentari – Nuclei Antifrodi, mira a tutelare i consumatori attraverso la diffusione di informazioni sull'origine dei prodotti agroalimentari e sul valore dell'etichettatura, contrastando la falsa evocazione di prodotti Made in Italy, le pratiche commerciali ingannevoli e le difformità rispetto ai disciplinari di produzione delle DOP/IGP/STG ovvero delle produzioni regolamentate dalla normativa UE e MIPAAF. L'iniziativa prevede l'organizzazione di incontri, conferenze, la partecipazione a fiere/eventi di settore e la divulgazione di comunicati stampa, rivolte alle varie articolazioni territoriali dell'Arma, agli operatori del comparto agroalimentare e, soprattutto, ai consumatori.

#### **AZIONE STRATEGICA 2.2 – FORMAZIONE AI GIOVANI**

In considerazione della sempre crescente diffusione del fenomeno contraffattivo anche in relazione all'incremento del commercio on line, i giovani rappresentano il principale target delle attività di formazione. Un'indagine sulla percezione della proprietà industriale<sup>17</sup>, condotta da EUIPO sul territorio UE tra circa 26.000 persone con più di 15 anni, mostra come i giovani appaiano maggiormente tolleranti rispetto al resto della popolazione ad acquistare beni contraffatti. Dall'indagine risulta che il 15% dei giovani di età compresa tra i 15 e i 24 anni sostiene di avere acquistato consapevolmente prodotti contraffatti negli ultimi 12 mesi. Inoltre, il 41% dei giovani ritiene accettabile acquistare beni contraffatti visto che i prodotti autentici sono troppo costosi. Tali dati dimostrano la necessità di progettare mirate azioni di formazione coinvolgenti e partecipate rivolte ai giovani con l'obiettivo di contribuire ad innescare un cambiamento culturale, che li renda maggiormente consapevoli della gravità della contraffazione e li incoraggi a svolgere un ruolo attivo nella società riducendo la domanda di prodotti contraffatti: a coloro che acquistano inconsapevolmente prodotti contraffatti bisogna fornire gli strumenti per riconoscerli e tutelarsi; a coloro che acquistano consapevolmente prodotti contraffatti bisogna far comprendere i possibili rischi derivanti dall'acquisto ed utilizzo di prodotti contraffatti ed evidenziare la presenza della criminalità organizzata che danneggia l'economia in termini di perdita di competitività e di posti di lavoro. Scopo delle iniziative di formazione è far conoscere il valore dell'attività inventiva quale leva dello sviluppo della società e il disvalore della contraffazione quale freno alla creatività ed evidente fonte di profitto per l'attività criminalizzata. I principali temi oggetto delle iniziative di formazione vanno dall'innalzamento delle conoscenze degli strumenti di Proprietà Industriale come tutela delle innovazioni



all'analisi delle dimensioni ed entità del fenomeno contraffattivo, in ambito nazionale ed internazionale, al fine di colmare il gap di conoscenze e rendere ciascuno maggiormente responsabile nel momento in cui effettua acquisti di prodotti on line e off line, avendo conoscenza sia delle sanzioni amministrative cui va incontro sia dei pericoli e rischi connessi. L'azione di formazione deve essere indirizzata anche alle scuole presenti su tutto il territorio nazionale, contribuendo ad orientare l'azione educativa verso tematiche di attualità, a diffondere il valore dell'attività inventiva e della tutela del Made in Italy e a promuovere una cultura di questi temi, la loro sedimentazione e il radicamento nei programmi formativi delle scuole nazionali.

Nell'ambito dell'Azione Strategica "2.2 Formazione ai giovani" rientrano le seguenti iniziative progettuali:

- **Formazione agli studenti delle scuole secondarie (Proprietà Intellettuale on line):** l'iniziativa progettuale, proposta dal Ministero dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo, prevede la progettazione ed organizzazione di attività di formazione rivolte al corpo docente e agli studenti delle scuole secondarie sulla contraffazione on line. Le attività di progetto prevedono: realizzazione dei contenuti scientifici e divulgativi sui temi della tutela della PI e del contrasto alla contraffazione e alla pirateria on line da distribuire nelle scuole; realizzazione di questionari informativi per verificare il livello medio di consapevolezza e conoscenza degli strumenti di tutela dei diritti di PI nel web; organizzazione di workshop in alcuni licei di Roma e Provincia; realizzazione di una banca dati dei materiali raccolti in relazione alle domande più frequenti raccolte nei formulari consegnati alle scuole; organizzazione di 2 convegni in apertura e chiusura di progetto.
- **Educazione alla legalità economica:** l'iniziativa, proposta dal Ministero dell'Economia e delle Finanze in collaborazione con la Guardia di Finanza, prevede la progettazione e l'organizzazione di incontri formativi con gli studenti delle scuole primarie e secondarie di primo e secondo grado su tutto il territorio nazionale sui temi della tutela della PI e della violazione dei diritti al fine di sensibilizzare i giovani sui rischi che derivano dagli atti illeciti e sulle conseguenze delle violazioni della PI dal punto di vista economico e finanziario. Obiettivo dell'iniziativa è quello di diffondere il concetto di sicurezza economica e finanziaria connesso agli acquisti e stimolare nei giovani una maggiore consapevolezza del ruolo rivestito dalle Forze dell'Ordine a tutela delle libertà economiche.
- **Programma di formazione e sensibilizzazione sulla PI:** l'iniziativa, proposta dal Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM in collaborazione con il MIUR, prevede l'avvio di un'attività di formazione rivolta ai giovani, sostenendo e diffondendo la proiezione del docu-film "La

---

<sup>17</sup> "Widespread support for intellectual property rights among EU citizens, and growing use of digital legal offers highlighted in new survey", EUIPO, Marzo 2017.



**fabbrica fantasma**", realizzato dal regista Mimmo Calopresti con la collaborazione del MISE, con l'obiettivo di testimoniare la rilevanza dell'impegno di ciascuno nel contrasto alla contraffazione e di promuovere occasioni di riflessione e dibattito sui danni economici e sociali derivanti dal consumo di prodotti contraffatti. Sempre con il supporto del MIUR si propone l'inserimento nei **Piani di Offerta Formativa** degli Istituti superiori di attività extracurricolari relative alla proprietà industriale e alla lotta alla contraffazione, con connesse attività propedeutiche di formazione dei docenti. Grazie alla collaborazione con il MIUR, la formazione sarà estesa ad un numero più elevato di istituti scolastici di tutto il territorio nazionale rispetto alle attività svolte negli anni passati. Tale iniziativa si pone in continuità con le attività realizzate dal Ministero dello Sviluppo Economico d'intesa con il Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca mediante la pubblicazione nel 2012 del Bando di partecipazione al Programma *"Attività di formazione e sensibilizzazione del corpo docente delle scuole primarie e secondarie sui temi della lotta alla contraffazione e della valorizzazione e tutela della Proprietà Industriale"*. Le attività di formazione hanno coinvolto circa 160 istituti e oltre 400 docenti. A dicembre 2015 è stato, inoltre, avviato il Progetto *"P.I. Educational"*, finanziato dalla DGLC - UIBM, dedicato alla diffusione di una cultura della PI tra i giovani coinvolgendo circa 5.000 studenti dal Nord al Sud del Paese tramite la realizzazione di 34 progetti da parte di 100 docenti appositamente formati.

- **Roadshow "Io sono originale"**: l'iniziativa del MISE prevede un programma di azioni rivolto agli studenti degli ultimi tre anni delle superiori attraverso la realizzazione di 20 tappe del Roadshow con il supporto delle Associazioni dei consumatori nell'ambito della più ampia iniziativa "Io sono originale". Ad ogni tappa, ai ragazzi sarà distribuito materiale illustrativo progettato ad hoc e gadget. Sarà somministrato un questionario anonimo prima degli incontri che prevedranno a loro volta la presentazione di slide sulla contraffazione e sulla tutela della proprietà industriale, seguiranno interventi delle istituzioni/stakeholder e proiezione di video informativi. Gli studenti saranno poi protagonisti di un quiz finale che ha l'obiettivo di fissare ulteriormente i contenuti appresi. È prevista anche la possibilità di far realizzare agli studenti un video che li renda protagonisti dell'informazione corretta contro il falso. In conclusione dell'incontro i ragazzi saranno invitati ad utilizzare il canale "Instagram Originale": in questo modo si punta a rendere i giovani più partecipi "raccontando" quello che, ad esempio, capita loro di osservare per strada immortalandolo con una foto e condividendolo nella community in tempo reale, utilizzando l'hashtag #iosonoriginale.
- **Progetto nazionale di educazione all'acquisto legale e responsabile: fermiamo la contraffazione**: si tratta di un'attività, proposta da Confcommercio, di sensibilizzazione rivolta agli studenti per informarli su tutti i fenomeni illegali quali il racket, l'usura e la corruzione che alterano il mercato e falsano la concorrenza a scapito delle imprese che operano nella legalità,



con specifici focus sulla contraffazione e abusivismo. Le attività formative si svolgono attraverso metodi innovativi, quali le rappresentazioni teatrali nell'ambito scolastico. Nel 2017 sono previste 5 tappe da realizzare sul territorio nazionale. Nel 2016 sono state già realizzate 5 tappe sul territorio nazionale che hanno coinvolto le città di Cosenza, Palermo, Lamezia Terme, Rieti e Foggia con il coinvolgimento di più di 3.000 studenti.

- **Consumo e diritti: sensibilizzare i giovani verso un consumo consapevole:** l'iniziativa, già avviata nel 2016 dalla CNA in collaborazione con il MIUR, nasce con la sottoscrizione di un Protocollo di Intesa volto a sensibilizzare i giovani su un consumo consapevole e sulla cultura della qualità e della tutela del Made in Italy. L'iniziativa prevede la realizzazione di laboratori di progettazione di prodotti di moda e design, l'organizzazione di visite presso imprese della moda, l'erogazione di lezioni interattive sui temi della qualità dei prodotti, l'organizzazione di incontri con esperti del settore e con rappresentanti delle Forze dell'Ordine sul tema della contraffazione.

#### **AZIONE STRATEGICA 2.3 – FORMAZIONE E INFORMAZIONE ALLE IMPRESE**

Tale Azione Strategica comprende una serie di interventi rivolti al sistema imprenditoriale diretti a prevenire la contraffazione, puntando sulla diffusione dei valori della Proprietà Industriale per indurre gli imprenditori a tutelare le proprie innovazioni dalla contraffazione. Un recente studio condotto dall'EU IPO ha rilevato come le aziende di grandi dimensioni siano più propense a registrare diritti di PI rispetto alle aziende di dimensioni inferiori: il 40% delle aziende più grandi ha registrato diritti, rispetto al 9% delle PMI.

Secondo i dati dello *European Innovation Scoreboard 2016* elaborato dalla Commissione Europea, che fornisce un'analisi comparativa delle performance di innovazione dei Paesi UE, l'Italia si trova tra i Paesi "innovatori moderati", preceduta da altri 16 Paesi europei che sono "leader dell'innovazione"; le sue performance di innovazione risultano in crescita nel periodo tra il 2008 e il 2015. Un trend positivo a livello nazionale si rileva nel ricorso agli strumenti di tutela dei diritti di PI: nel 2016 si è registrato un incremento nel numero di domande di brevetto nazionale depositate all'UIBM e nel numero di domande depositate all'EPO da parte di inventori italiani. Nello stesso anno, inoltre, l'Italia è il secondo paese in Europa per il tasso di crescita delle domande di brevetto europeo depositate all'EPO<sup>18</sup>. Il 3% delle domande di brevetto europeo continua a provenire dall'Italia.

In tale contesto diventa strategico organizzare specifiche attività di formazione dedicate alle imprese finalizzate ad un confronto sulle esigenze e sulle priorità del sistema produttivo nazionale e a presentare i diversi strumenti messi a disposizione dell'ordinamento giuridico per la tutela dei diritti di PI al fine di

---

<sup>18</sup> Report Annuale 2016 delle statistiche relative alle domande di brevetto ricevute e ai brevetti concessi dall'European Patent Office (EPO), Marzo 2017.



educarle a un corretto impiego degli strumenti di tutela e promozione. Scopo delle iniziative di formazione è quello di evidenziare il valore strategico dell'innovazione e della creatività come chiave competitiva e di rilancio del sistema economico nazionale e principale strumento di contrasto del mercato del falso. L'obiettivo delle attività di formazione è quello di approfondire le conoscenze relative ad aspetti legali, procedurali ed economici della PI, per una corretta implementazione dei titoli brevettuali ed una efficace gestione degli asset immateriali, nonché per aggiornare le competenze specifiche di quanti già utilizzano strumenti di tutela della Proprietà Intellettuale in ambito aziendale. Inoltre, nell'ambito del percorso formativo, occorre prevedere specifiche sessioni relative agli strumenti finanziari innovativi messi a disposizione a livello nazionale per incentivare le imprese a ricorrere ai titoli di PI e al tema della contraffazione e dei mezzi di tutela contro le violazioni. Nell'ambito dell'Azione Strategica "2.3 Informazione alle imprese" rientrano le seguenti iniziative progettuali:

- **IP – Pre diagnosi:** l'iniziativa, proposta dal Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM, consiste nel potenziamento del servizio on line rivolto alle imprese per promuovere il ricorso agli strumenti di PI quali strumenti di tutela dai competitor e dai contraffattori al fine di valorizzare gli asset intangibili e favorire la lotta alla contraffazione. Il servizio, grazie alla compilazione da parte delle imprese di un questionario on line, fornirà per ogni impresa una "fotografia" dello stato dell'arte in termini di livello di innovazione dei processi e dei prodotti dell'impresa e di consapevolezza e percezione del valore della tutela dei titoli di Proprietà Industriale. L'obiettivo è quello di elaborare, sulla base delle informazioni fornite dalle imprese, un quadro conoscitivo per orientarle nella scelta strategica della forma di tutela dei titoli di PI più idonei rispetto al proprio business.
- **Piattaforma di mobile learning L2PRO:** l'iniziativa, già avviata dal Ministero dello Sviluppo Economico-DGLC-UIBM nel 2015, consiste in una piattaforma per l'apprendimento mobile, fruibile tramite app, rivolta alle piccole e medie imprese per supportarle nei processi di innovazione. La piattaforma L2Pro è concepita per promuovere l'innovazione, la formazione e lo scambio di best practice tra le PMI, che tramite l'app possono avere accesso a strumenti e conoscenze per comprendere come valorizzare e trarre vantaggio dalle proprie innovazioni in uno scenario globale sempre più competitivo. La piattaforma L2Pro si basa su contenuti derivanti da ip4inno – un progetto finanziato dalla Commissione Europea per aiutare le PMI ad accrescere la loro comprensione e l'uso dei diritti di PI – combinati con nuovi contenuti interattivi. La app mobile consentirà alle PMI di accedere ai contenuti e di partecipare alla formazione mirata in ogni momento e luogo grazie alla connettività a banda larga mobile.
- **Come tutelare il proprio Marchio e il proprio know how, come prevenire la contraffazione:** la CIA-Agricoltori Italiani nel corso del 2017 e 2018 realizzerà un ciclo di formazione rivolto alle imprese agricole associate al fine di favorire il rafforzamento della conoscenza da parte delle singole imprese degli strumenti a disposizione per tutelare il proprio prodotto ed il



know how, soprattutto in riferimento alle attività agricole orientate ai mercati esteri. Nei mesi di Gennaio e Febbraio 2017 sono stati già realizzati a Milano, Roma e Bari tre corsi di formazione.

#### **AZIONE STRATEGICA 2.4 – ANALISI E STUDI**

L'Azione Strategica 2.4 "Analisi e studi" è finalizzata ad approfondire la conoscenza del fenomeno contraffattivo in termini di settori coinvolti, caratteristiche dei territori target, strategie di produzione e distribuzione, collegamenti con la criminalità organizzata, impatto economico e fiscale, rischi per la salute dei consumatori, al fine di definire strategie di previsione e di contrasto efficaci. L'azione prevede la predisposizione di indagini, studi e ricerche sulla contraffazione, in ambito nazionale ed internazionale, al fine di approfondire la conoscenza del fenomeno, stimolare il dibattito culturale e individuare efficaci azioni di prevenzione e contrasto capaci di arginare il fenomeno della contraffazione a tutti i livelli. Il Ministero dello Sviluppo Economico - Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (MISE - DGLC - UIBM) costituisce un Osservatorio Nazionale sulla contraffazione, che realizza indagini, studi e ricerche sul fenomeno, anche in collaborazione con partner nazionali e internazionali, al fine di approfondirne la conoscenza ed offrire ai policy maker informazioni utili non solo nella definizione delle policy, ma anche per stimolare il dibattito culturale, orientare le attività di comunicazione e monitorare le attività per evitare che nei territori si moltiplichino e si sovrappongano iniziative di prevenzione e contrasto non efficaci. In collaborazione con il Censis, sono stati realizzati diversi studi sul tema della contraffazione<sup>19</sup>, che stimano il valore del mercato interno della contraffazione e del suo impatto sulle principali grandezze economiche e fiscali. Si tratta delle uniche stime a livello nazionale che mettono in evidenza il valore economico dell'attività contraffattiva, il numero di posti di lavoro persi a causa di tali attività illecite e le mancate entrate per l'Erario. Altro strumento di analisi del fenomeno contraffattivo è IPERICO, Intellectual Property – Elaborated Report of the Investigation on Counterfeiting, il database sulle attività di contrasto alla contraffazione in Italia realizzato dal MISE – DGLC – UIBM in collaborazione con la Guardia di Finanza e l'Agenzia delle Dogane e il Servizio Analisi Criminale del Ministero dell'Interno. Principale obiettivo di IPERICO è fornire informazioni integrate, armonizzate e di sintesi dei dati provenienti dalle banche dati di ciascun organismo preposto al controllo con riferimento al numero di sequestri, alla quantità e alla tipologia di prodotti sequestrati, alla stima del valore medio degli articoli contraffatti e alla distribuzione sul territorio nazionale. I dati contenuti in Iperico analizzano il fenomeno contraffattivo a partire dal 2008. Nell'ambito di questa Azione Strategica, rientrano le seguenti iniziative progettuali:

---

<sup>19</sup> "Dimensioni, caratteristiche, approfondimenti sulla contraffazione", Rapporto 2012. Censis – MISE-UIBM. "La contraffazione: dimensioni, caratteristiche ed approfondimenti", Rapporto 2014. Censis – MISE-UIBM. "La contraffazione: dimensioni, caratteristiche ed approfondimenti", Rapporto 2016. Censis – MISE-UIBM. Si ricordano, inoltre, gli studi territoriali realizzati dalla DGLC-UIBM del MISE illustrati nella Priorità tematica 3 "Rafforzamento dei Presidi Territoriali".



- **Analisi delle relazioni tra contraffazione e criminalità organizzata:** l'iniziativa, proposta dal Ministero dell'Interno, prevede l'elaborazione di un'indagine sulle connessioni tra contraffazione, criminalità organizzata e terrorismo internazionale al fine di evidenziare la dimensione sovranazionale della contraffazione ed il funzionamento delle reti criminali e di individuare opportune strategie di prevenzione e contrasto a supporto delle azioni messe in campo dalle autorità competenti. Tale iniziativa si pone in continuità con l'attività di analisi già realizzata nel 2011-2012 dal MISE – DGLC – UIBM in collaborazione con UNICRI, Istituto interregionale delle Nazioni Unite per la Ricerca sul Crimine e la Giustizia in collaborazione con MISE-UNICRI, dal titolo “La contraffazione come attività gestita dalla criminalità organizzata transnazionale: il caso italiano”. L'analisi elaborata consente di rilevare le dinamiche di penetrazione e sviluppo nei mercati della contraffazione e della rete di connivenze che la sostiene e la alimenta. Lo studio contiene dati sul coinvolgimento della criminalità organizzata, italiana e transnazionale, nel commercio illegale di prodotti contraffatti in Italia e sulle direttrici in ingresso e in uscita di tali traffici, gestiti dai gruppi criminali. A seguito dei risultati ottenuti dalla mappatura, è stato realizzato un ulteriore studio finalizzato ad analizzare la possibilità di supportare la lotta alla contraffazione attraverso il riutilizzo dei beni confiscati alle “mafie” dedite a tali attività, per finalità di sostegno allo sviluppo economico e promozione della proprietà intellettuale in territori altamente penalizzati dalla presenza di questi gruppi criminali. La proposta del Ministero dell'Interno evidenzia l'opportunità di proseguire nell'analisi e nella verifica del coinvolgimento del crimine organizzato nei reati di contraffazione, ipotesi sviluppatasi proprio a seguito dei risultati ottenuti dalla precedente mappatura.
- **Case study Italia dello Studio Trade in Counterfeit and Pirated Goods. Mapping the Economic Impact dell'OCSE:** la Direzione Generale Lotta alla Contraffazione – UIBM del MISE sta avviando in collaborazione con OCSE un nuovo studio sulla contraffazione, volto ad approfondire aspetti che presentano elementi di novità e complementarità rispetto alle analisi sino ad oggi condotte in Italia. Si vuole, infatti, con tale progetto non soltanto analizzare il mercato interno della contraffazione, ma anche indagare aspetti qualitativi e quantitativi correlati al commercio di prodotti italiani contraffatti nel mondo, con approfondimenti settoriali, esaminando altresì l'andamento e le rotte verso l'Italia delle merci false. La metodologia adottata muoverà da quella utilizzata nello studio OCSE – EUIPO “Trade in Counterfeit and Pirated Goods. Mapping the Economic Impact” lanciato nel 2016, con gli opportuni adattamenti al caso Italia, e con l'arricchimento di dati e analisi dell'Osservatorio sulla contraffazione DGLC-UIBM. In tal senso, evidentemente, potrà utilmente essere recepito l'apporto di attori quali Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane per la costruzione della base di analisi specifica del nostro Paese.



*Consiglio Nazionale Anticontraffazione*

- **Osservatorio Agromafie:** Fondazione “Osservatorio sulla Criminalità nell’Agricoltura e sul Sistema Agroalimentare” istituita dall’Associazione Coldiretti con l’obiettivo di approfondire, diffondere e divulgare studi sulla criminalità e sull’illegalità nell’agricoltura e nell’agroalimentare al fine di diffondere e divulgare tra i cittadini una cultura che valorizzi la filiera agricola esclusivamente italiana e gli elementi distintivi della produzione agricola nazionale, sostenendo che la lotta alla contraffazione nel settore agroalimentare comporta effetti vantaggiosi in termini ambientali, sociali ed occupazionali. Principali attività della Fondazione consisteranno nella elaborazione di pubblicazioni scientifiche, organizzazione di convegni e realizzazione di brochure informative sul fenomeno della contraffazione nel settore agroalimentare, in continuità con quanto già fatto dalla sua istituzione per coinvolgere tutti gli attori della filiera agroalimentare nella lotta alla contraffazione.



### 3.2.3 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “3. Rafforzamento dei Presidi Territoriali”



AZIONE STRATEGICA	INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO CAPOFILA/PROPONENTE
<b>3.1 – RAFFORZAMENTO DEI PRESIDI TERRITORIALI</b>	Vigilanza e contrasto del lavoro nero	Ministero del Lavoro
	Programma Nazionale di Azioni Territoriali Anticontraffazione	Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI)
	Attuazione delle Linee guida per la prevenzione ed il contrasto alla contraffazione	Ministero dell'Interno e Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
	Studi territoriali sul fenomeno della contraffazione	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
	Dispositivo operativo per il contrasto alla contraffazione e all'abusivismo commerciale organizzato	Ministero dell'Economia e delle Finanze – Guardia di Finanza



La lotta alla contraffazione è un tema trasversale che impatta sullo sviluppo delle città e delle comunità. Per ottenere risultati concreti è, quindi, fondamentale sviluppare sul territorio azioni sinergiche tra istituzioni, Prefetture, Forze dell'Ordine, associazioni e cittadini con l'obiettivo di rafforzare le azioni di lotta alla contraffazione su tutto il territorio nazionale, armonizzando gli interventi di contrasto alle attività contraffattive, in coerenza con le politiche espresse a livello nazionale ma nel rispetto delle specificità ed esigenze locali.

I fenomeni relativi alla produzione, alla distribuzione e al consumo di merci contraffatte, infatti, pongono anche problemi connessi con le altre attività delinquenziali (abusivismo commerciale, lavoro nero, ecc.) per gli ingenti danni provocati all'economia su scala nazionale e a livello locale. Queste problematiche coinvolgono diversi attori e diversi livelli di governo, ovvero tutti gli stakeholders pubblici e privati a livello nazionale, regionale e locale.

Il rafforzamento dei presidi territoriali diventa, quindi, una priorità del Piano Strategico Nazionale, che si pone l'obiettivo di creare sempre maggiori occasioni di collaborazione e coordinamento tra le Prefetture e le Forze dell'Ordine, nonché il raccordo tra queste e le altre istituzioni territoriali competenti in materia e tra l'azione condotta a livello locale e gli indirizzi strategici dettati dalle Amministrazioni centrali. In considerazione della capillarità e diffusione del fenomeno della contraffazione e delle peculiarità territoriali del fenomeno stesso, il **coordinamento tra le diverse iniziative di prevenzione e contrasto, locali e nazionali**, e tra le diverse autorità competenti in materia punta a rendere maggiormente efficaci ed incisivi i risultati delle iniziative di lotta alla contraffazione, evitando duplicazioni di intervento e beneficiando delle sinergie che ne derivano. Le attività di contrasto risultano tanto più efficaci quanto più sono in grado di attivare **reti territoriali** di soggetti pubblici e privati, e individuando strumenti ed interventi integrati, stabili e continui nel tempo. L'integrazione e la collaborazione tra tutte le forze e i soggetti coinvolti sul territorio nelle diverse attività di contrasto della contraffazione, accompagnati da un indirizzo di policy chiaro e volto al coordinamento delle iniziative, diventano elementi chiave delle politiche anticontraffazione. Le attività di prevenzione e contrasto, se svolte congiuntamente dai diversi soggetti coinvolti nella lotta alla contraffazione, producono un ulteriore vantaggio che consiste nella crescita delle competenze in materia attraverso lo scambio di informazioni e buone pratiche tra tutti i livelli di governo nonché un potenziamento dell'attività di intelligence.

Anche i **Comuni devono svolgere un ruolo cruciale nell'ambito della messa a sistema di azioni di lotta alla contraffazione** in relazione alle diverse problematiche che devono fronteggiare:

- problemi di natura economica: la contraffazione danneggia l'economia locale, sottraendo quote di commercio che sono indirizzate all'economia illegale e alla criminalità organizzata, diminuendo, in questo modo, le entrate fiscali per i Comuni (si pensi, ad esempio, al commercio su strada);



- problemi di sicurezza: la contraffazione alimenta i circuiti criminali complessi attorno ai quali si sviluppa un insieme di attività illecite che rendono le aree urbane meno sicure;
- problemi di natura sociale: la contraffazione, sul versante della produzione e della distribuzione, comporta fenomeni di sfruttamento del lavoro nero, anche minorile. I Comuni, dunque, sono chiamati a gestire ingenti sfide in termini di politiche sociali volte a contrastare il lavoro illegale, in particolare per quanto riguarda la diffusione sempre maggiore del lavoro minorile;
- problemi di pubblico decoro: le attività di commercio di beni contraffatti comportano problemi relativi alla qualità e alla vivibilità degli spazi pubblici, in particolare nelle aree di elevato valore archeologico e architettonico: i fenomeni di contraffazione, infatti, riducono l'attrattiva turistica dei luoghi e compromettono l'accessibilità dello spazio pubblico.

In tale contesto, è evidente che i Comuni devono necessariamente impegnarsi a mettere in campo azioni che puntino alla creazione di un ambiente favorevole allo sviluppo della lotta alla contraffazione e al contrasto dell'abusivismo commerciale.

Al fine di rendere l'azione territoriale anticontraffazione efficace ed efficiente, si ritiene necessario sviluppare e rafforzare le relative attività su tre dimensioni: quella della produzione di merce contraffatta, quella della diffusione di prodotti falsi e, infine, quella del consumo da parte dell'utente finale. In questo campo i Comuni possono svolgere un ruolo di primo piano in quanto, più di ogni altro livello istituzionale, godono di una condizione privilegiata di prossimità con i cittadini e possiedono informazioni e competenze sulle specificità e in merito alle caratteristiche peculiari dei territori.

Nell'ambito della Priorità Tematica 3 "Rafforzamento dei Presidi Territoriali", il Ministero del Lavoro ha formulato, in sede di riunione plenaria del CNAC del 19 ottobre 2016, la proposta di costituzione di una **Commissione Permanente Anticontraffazione**: si tratta di una proposta per la quale sono attualmente in fase organizzativa alcuni incontri interministeriali al fine di definirne l'attuabilità. L'Iniziativa Progettuale prevede l'istituzione, in ambito provinciale, di una Commissione Permanente Anticontraffazione sul modello del Comitato per l'ordine e la Sicurezza pubblica. La Commissione potrà configurarsi come organo consultivo del Prefetto. La Commissione avrà funzione di coordinamento delle azioni strategiche da mettere in atto per prevenire e contrastare i fenomeni di contraffazione.

La Priorità Tematica 3. Rafforzamento dei Presidi Territoriali per il periodo 2017-2018 si attua mediante l'Azione Strategica: "3.1 Rafforzamento dei presidi territoriali".



### **AZIONE STRATEGICA 3.1 - RAFFORZAMENTO DEI PRESIDI TERRITORIALI**

Nell'ambito di tale Azione Strategica, le Iniziative Progettuali da attivare e realizzare sono le seguenti:

- **Vigilanza e contrasto del lavoro nero:** nell'ambito della vigilanza degli ispettori del lavoro del Ministero del Lavoro, intesa a contrastare il lavoro nero e lo sfruttamento della manodopera, nel corso del 2017 sono state programmate, in collaborazione con la Guardia di Finanza, una serie di attività che si incentrano sul contrasto del lavoro sommerso tramite controlli volti sia all'accertamento del lavoro nero e delle più significative forme di elusione della disciplina lavoristica e previdenziale, sia alla regolarizzazione delle violazioni sanabili e ai recuperi retributivi, contributivi e assicurativi connessi. Già nel corso del 2015 si è realizzata, in tale contesto di attività, una campagna in collaborazione con la Guardia di Finanza per gli aspetti specificatamente dedicati alla contraffazione dei marchi. Tale iniziativa è promossa anche da Confindustria.
- **Programma Nazionale di Azioni Territoriali Anticontraffazione:** è un'iniziativa proposta dalla Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico in convenzione con ANCI per la realizzazione di attività di contrasto al fenomeno della contraffazione basate su tre dimensioni fondamentali: l'informazione e la partecipazione della cittadinanza, la costruzione di reti di cooperazione tra tutti i soggetti - istituzionali e non - coinvolti nel contrasto alla contraffazione, il rafforzamento e l'innovazione delle attività di contrasto condotte dai Corpi di Polizia Locale. L'iniziativa si pone in continuità con il Programma del MISE nato nel Dicembre 2010, che ha consentito nell'arco del 2013 di cofinanziare 26 progetti anticontraffazione presentati da altrettanti Comuni. I risultati delle attività realizzate sono importanti e duraturi. Si pensi, ad esempio, all'introduzione o al potenziamento di nuclei specializzati delle Polizie locali per il contrasto alla contraffazione, all'intensa attività di formazione specialistica erogata agli operatori della Polizia Municipale, al mirato incremento della strumentazione tecnica di cui si è potuto dotare il Corpo per le attività investigative e di contrasto, e alle varie iniziative informative di sensibilizzazione rivolte ai cittadini e alle scuole. Un insieme di azioni progettate, sviluppate e rese operative in forma collaborativa, che hanno dato inizio ad una rete di cooperazione tra gli attori a vario titolo impegnati sul territorio nel contrasto alla contraffazione. Si tratta di un Programma unico nel suo genere nel nostro Paese per il coordinamento delle attività realizzate dagli enti locali che ha permesso la costituzione della prima Rete Nazionale dei Comuni per la lotta alla contraffazione che ha riguardato, nel complesso, una popolazione di 5.694.899 abitanti.
- **Attuazione delle Linee guida per la prevenzione ed il contrasto alla contraffazione:** in continuità con l'attuazione delle "Linee guida in materia di prevenzione e contrasto al fenomeno



della contraffazione", firmate dal Ministero dello Sviluppo Economico e dal Ministero dell'Interno nel giugno 2015, è confermata la centralità dei Prefetti nelle azioni territoriali di contrasto alla contraffazione. Il Ministero dell'Interno prevede, inoltre, l'emanazione di una circolare, in vista della stagione estiva 2017, con la quale si inviteranno i Prefetti a intensificare al massimo l'attività di prevenzione e contrasto ai fenomeni dell'abusivismo commerciale e della contraffazione. Al fine di ottenere risultati concreti in tal senso, è prevista la stipula di Protocolli Territoriali. Inoltre, i Prefetti saranno sensibilizzati sulla necessità di svolgere una attenta attività di monitoraggio, sia sulle risultanze delle azioni di contrasto già messe in atto, sia sulle iniziative che saranno attivate dai protocolli territoriali di nuova sottoscrizione. Le Linee Guida si pongono l'obiettivo di rafforzare le azioni di lotta alla contraffazione su tutto il territorio nazionale, armonizzando gli interventi di contrasto alle attività contraffattive, in coerenza con le politiche espresse a livello nazionale ma nel rispetto delle specificità ed esigenze locali. A tal fine sono stati definiti alcuni "**Piani di intervento locale**", declinati in diverse linee di attività, con il supporto del Ministero dello Sviluppo Economico e della Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione in particolare, che hanno individuato nelle Prefetture i soggetti aggregatori per le politiche territoriali di anticontraffazione e coordinatori per il contributo fornito da tutti gli attori, pubblici e privati, a livello locale. Le suddette Linee Guida individuano quattro aree tematiche di riferimento, all'interno delle quali sono state collocate le specifiche iniziative per l'elaborazione dei "Piani di intervento locale":

- Analisi e monitoraggio;
  - Controlli, vigilanza e presidio territoriale;
  - Formazione e supporto alle piccole e medie imprese e agli operatori della sicurezza;
  - Informazione, comunicazione ed educazione.
- **Studi territoriali sul fenomeno della contraffazione:** nel 2017, in considerazione del fatto che le informazioni sulle specificità e sulle caratteristiche locali rappresentano un elemento fondamentale per la messa a punto di politiche e azioni di enforcement efficaci, attraverso un flusso informativo tra il livello centrale e il livello locale e viceversa, il MISE – DGLC – UIBM realizzerà un'analisi sui territori di 5 province italiane al fine di approfondire le differenti peculiarità territoriali del fenomeno contraffattivo a supporto delle azioni di enforcement. Gli studi provinciali hanno l'obiettivo di rendere più capillari ed incisivi gli interventi e adattarli alle specificità dei contesti locali e, allo stesso tempo, di rendere coerente l'azione di enforcement locale con la politica nazionale. I risultati delle indagini territoriali consentiranno di fare emergere alcune indicazioni operative utili ai Prefetti e ai decisori a livello locale per la definizione di *Piani di azione anticontraffazione* e per lo sviluppo di azioni di monitoraggio, formazione, informazione e sensibilizzazione da realizzarsi sui territori provinciali. Gli studi saranno pubblicati anche online sul sito istituzionale del MISE al fine di diffonderne



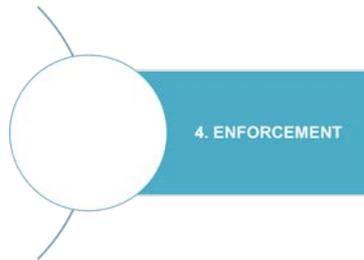
capillarmente l'utilizzo. L'iniziativa si pone in continuità con l'attività di analisi già avviata nel 2016 in collaborazione con CENSIS, che ha previsto la realizzazione di cinque studi territoriali su altrettante province italiane (Roma, Milano, Palermo, Prato, Bari) All'interno di tali studi si analizzano le caratteristiche e l'andamento del fenomeno della contraffazione nei territori, individuando i fenomeni e i soggetti a monte e a valle della filiera, i target maggiormente interessati agli acquisti del falso e le buone pratiche di contrasto.

- **Dispositivo operativo per il contrasto alla contraffazione e all'abusivismo commerciale organizzato:** nel contesto delle linee di intervento nel settore della tutela della Proprietà Intellettuale è stata emanata una direttiva per i Reparti Territoriali della Guardia di Finanza finalizzata alla realizzazione, presso ciascun Comando Provinciale, di un dispositivo permanente per il contrasto alla contraffazione e all'abusivismo commerciale organizzato. Partendo dalla mappatura dei fenomeni contraffattivi sul territorio e dall'individuazione delle aree operative di più proficuo intervento e delle modalità di sviluppo dei servizi di contrasto, il dispositivo risulta funzionale sia alla pianificazione delle autonome attività di contrasto dei Reparti Territoriali della Guardia di Finanza, sia al soddisfacimento delle eventuali richieste delle Autorità Prefettizie per la vigilanza in occasione di eventi con grande richiamo di pubblico.

Alle iniziative sopra esposte si aggiunge l'attività svolta da Indicam per la **formazione alle Forze dell'Ordine sul territorio**, effettuata con cicli regolari sulla base di piani annuali. Gli interventi formativi consentono la condivisione di informazioni privilegiate tra titolari di diritti di PI e Forze dell'Ordine.



### 3.2.4 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “4. Enforcement”



AZIONE STRATEGICA	INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO CAPOFILA/PROPONENTE
<b>4.1 – RAZIONALIZZAZIONE DELLA NORMATIVA</b>	Sistematizzazione della normativa in materia di reati legati alla contraffazione	Ministero della Giustizia
	Sanzioni Amministrative	Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI)
	Distruzione delle merci contraffatte	Ministero dell'Economia e delle Finanze – Agenzia delle Dogane e dei Monopoli
	Piccole spedizioni di merce contraffatta	Ministero dell'Economia e delle Finanze – Agenzia delle Dogane e dei Monopoli
	Registro delle Imprese	Unioncamere
<b>4.2 – AZIONI DI POTENZIAMENTO DELL'ENFORCEMENT</b>	App Linea Diretta Anticontraffazione	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
	Rafforzamento della rete diplomatico-consolare all'estero <sup>20</sup>	Ministero degli Esteri e della Cooperazione Internazionale
	Avvio di un ciclo di incontri bilaterali tra CNAC e Ambasciate straniere in Italia <sup>21</sup>	Ministero degli Esteri e della Cooperazione Internazionale
	Piani Operativi per la tutela della Proprietà Intellettuale	Ministero dell'Economia e delle Finanze – Guardia di Finanza
	Partecipazione all'attività dell'Advisory Board of Stakeholders dell'Intellectual Property Crime Coordinated Coalition” (IPC3)	Ministero dell'Economia e delle Finanze – Guardia di Finanza

<sup>20</sup> Tale Iniziativa Progettuale, viste le sue peculiarità, è inserita anche nella Priorità Tematica “6. Tutela del Made in Italy”.

<sup>21</sup> Tale Iniziativa Progettuale, viste le sue peculiarità, è inserita anche nella Priorità Tematica “6. Tutela del Made in Italy”.



Negli ultimi anni, sebbene le iniziative di prevenzione e contrasto della contraffazione realizzate sul territorio nazionale e a livello locale abbiano generato impatti positivi in termini di numero di prodotti contraffatti sequestrati ed eliminati dal mercato, il fenomeno contraffattivo risulta ancora ampiamente diffuso su tutto il territorio ed è avvertita la necessità di migliorare l'assetto normativo penale, che non risulta in linea con l'evoluzione del fenomeno contraffattivo.

Il CNAC auspica un ammodernamento e razionalizzazione del Codice Penale atto a rendere **sempre più efficace** il contrasto dei fenomeni contraffattivi e a perseguire una **maggiore armonizzazione** di alcuni aspetti della normativa con gli orientamenti comunitari.

Il quadro legislativo nazionale, pur presentando un buon livello di protezione del titolare dei diritti di Proprietà Intellettuale, evidenzia alcune criticità dovute all'evolversi del modello contraffattivo in termini di strategie di distribuzione e canali di vendita anche grazie alla diffusione di internet e delle moderne tecnologie digitali in tema di utilizzazione e di fruizione dei contenuti da parte dei consumatori.

Lo sviluppo delle tecnologie informatiche e digitali oltre alle prospettive di ricerca in diversi settori scientifici determinano il sorgere di nuove esigenze legate alla protezione dei risultati delle attività creativa ed inventiva in questi settori.

Nell'ambito della Priorità Tematica "4. Enforcement", il Consiglio Nazionale Anticontraffazione indirizzerà le proprie attività verso due azioni:

- Azione Strategica "4.1 Razionalizzazione della normativa";
- Azione Strategica "4.2 Azioni di potenziamento dell'enforcement".

#### **AZIONE STRATEGICA 4.1 - RAZIONALIZZAZIONE DELLA NORMATIVA**

Le principali proposte di emendamento del sistema legislativo nazionale in materia penale, nate nell'ambito dei lavori del CNAC, di quelli della Commissione Parlamentare di inchiesta sui fenomeni della contraffazione, della pirateria in campo commerciale e del commercio abusivo e della Commissione di studio per l'elaborazione di proposte di intervento sulla riforma dei reati in materia agroalimentare, saranno coordinate nell'Iniziativa Progettuale **Sistematizzazione della normativa in materia di reati legati alla contraffazione**<sup>22</sup> coordinata dal Ministero della Giustizia.

Le altre iniziative che concorrono al raggiungimento degli obiettivi della presente Azione Strategica sono le seguenti:

---

<sup>22</sup> Nell'ambito di tale attività di coordinamento, il Ministero della Giustizia rappresenta che la propria posizione in merito ai reati in materia agroalimentare è quella proposta dalla Commissione di Studio Caselli.



- **Sanzioni Amministrative:** Il Decreto Legge n. 35/2005, all'Art. 1, comma 8, prevede che le sanzioni applicate dagli organi di polizia locale siano destinate per il 50% all'ente locale competente e per il 50% allo Stato. La presente Iniziativa Progettuale propone una modifica normativa in merito alla procedura di ripartizione dei proventi tra le diverse amministrazioni ed enti interessati. L'attuale procedura, infatti, non consente la ripartizione dei proventi tra le diverse amministrazioni ed enti interessati e il modello F24 non permette l'individuazione dell'ente locale accertatore. L'obiettivo dell'iniziativa è quello di incentivare le autorità competenti ad emettere sanzioni ai soggetti che operano sul mercato del falso.
- **Distruzioni delle merci contraffatte:** si tratta di una proposta, formulata da parte del Ministero dell'Economia e delle Finanze – Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, che parte del presupposto che i sequestri di beni contraffatti effettuati nell'ambito delle attività doganali comportano costi elevati. Tenendo conto della durata del processo e dell'elevato numero di beni sottoposti a sequestro che vengono affidati in custodia onerosa a terzi, il costo sostenuto dall'Erario è elevatissimo. Inoltre, la distruzione di merce contraffatta comporta dei costi che, almeno in un primo momento, sono posti sempre a carico dell'Erario. L'Iniziativa Progettuale proposta prevede un ripensamento organico della normativa con il fine di conciliare i principi della normativa penale con quelli delle norme comunitarie.
- **Piccole spedizioni<sup>23</sup> di merce contraffatta:** anche questa Iniziativa Progettuale è a titolarità del Ministero dell'Economia e delle Finanze – Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, che propone una razionalizzazione della normativa in materia di piccole spedizioni di merce contraffatta volto a superare le criticità legate ai controlli sulle piccole spedizioni. La parcellizzazione delle importazioni, infatti, rende maggiormente difficili i controlli da parte delle autorità competenti, mentre il fenomeno illegale rimane decisamente consistente in considerazione della potenzialità dannosa correlata alla tipologia di merci importate.
- **Registro delle imprese:** si tratta di una proposta di modifica della normativa di settore al fine di rendere il Registro delle Imprese il canale principale presso il quale reperire informazioni sulle imprese. Tale ruolo è stato confermato anche dal Decreto Legislativo n. 219/2016 di riforma del sistema delle Camere di Commercio che attribuisce alle Camere la funzione di "formazione e gestione del fascicolo informatico di impresa in cui sono raccolti dati relativi alla costituzione, all'avvio e all'esercizio dell'attività dell'impresa, nonché funzioni di punto unico di accesso telematico in relazione alle vicende amministrative riguardanti l'attività di impresa". Tale modifica

---

<sup>23</sup> Per "piccole spedizioni" si intende, come previsto dall'Art. 2, punto 19 del Regolamento n. 608/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio, "una spedizione postale o una spedizione a mezzo corriere espresso che comporta al massimo tre unità ovvero un peso lordo inferiore a due chilogrammi".



normativa proposta da Unioncamere è finalizzata a rendere il Registro delle Imprese un efficace mezzo utile a tracciare le imprese cancellate dal Registro stesso e consentire una rapida identificazione delle imprese che, dopo aver commesso degli illeciti, tornano in attività modificando la ragione sociale.

Nell'ambito dell'Azione Strategica "4.1 Razionalizzazione della normativa" si rileva l'impegno del **Dipartimento per le Politiche Europee della Presidenza del Consiglio dei Ministri** che, nell'ambito delle competenze ad esso assegnate dalla Legge n. 234/2012 per l'attuazione delle politiche generali e settoriali dell'Unione Europea, partecipa alle **consultazioni promosse dalla Comunità Europea**. Nel contesto di tale azione strategica il DPE eserciterà la sua attività di coordinamento per portare la posizione italiana nelle sedi di discussione delle **tematiche sulla PI**.

#### **AZIONE STRATEGICA 4.2 – AZIONI DI POTENZIAMENTO DELL'ENFORCEMENT**

L'Azione Strategica "4.2 Azioni di potenziamento dell'enforcement", che comprende le attività e gli strumenti che mirano ad incrementare la capacità di far applicare le leggi relative alla tutela dei diritti di proprietà intellettuale e alla repressione delle violazioni degli stessi. Da questo punto di vista, la competenza spetta alle Forze dell'Ordine (Guardia di Finanza, Carabinieri, Polizia, Guardia Forestale), all'Agenzia delle Dogane, nonché ad una serie di altre "agenzie" preposte all'enforcement su base settoriale (per esempio l'ICQRF – Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e Repressione Frodi per i prodotti agroalimentari) o per materia (come l'AGCM - Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in materia di Codice del Consumo). La Direzione Generale per la lotta alla contraffazione - UIBM a livello nazionale si fa promotrice e partecipa a varie iniziative per garantire il raccordo tra tutte le forze preposte al contrasto:

- collabora per esempio con le Forze dell'Ordine per la misurazione dei risultati delle attività di enforcement (quantificazione dei sequestri e dei pezzi sequestrati) e partecipa ai procedimenti avviati dall'Antitrust per inibire l'accesso dall'Italia ai siti che vendono prodotti contraffatti;
- gestisce, in collaborazione con la Guardia di Finanza, la **Linea Diretta Anticontraffazione**, un servizio che prevede una casella di posta elettronica e un numero di telefono dedicati ai quali imprese e consumatori possono segnalare casi di contraffazione e ottenere informazioni sulla tutela dei propri diritti e sui modi per reagire alle violazioni.

Nell'ambito degli obiettivi di rafforzamento delle attività di applicazione delle leggi che mirano a disciplinare e tutelare i diritti di proprietà intellettuale e a reprimere le violazioni degli stessi compresi nell'ambito dell'Azione Strategica "4.2 Azioni di potenziamento dell'enforcement", sono presenti le seguenti Iniziative Progettuali:



- **App Linea Diretta Anticontraffazione:** il Ministero dello Sviluppo Economico – Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione – UIBM, in collaborazione con la Guardia di Finanza, intende lanciare un'applicazione finalizzata a rendere semplice e rapida la segnalazione dei casi di violazione dei diritti di Proprietà Industriale. Con un semplice click sarà possibile inviare la foto di un prodotto contraffatto alla Linea Anticontraffazione, consentendo l'attivazione dell'istruttoria finalizzata a eventuali procedure di contrasto.
- **Rafforzamento della rete diplomatico-consolare all'estero:** fornire adeguati strumenti, quali linee guida e vademecum, ai funzionari della rete diplomatico-consolare all'estero al fine di migliorare la capacità di intervento e assistenza alle nostre imprese all'estero, è ritenuto dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale un punto fondamentale per rafforzare le capacità di azione e risposta operativa sulle tematiche della Proprietà Industriale.
- **Avvio di un ciclo di incontri bilaterali tra CNAC e Ambasciate straniere in Italia:** al fine di condividere esperienze e buone pratiche in materia di lotta alla contraffazione, l'Iniziativa Progettuale proposta dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, che consiste nell'organizzazione di incontri tra Membri del CNAC e funzionari delle Ambasciate straniere in Italia impegnati nella lotta alla contraffazione, è ritenuta sinergica per raggiungere l'obiettivo di innalzamento delle azioni di enforcement e di miglioramento della tutela dei prodotti italiani all'estero.
- **Piani Operativi per la tutela della Proprietà Intellettuale:** nell'ambito della programmazione dell'attività operativa della Guardia di Finanza finalizzata al contrasto della criminalità economico-finanziaria è prevista l'esecuzione di tre Piani Operativi nel settore della Tutela della Proprietà Intellettuale che prevedono l'esecuzione di iniziative e controlli di polizia economico-finanziaria:
  - “Lotta alla contraffazione”, con lo scopo di tutelare la Proprietà Industriale ai fini della disincentivazione dei consumatori all'acquisto di merce contraffatta;
  - “Tutela del Made in Italy”, volto ad evitare la commercializzazione di prodotti con false denominazioni DOP e IGP;
  - “Tutela del diritto d'autore”, allo scopo di contrastare lo sfruttamento illecito dei diritti delle opere di ingegno.
- **Partecipazione all'attività dell'Advisory Board of Stakeholders dell'Intellectual Property Crime Coordinated Coalition (IPC3):** il Ministero dell'Economia e delle Finanze – Guardia di Finanza fornirà un contributo alle attività strategiche dell'IPC3, che è stato istituito nel luglio 2016 nell'ambito della struttura organizzativa di Europol ed è frutto di un accordo tra Europol e l'EU IPO



*Consiglio Nazionale Anticontraffazione*

(Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale) per il rafforzamento della lotta ai reati contro la proprietà intellettuale. In particolare, l'IPC3 persegue i seguenti obiettivi:

- Agevolare e coordinare le indagini transfrontaliere;
- Monitorare e segnalare le tendenze della criminalità online e i modus operandi emergenti;
- Migliorare l'armonizzazione e la standardizzazione degli strumenti giuridici e le procedure operative per contrastare i reati ai danni della proprietà intellettuale;
- Raggiungere il pubblico e le Autorità incaricate dell'applicazione della legge attraverso la sensibilizzazione e fornendo formazione in questo specifico campo di competenza.



### 3.2.5 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “5. Contraffazione online”



AZIONE STRATEGICA	INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO CAPOFILO/PROPONENTE
<b>5.1 – CONTRASTO ALLA CONTRAFFAZIONE ONLINE</b>	Carta Italia	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
	Attività di supporto alle PMI per favorire un approccio sicuro all’e-commerce	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
	Coinvolgimento dei sistemi di pagamento nel contrasto alla contraffazione online	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM – Ministero dell’Economia e delle Finanze
	Lotta alla falsificazione dei medicinali e Sistema nazionale anti-falsificazione dei farmaci	Agenzia Italiana del Farmaco (AIFA)
	Asklepios <sup>24</sup> e Pangea	Comando dei Carabinieri per la tutela della salute

<sup>24</sup> L’Iniziativa Progettuale “Asklepios” è inserita sia nella Priorità Tematica “5. Contraffazione online”, sia nella Priorità Tematica “6. Tutela del Made in Italy” in quanto prevede due linee di attività, ciascuna delle quali è stata associata alle suddette due Priorità Tematiche.



La diffusione delle innovazioni tecnologiche, l'incremento dei servizi offerti dagli Internet Service Provider (ISP) e la diffusione dell'e-commerce, sono i principali fattori che, accanto alle funzioni di propulsori del commercio "legittimo" rivolto a una platea mondiale di consumatori a costi limitati, rappresentano, al contempo, un elemento di crescita e diffusione dell'attività contraffattiva che impatta su tutte le fasi della filiera del commercio, dalla progettazione dei prodotti, alla distribuzione e al contatto con il consumatore finale.

La contraffazione online è un fenomeno in costante aumento: la **rete internet**, infatti, offre a questa modalità illecite di commercio alcuni elementi essenziali che ne favoriscono la diffusione capillare, quali l'anonimato, i costi molto bassi e la possibilità di una veloce scomparsa del venditore dal mercato che consente, quindi, di non lasciare alcuna traccia.

La **semplicità di accesso ai canali di vendita illegali online** rende i consumatori, da un lato maggiormente complici, quando alimentano l'offerta acquistando consapevolmente prodotti contraffatti e, dall'altro, maggiormente vittime, quando scoprono la natura del loro acquisto solo a pagamento avvenuto, dopo aver perso qualsiasi contatto con il venditore.

Le conseguenze che ne derivano sono di estrema gravità, non solo per gli impatti negativi sulla sicurezza e sulla salute dei cittadini, ma anche per l'entità dei danni causati ai titolari dei diritti di Proprietà Industriale. Sempre più numerosi, infatti, sono coloro che offrono in rete beni recanti marchi contraffatti. Si tratta di soggetti che assumono, spesso, identità fittizie e hanno la capacità di cambiare rapidamente veste per riprendere le operazioni illecite. L'ampiezza potenzialmente sconfinata del web e le tecniche di diffusione delle informazioni sempre più veloci, poi, aggravano la portata del problema e rendono delicata e complessa la conseguente **definizione delle strategie di contrasto** di tali fenomeni illeciti.

Conciliare la libertà fornita dalla rete e le esigenze di espansione del commercio elettronico con le esigenze di tutela dei titolari dei diritti di PI, da un lato, e dei consumatori dall'altro, rispetto alle responsabilità degli Internet Service Provider è un problema ampiamente dibattuto. L'attuale sistema normativo prevede l'attivazione dei provider solo sulla base di segnalazioni da parte dei titolari di diritti di PI o delle autorità competenti relative alle violazioni al fine di rimuovere i contenuti illeciti. Tale sistema (*c.d. procedura Notice and Take Down*) si differenzia dall'approccio di **Notice and Stay Down**, derivante dall'esperienza americana, che prevede interventi di tipo proattivo con un maggiore coinvolgimento dei provider in sede preventiva orientato, a partire dalla segnalazione del caso specifico, ad impedire la reiterazione delle attività illecite.

Oltre alla rimozione dei contenuti illeciti sugli spazi on line forniti dagli ISP, la modalità di contrasto alla contraffazione on line maggiormente utilizzata è quella dell'oscuramento dei siti illegali: si tratta del blocco informatico dell'accesso in Italia alle pagine illecite, informando gli utenti circa l'illiceità delle transazioni e



dei siti. Tale misura può essere attivata attraverso il sequestro disposte dall'autorità giudiziaria o attraverso una misura amministrativa disposta d'ufficio, su richiesta degli interessati, dall'Autorità Antitrust (**AGCM**) in caso di beni oggetto di diritti di PI e dall'Autorità per le comunicazioni (**AGCOM**) in caso di violazioni del copyright.

Le azioni di contrasto della contraffazione on line, in considerazione della portata del fenomeno criminale, legato a organizzazioni illecite di dimensioni internazionali, e della varietà dei beni oggetto di contraffazione, devono essere inserite in un quadro comprensivo di una pluralità di tecniche di contrasto che tenga conto anche della molteplicità delle piattaforme di vendita oggi più utilizzate (retail, marketplace, hosting, social network, motori di ricerca,...)

Gli obiettivi della Priorità Tematica 5. Contraffazione online saranno perseguiti, per il periodo 2017-2018, tramite le Iniziative Progettuali inserite nell'Azione Strategica "5.1 – Contrasto alla Contraffazione online".

#### **AZIONE STRATEGICA 5.1 - CONTRASTO ALLA CONTRAFFAZIONE ONLINE**

Le Iniziative Progettuali inserite nell'ambito della lotta alla contraffazione online sono le seguenti:

- **Carta Italia:** accordo volontario tra i rappresentanti dei detentori dei marchi e i fornitori di contenuti online sulle procedure più efficaci per prevenire e reagire all'offerta contraffattiva su internet. Tale accordo è aperto a tutti i soggetti della filiera produttiva e distributiva operanti in Italia - merchant, piattaforme di e-commerce, titolari dei diritti, produttori licenziatari e - elemento caratterizzante rispetto ad altri accordi volontari - alle associazioni dei consumatori. L'adozione di forme di coinvolgimento su base consensuale degli stakeholders volte a garantire il rispetto della legalità nelle transazioni commerciali on line e salvaguardare la libertà della rete e del commercio elettronico è ritenuta strategica per tutelare i titolari dei diritti di PI e i consumatori. Sottoscritto il 14 luglio 2015 dal Ministero dello Sviluppo Economico e Presidente del CNAC e da Indicam e Netcomm, l'accordo ha l'obiettivo di condividere tra gli aderenti alcuni principi cardine relativi alla lotta alla contraffazione, ponendo in essere una procedura semplice ed efficace diretta alla notifica e rimozione dal mercato online di prodotti contraffatti, ed alcune best practices finalizzate a limitare l'accesso della contraffazione al canale online ed a prevenire il ripetersi di offerte in vendita di prodotti contraffatti, nella direzione Notice and Stay Down<sup>25</sup>.
- **Attività di supporto alle PMI per favorire un approccio sicuro all'e-commerce:** il Ministero dello Sviluppo Economico, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione – Ufficio Italiano

---

<sup>25</sup> "Schema di relazione sul fenomeno della contraffazione sul web (relatore on. Davide Baruffi)". Bollettino delle Giunte e delle Commissioni Parlamentari del 23 Marzo 2017. Commissione Parlamentare di Inchiesta sui fenomeni della contraffazione, della Pirateria in campo commerciale e del commercio abusivo.



brevetti e Marchi ha aggiunto un ulteriore punto di forza in materia di politiche di lotta alla contraffazione online con un progetto di accompagnamento e assistenza alle PMI per agevolare un accesso sicuro ai canali dell'e-commerce e favorire la conoscenza degli strumenti di tutela della PI in rete. Si tratta di un'iniziativa in cui saranno coinvolte varie associazioni di categoria, tra cui Indicam. L'obiettivo dell'iniziativa è quello di incentivare le imprese ad utilizzare il canale dell'e-commerce per la vendita dei propri prodotti e di innalzare le competenze imprenditoriali sugli strumenti specifici di tutela della PI sul web.

- **Coinvolgimento dei sistemi di pagamento nel contrasto alla contraffazione online:** l'iniziativa proposta dal MISE – DGLC – UIBM in collaborazione con il Ministero dell'Economia e delle Finanze e condivisa da Confindustria, prevede la realizzazione di un'analisi del possibile coinvolgimento del sistema bancario e degli intermediari finanziari nelle politiche per il contrasto alla contraffazione attraverso l'individuazione delle best practice nazionali ed internazionali dei sistemi di pagamento adottati dai consumatori dei diversi Paesi per effettuare acquisti on line in termini di sicurezza, facilità d'uso ed efficacia.
- **Lotta alla falsificazione di medicinali e Sistema nazionale anti-falsificazione dei farmaci:** una delle nuove frontiere aperte dal commercio online e che offre un terreno fertile per i fenomeni di contraffazione è quella della vendita di farmaci. In tale ambito, l'AIFA da alcuni anni dedica particolare attenzione al tema della falsificazione farmaceutica<sup>26</sup>, come testimoniato dalle diverse iniziative promosse nel tempo e oggi coordinate nell'ambito di una Unità Operativa ad hoc. Il fenomeno della falsificazione farmaceutica presenta oggi un trend in forte crescita, non più circoscritto ai soli paesi in via di sviluppo bensì riguardante anche i paesi industrializzati. La falsificazione coinvolge farmaci di marca e farmaci generici, medicinali salvavita e "life style saving". Al fine di far fronte alla minaccia rappresentata dalla vendita illegale di farmaci tramite internet, pratica che favorisce la circolazione di medicinali falsificati, la normativa nazionale prevede che i siti internet delle farmacie e degli esercizi commerciali che vendono medicinali senza obbligo di prescrizione, debbano essere autorizzati dalle Regioni o dalle Province Autonome e registrati in un apposito elenco gestito dal Ministero della Salute. Le pagine web autorizzate alla vendita dei medicinali devono essere riconoscibili dalla presenza del “**Logo identificativo nazionale**” approvato con Decreto del Direttore Generale dei Dispositivi medici e del servizio farmaceutico del 6 luglio 2015 (GU, Serie Generale n.19 del 25/01/2016), contenente un link al sito internet del Ministero della Salute, il quale, a sua volta, deve contenere una lista di tutti i soggetti autorizzati alla vendita di farmaci in rete. Vista l'importanza di tale fenomeno, al fine di garantire la sicurezza dei medicinali offerti su internet, l'AIFA indice periodicamente la



**Conferenza dei Servizi** finalizzata a esaminare i casi segnalati o riscontrati nella sorveglianza, effettuata d'intesa con il Comando dei Carabinieri per la tutela della salute (N.A.S.) per l'identificazione delle violazioni alla disciplina sulla vendita a distanza di farmaci al pubblico mediante i servizi online. La normativa nazionale prevede, inoltre, un “**Sistema nazionale anti-falsificazione**”, curato dall’AIFA, finalizzato a impedire sia la circolazione sul territorio nazionale di medicinali di cui si ha notizia che siano falsificati e potenzialmente pericolosi per la salute sia che essi possano raggiungere i pazienti. Il sistema comprende:

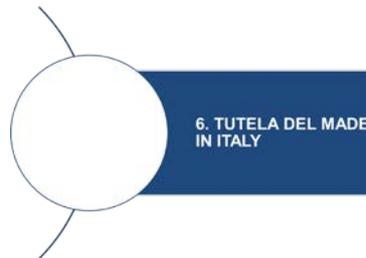
- la ricezione e la gestione delle segnalazioni di medicinali dei quali si hanno notizie che inducono a ritenere si tratti di medicinali falsificati e di medicinali che si ritiene presentino difetti di qualità;
  - i richiami di medicinali a opera dei titolari delle autorizzazioni all'immissione in commercio o i ritiri di medicinali dal mercato disposti dall'AIFA presso tutti i soggetti della catena di fornitura, anche al di fuori del normale orario di lavoro;
  - il ritiro dei suddetti medicinali anche presso i pazienti che li hanno ricevuti se necessario con l'assistenza di operatori sanitari.
- **Asklepios e Pangea:** si tratta di un'Iniziativa Progettuale, descritta dal Comando dei Carabinieri per la Tutela della Salute, che si inserisce nelle politiche di lotta alla contraffazione nel settore agroalimentare. È un'operazione promossa dalla U.S. Immigration and Customs Enforcement (ICE) e coordinata dal Belgio, finalizzata alla lotta ai “siti contraffatti” che replicano i siti originali vendendo prodotti falsificati. Le attività si svolgono in collaborazione con i titolari dei diritti di PI che forniscono una lista di siti che vendono i propri prodotti contraffatti al fine di oscurarli. Le attività attualmente in corso hanno lo scopo di focalizzare l'attenzione su alcuni particolari domini che risultano facilmente fuorvianti per i consumatori, come “.london”, “.pharma”, “.pizza”, “.news”, e puntano ad ampliare il numero di paesi aderenti all'iniziativa, ad oggi 17, per un totale di circa 20 agenzie coinvolte. Nella stessa direzione si pone l'operazione Pangea, coordinata dall'Interpol con il coinvolgimento di oltre 115 Paesi dell'Organizzazione Mondiale delle Dogane. Le attività prevedono l'effettuazione di controlli mirati, nelle principali sedi doganali del nostro Paese, su farmaci e dispositivi medici acquistati tramite internet. I controlli si concentrano sulle aree merci dei principali scali aeroportuali nazionali con la verifica delle spedizioni dirette in Italia.

---

<sup>26</sup> Per farmaco contraffatto si intende "un farmaco la cui etichettatura è stata deliberatamente preparata con informazioni ingannevoli in relazione al contenuto e alla fonte". Definizione dell'Organizzazione Mondiale della Sanità del 1992.



### 3.2.6 Le Iniziative Progettuali della Priorità Tematica “6. Tutela del Made in Italy”



AZIONE STRATEGICA	INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGETTO CAPOFILO/PROPONENTE
<b>6.1 – RAFFORZAMENTO DELLE AZIONI DI TUTELA DEL MADE IN ITALY</b>	Tutela dei prodotti agroalimentari DOP e IGP	Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e Repressione Frodi per i prodotti agroalimentari - Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali
	Rafforzamento della rete diplomatico-consolare all'estero <sup>27</sup>	Ministero degli Esteri e della Cooperazione Internazionale
	Avvio di un ciclo di incontri bilaterali tra CNAC e Ambasciate straniere in Italia <sup>28</sup>	Ministero degli Esteri e della Cooperazione Internazionale
	Sportello Tecnologie Anticontraffazione e sistemi di tracciabilità	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
	Marchi Storici	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
	Asklepios <sup>29</sup>	Comando dei Carabinieri per la Tutela della Salute

<sup>27</sup> Tale Iniziativa Progettuale, viste le sue peculiarità, è inserita anche nella Priorità Tematica “4. Enforcement”.

<sup>28</sup> Tale Iniziativa Progettuale, viste le sue peculiarità, è inserita anche nella Priorità Tematica “4. Enforcement”.

<sup>29</sup> L’Iniziativa Progettuale “Asklepios” è inserita sia nella Priorità Tematica “5. Contraffazione online”, sia nella Priorità Tematica “6. Tutela del Made in Italy” in quanto prevede due linee di attività, ciascuna delle quali è stata associata alle suddette due Priorità Tematiche.



La globalizzazione dei mercati e il conseguente annullamento delle barriere di carattere protezionistico alla circolazione delle merci ha alimentato il diffondersi di comportamenti anomali, come la dilagante imitazione dei prodotti e dei marchi aziendali di alcuni paesi europei da parte di produttori soprattutto dell'area asiatica. Gli effetti negativi di questo fenomeno sono particolarmente preoccupanti per i settori produttivi del cosiddetto "Made in Italy" e per i distretti produttivi locali che ne costituiscono l'ossatura portante.

Quale frutto di una lunga e fertile cooperazione tra cultura, arte, artigianato, abilità manifatturiera, territorio e memorie storiche, il **"Made in Italy"** è un marchio d'origine apposto sul prodotto e/o sulla confezione che attribuisce l'origine del bene al nostro Paese, al fine di consentire al consumatore di effettuare una **distinzione tra merci nazionali e merci importate**.

La contraffazione interessa tutti i settori produttivi nazionali del Made in Italy, in particolar modo il settore agroalimentare, apprezzato in tutto il mondo per qualità ed assortimento. In ragione di ciò, negli anni si è sviluppata una vera e propria economia parallela che, sottraendo quote di mercato ai prodotti tutelati, ha determinato e continua a causare pesanti danni alle aziende italiane. Tale fenomeno, conosciuto come "ItalianSounding", consiste nell'utilizzo di denominazioni geografiche, immagini e marchi che evocano l'Italia per promuovere e commercializzare prodotti non realizzati nel nostro Paese.

Le aziende estere che utilizzano impropriamente segni distintivi e descrizioni informative e promozionali che si rifanno in qualche modo all'Italia, adottano tecniche di mercato che inducono il consumatore ad attribuire ai loro prodotti caratteristiche di qualità italiana che in realtà non posseggono, concorrendo slealmente nel mercato ed acquisendo un vantaggio competitivo rispetto alla concorrenza non solo italiana.

A tale contesto sono riconducibili azioni ed interventi ancora in fase embrionale e per i quali risulta necessaria un'accurata riflessione in termini di fattibilità (in particolare in relazione al rispetto delle normative esistenti, anche di derivazione comunitaria). Si tratta di interventi finalizzati alla tutela delle produzioni nazionali anche in considerazione delle varie accezioni distintive e di specificità, in particolare nei mercati esteri.

La tutela del Made in Italy quale Priorità tematica individuata dal Consiglio Nazionale Anticontraffazione per il biennio 2017-2018 si attua mediante l'Azione Strategica "6.1 – Rafforzamento delle azioni di tutela del Made in Italy", che prevede un insieme di Iniziative Progettuali volte a innalzare il livello di conoscenza degli strumenti di tutela esistenti e finalizzate a tutelare i settori maggiormente colpiti dalla contraffazione del Made in Italy, in particolare il settore agroalimentare.



### **AZIONE STRATEGICA 6.1 - RAFFORZAMENTO DELLE AZIONI DI TUTELA DEL MADE IN ITALY**

Come anticipato nel paragrafo precedente, uno dei settori maggiormente colpiti dal falso “Made in Italy” è quello agroalimentare. La diffusività e l’entità del fenomeno del falso “Made in Italy” e il corrispondente volume di affari connesso a condotte illegali o a pratiche commerciali improprie nel settore agroalimentare sono di tale rilievo da poter parlare dello sviluppo di vere e proprie “agromafie”.

All’estero, la fama dei prodotti italiani, il cosiddetto cibo “Italian Style”, ha fatto sì che si sia sviluppato enormemente il mercato imitativo, attraverso la circolazione di prodotti falsi sia negli esercizi commerciali sia nei ristoranti.

Comunicare e sapere che un prodotto proviene da un luogo, anziché da un altro è importante tanto per il consumatore quanto per il produttore. Per le imprese, in particolare, risulta strategica la garanzia di emersione dell’identità dei produttori e dei prodotti, impedendo, in tal modo, nelle transazioni commerciali, l’anonimato dei primi e l’omogeneità dei secondi.

In tale direzione si muove il “**Piano Straordinario per il Made in Italy**” del Ministero dello Sviluppo Economico che comprende tutte quelle attività di promozione e sviluppo dell’internazionalizzazione dei prodotti e dei servizi Made in Italy, stanziando 260 milioni di euro per il triennio 2015-2017 volti al sostegno alle imprese proiettate sui mercati internazionali, alla realizzazione di tipologie promozionali innovative, al rafforzamento dell’immagine del Made in Italy e all’elaborazione di un piano di comunicazione contro l’ItalianSounding.

Le Iniziative Progettuali che concorrono al raggiungimento degli obiettivi della tutela del Made in Italy sono le seguenti:

- **Tutela dei prodotti agroalimentari DOP e IGP:** uno dei mezzi più utilizzati per la diffusione dell’agropirateria è il web. In tale campo, risulta rilevante l’azione del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali che, attraverso l’Ispettorato Repressione Frodi (ICQRF)<sup>30</sup>, ha sottoscritto due accordi con i più grandi player dell’e-commerce mondiali, quali eBay e Alibaba, al fine di garantire ai prodotti Dop e Igp italiani una protezione pari a quella che ricevono i grandi marchi sulla rete. L’Ispettorato, a seguito del sempre crescente rischio di frodi per i prodotti a Denominazione di Origine, ha avviato, dal 2014 in poi, una specifica attività finalizzata alla tutela

---

<sup>30</sup> L’ICQRF è uno degli organi di controllo dell’agroalimentare più importanti d’Europa, nonché il principale organo sanzionatorio nell’agroalimentare italiano. Organizzato in 10 Uffici territoriali e 19 Uffici d’area distribuiti su tutto il territorio nazionale, esso svolge attività di controllo che interessano tutte le fasi della filiera, dalla produzione alla commercializzazione e si realizzano con verifiche presso gli operatori, e prelievi di campioni per il successivo esame analitico. Da diversi anni l’ICQRF presta particolare attenzione al commercio elettronico dei prodotti agroalimentari e da tempo ha consolidato il suo modello di tutela nazionale ed internazionale delle indicazioni geografiche (DOP e IGP).



dei consumatori e degli operatori da fenomeni di contraffazione e di sleale concorrenza, attraverso la verifica delle informazioni fornite sui siti web nella presentazione e pubblicità nonché commercializzazione dei prodotti a Denominazione d'Origine (D.O.), al fine di contrastare l'utilizzo scorretto delle Indicazioni Geografiche (I.G.) per prodotti generici e qualsiasi forma di imitazione, usurpazione ed evocazione. Le verifiche riguardano sia l'e-commerce, cioè le vendite tramite internet, sia tutte le forme di comunicazione destinate, in modo diretto o indiretto, a promuovere e a presentare i prodotti agroalimentari sui siti web stessi (presentazione e pubblicità).

In tale ambito, nel 2014, e con rinnovo nel 2016, il MIPAAF, (tramite l'ICQRF), l'AICIG (Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche), FEDERDOC (Confederazione Nazionale dei Consorzi volontari per la tutela delle denominazioni dei vini italiani) ed EBAY hanno sottoscritto un protocollo di intesa per la protezione delle D.O. ed I.G. sul web mediante il programma VeRO (Program "Verified Rights Owner"), che permette ai titolari dei diritti di Proprietà Intellettuale di segnalare inserzioni lesive di tali diritti. L'accordo consente di eliminare in tempi rapidi annunci ingannevoli o evocanti denominazioni di origine nazionali che danneggiano l'immagine delle produzioni italiane di eccellenza, la credibilità dei produttori italiani e la libera scelta del consumatore. Tramite tale protocollo di intesa con Ebay sono già state rimosse, nel corso del 2016, 388 inserzioni che proponevano in vendita, sul mercato italiano, europeo e statunitense, prodotti agroalimentari che imitavano, evocavano e usurpavano le indicazioni geografiche italiane.

Il Dipartimento dell'ICQRF, in continuità con tali attività, ha intensificato la cooperazione con le principali piattaforme web mondiali, sottoscrivendo un ulteriore protocollo di intesa con Alibaba per la tutela del "Made in Italy" agroalimentare sul web. Grazie alla firma di tale protocollo, inoltre, l'ICQRF è stato autorizzato ad operare attraverso il Sistema Intellectual Property Protection (IIP) di Alibaba che consente di presentare direttamente online denunce di violazione delle I.G. italiane sulla piattaforma web.

- **Rafforzamento della rete diplomatico-consolare all'estero:** fornire adeguati strumenti, quali linee guida e vademecum, ai funzionari della rete diplomatico-consolare all'estero al fine di migliorare la capacità di intervento e assistenza alle nostre imprese all'estero nella lotta alla contraffazione e nella tutela del Made in Italy è ritenuto dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale un punto fondamentale per rafforzare le capacità di azione e risposta operativa sulle tematiche della Proprietà Industriale.



- **Avvio di un ciclo di incontri bilaterali tra CNAC e Ambasciate straniere in Italia:** al fine di condividere esperienze e buone pratiche in materia di lotta alla contraffazione, l'Iniziativa Progettuale proposta dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, che consiste nell'organizzazione di incontri tra Membri del CNAC e funzionari delle Ambasciate straniere in Italia impegnati nella lotta alla contraffazione, è ritenuta sinergica per raggiungere l'obiettivo di migliorare la tutela dei prodotti italiani all'estero.
- **Sportello Tecnologie Anticontraffazione e sistemi di tracciabilità:** attivo dal dicembre del 2016, Sportello Tecnologie Anticontraffazione e sistemi di tracciabilità è un servizio di assistenza gratuita rivolto alle imprese al fine di assisterle nell'individuazione di soluzioni tecnologiche ad hoc per la prevenzione e la lotta alla contraffazione. Svolto in collaborazione tra il Ministero dello Sviluppo Economico e l'Istituto Poligrafico Zecca dello Stato, sulla base dell'analisi delle specifiche caratteristiche e criticità dei prodotti delle imprese e dei mercati in cui si muovono, il servizio giunge alla formulazione di ipotesi di fattibilità di misure efficaci da adottare al fine di tutelare i diritti di PI sui prodotti delle diverse imprese, ideando e sviluppando soluzioni personalizzate alle loro esigenze. L'obiettivo dell'Iniziativa consiste nel diffondere la conoscenza di soluzioni anticontraffazione (tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti) per aiutare le imprese a valorizzare il prodotto autentico Made in Italy, ottimizzando i processi produttivi e di filiera.
- **Marchi Storici:** si tratta della attivazione, da parte del Ministero dello Sviluppo Economico, di una nuova linea di agevolazione finalizzata alla rivitalizzazione di marchi storici di Piccole e Medie Imprese registrati da almeno 50 anni. Obiettivo dell'Iniziativa è quello di accrescere il valore dei marchi nazionali, esaltando la storia e la cultura d'impresa del nostro Paese.
- **Asklepios:** si tratta di un'Iniziativa Progettuale, descritta dal Comando dei Carabinieri per la Tutela della Salute, che si inserisce nelle politiche di lotta alla contraffazione nel settore agroalimentare. È un'operazione promossa dalla U.S. Immigration and Customs Enforcement (ICE) e coordinata dal Belgio, finalizzata alla ricerca di prodotti alimentari che, attraverso l'utilizzo di immagini e parole, richiamano impropriamente la qualità del Made in Italy (c.d. ItalianSounding) fuorviando i consumatori. L'iniziativa prevede l'effettuazione di una serie di controlli sui prodotti alimentari Made in Italy da parte delle autorità competenti nell'ambito delle maggiori catene distributive europee.

Nell'ambito dell'Azione Strategica "6.1 – Rafforzamento delle azioni di tutela del Made in Italy" di particolare interesse risulta l'Iniziativa attuata da **Confartigianato Moda del Veneto** che riguarda l'applicazione in via sperimentale su alcune imprese industriali ed artigiane del settore moda della Regione Veneto, dell'**"etichetta parlante"**: si tratta di un chip impiegato per confermare l'autenticità del



*Consiglio Nazionale Anticontraffazione*

prodotto collegato a un software nel quale sono riportate le informazioni sulla filiera produttiva del prodotto stesso permettendo così una maggior tutela del consumatore dall'acquisto di prodotti contraffatti. L'etichetta è anche un efficace strumento di marketing per le aziende produttrici che possono così tracciare le abitudini di acquisto dei clienti. Tale Iniziativa sarà accompagnata da attività di sensibilizzazione presso le associazioni di categoria e di consulenza e formazione presso le imprese.

Come facilmente intuibile, le azioni delle politiche di lotta alla contraffazione rivolte a tutelare il settore del Made in Italy, sono trasversali a tutte le cinque precedenti Priorità Tematiche su cui si concentra l'azione del CNAC nel periodo 2017-2018.



### 3.3 Monitoraggio, valutazione e comunicazione

L'attuazione delle Iniziative Progettuali inserite nel presente Piano Strategico Nazionale prevede un'attività di monitoraggio delle azioni previste al fine di rilevare ed elaborare informazioni e dati utili al controllo e alla valutazione dell'attuazione del Piano stesso. Tale **monitoraggio** consente di elaborare un quadro completo dello stato di avanzamento del Piano e viene effettuato nelle seguenti fasi di vita delle Iniziative Progettuali:

- **in itinere**, ovvero durante lo svolgimento delle attività previste dalle varie Iniziative Progettuali. Questa attività di monitoraggio consente, attraverso il confronto periodico e sistematico delle informazioni, di inserire eventuali azioni correttive o modifiche a quanto previsto in fase di pianificazione progettuale;
- **ex-post**, cioè in fase conclusiva delle Iniziative Progettuali, al fine di verificare la corrispondenza delle azioni svolte agli obiettivi prefissati dalle Priorità Tematiche in cui sono inserite.

Le Iniziative Progettuali che compongono il Piano Strategico Nazionale 2017-2018 prevedono una **fase iniziale** di progettazione delle attività, da espletarsi dopo l'approvazione del Piano a fine marzo 2017, e una **fase di avvio** delle attività prevista per i mesi immediatamente successivi. Un primo **follow-up**, in base ai dati di monitoraggio forniti dagli enti capofila durante lo svolgimento delle Iniziative Progettuali è previsto per l'autunno, mentre il **monitoraggio finale** è da espletarsi per la seduta conclusiva del mandato dell'attuale Consiglio prevista nei primi mesi del 2018.

Al termine delle attività di monitoraggio, durante la riunione plenaria conclusiva del biennio 2017-2018 del CNAC, è prevista la presentazione dei risultati raggiunti dalle Iniziative Progettuali attuate nel corso del biennio di riferimento del presente Piano ai fini di una complessiva **valutazione** in relazione agli obiettivi prefissati.

Per una efficace promozione, **comunicazione** e valorizzazione delle attività del CNAC per il biennio 2017-2018, il Consiglio propone che ciascuna Iniziativa Progettuale, approvata con l'adozione del Piano Strategico Nazionale, possa riportare nella documentazione progettuale e nei siti internet di riferimento anche il **logo del CNAC**, oltre a quello dell'Amministrazione, istituzione o associazione proponente e degli eventuali partner, al fine di evidenziare che l'iniziativa è stata attuata in linea con gli indirizzi strategici promossi dal CNAC e che concorre, in sinergia con le altre iniziative, al raggiungimento degli obiettivi del Piano Strategico Nazionale.



*Consiglio Nazionale Anticontraffazione*

Per promuovere il Piano Strategico Nazionale 2017-2018 in ambito nazionale, si propone la massima diffusione del Piano stesso attraverso la **pubblicazione sul sito internet del CNAC e sui siti istituzionali dei suoi Membri** e la trasmissione alle Commissioni parlamentari interessate dal tema.

Inoltre, al fine di diffondere il Piano Strategico Nazionale anche in ambito internazionale, il CNAC propone che il Piano venga tradotto in **lingua inglese** per la trasmissione alle organizzazioni internazionali interessate.



## 4. Allegati

### Schede di sintesi delle Iniziative progettuali per Priorità Tematica

#### Iniziative progettuali della Priorità 1 – Comunicazione

Al fine di sistematizzare le Azioni Strategiche della Priorità Tematica “1. Comunicazione”, si riportano di seguito le **Iniziative Progettuali proposte dai Membri del CNAC** per il biennio 2017-2018.

<b>1.</b>  <b>COMUNICAZIONE</b>  <b>1.1</b> <b>Campagne di</b> <b>comunicazione</b>	<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Settimana Anticontraffazione</b>  Realizzazione di convegni, manifestazioni ed eventi per la sensibilizzazione dei consumatori, delle imprese e dei giovani sui temi della tutela della PI e della lotta alla contraffazione attraverso modalità innovative di comunicazione e informazione, tra cui flash-mob e road show tradizionali
	<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
	<b>PARTNERSHIP</b>	ANCI, Unioncamere, Confindustria, Confcommercio, Confapi, Coldiretti, Confagricoltura, CIA, Confartigianato, Confesercenti, CNA, CNCU
	<b>TARGET</b>	Società civile, Imprese, Pubblica Amministrazione, Forze dell'Ordine, Associazioni di categoria
	<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Eventi su tutto il territorio nazionale con una concentrazione delle iniziative nelle città di Venezia, Napoli e Cosenza
	<b>RISULTATI ATTESI</b>	Innalzare la percezione dei consumatori e delle imprese sulla gravità del fenomeno contraffattivo e sul valore strategico dei diritti di PI. Promuovere il ruolo attivo dei consumatori, e delle imprese nella lotta alla contraffazione



**1.**

**COMUNICAZIONE**

**1.1**

**Campagne di comunicazione**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Campagna nazionale di comunicazione</b> Realizzazione di una campagna di comunicazione per coinvolgere e sensibilizzare un pubblico ampio (società civile, imprese, associazioni di categoria, istituzioni, Forze dell'Ordine, ecc.) sul sistema di tutela della Proprietà Industriale e sui rischi connessi con la violazione dei diritti di PI dal punto di vista economico e sociale. La campagna prevede la diffusione di spot radiofonici e televisivi e affissioni.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	-
<b>TARGET</b>	Consumatori, Imprese
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Incentivare un comportamento più consapevole e responsabile rispetto al fenomeno contraffattivo



1.

## COMUNICAZIONE

1.1

### Campagne di comunicazione

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Seminario internazionale sulla contraffazione on line</b>  Organizzazione di un seminario internazionale sul tema della lotta alla contraffazione on line tramite social network rivolto ad operatori delle Autorità di law enforcement dei Paesi membri dell'UE per presentare le tecniche investigative e gli strumenti di prevenzione e contrasto, tra cui l'applicativo "CO.Li.Br.I.", adottato dalla Guardia di Finanza per la lotta alla contraffazione. Il seminario sarà organizzato in collaborazione con l'Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale (EUIPO)
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dell'Economia e delle Finanze - Guardia di Finanza
<b>PARTNERSHIP</b>	Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale (EUIPO), Europol, Autorità di law enforcement dei Paesi membri dell'Unione europea, Ministero dello Sviluppo Economico – (DGLC – UIBM), Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
<b>TARGET</b>	Operatori delle Autorità di law enforcement dei Paesi membri dell'Unione europea
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Unione Europea
<b>RISULTATI ATTESI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Favorire lo scambio di esperienze e la cooperazione internazionale nella lotta alla contraffazione</li><li>• Accrescere le competenze e le conoscenze delle Autorità di law enforcement dell'UE sugli strumenti di prevenzione e contrasto della contraffazione</li></ul>



Di seguito si riportano le **Iniziative Progettuali delle Commissioni Consultive Permanenti del CNAC**, che concorrono al raggiungimento degli obiettivi della Priorità Tematica “1. Comunicazione” per il biennio 2017-2018.

**PRIORITÀ 1 - COMUNICAZIONE**

**AZIONE STRATEGICA 1.1 – CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE**

	INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO PROPONENTE	PARTNERSHIP
1	<b>Mangia sano Mangia Made In</b> - Piattaforma web per la recensione di prodotti alimentari da parte dei consumatori e servizio di "Mystery shopping" per la rilevazione e la valutazione della qualità dei prodotti	CNCU – Associazione CODICI	Guardia di Finanza, Comando Unità per la Tutela Forestale, Ambientale e Agroalimentare Carabinieri, Altre istituzioni impegnate sul tema della lotta alla contraffazione
2	<b>Giornata della Legalità “Legalità mi piace”</b> - Giornata di mobilitazione che prevede l’organizzazione nel mese di novembre su tutto il territorio nazionale di iniziative territoriali e locali (convegni, mostre, eventi) contro ogni forma di illegalità e contro tutti i fenomeni criminali che rappresentano un grave danno per il Paese	Confcommercio	Istituzioni, Forze dell’Ordine, Istituti di ricerca
3	<b>Riconosco l’originale</b> – Campagna di comunicazione da realizzare all’interno delle biblioteche statali per sensibilizzare gli utenti sui temi della tutela della PI e della violazione dei diritti	CNCU – Associazione CODICI	Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo
4	<b>Eventi sulla contraffazione delle opere d’arte</b> - Esposizione di esemplari di opere d’arte contraffatte confiscate dalle Forze dell’Ordine, istituzione di un “Laboratorio del falso” in collaborazione con l’Università Roma Tre finalizzato all’organizzazione di seminari didattici sul tema e all’elaborazione di studi sulle opere e autori maggiormente contraffatti	Comando dei Carabinieri Tutela Patrimonio Culturale	Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Ministero dello Sviluppo Economico, Ministero dell’Università e della Ricerca, Associazioni di categoria, Università Roma Tre



---

**PRIORITÀ 1 - COMUNICAZIONE**

---

**AZIONE STRATEGICA 1.1 – CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE**

INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO PROPONENTE	PARTNERSHIP
<p><b>5</b> <b>Campagna nazionale di informazione</b> - Realizzazione di una campagna di sensibilizzazione dei consumatori e delle imprese attraverso il sito web dell'associazione, l'organizzazione di giornate informative presso le sedi Confapi e la messa a disposizione di un vademecum informativo sui diritti di PI a supporto delle imprese</p>	Confapi	Ministero dello Sviluppo Economico – (DGLC – UIBM)



## Iniziative progettuali della Priorità 2 – Formazione e Informazione

Al fine di sistematizzare le Azioni Strategiche della Priorità Tematica “2. Formazione e Informazione”, si riportano di seguito le **Iniziative Progettuali proposte dai Membri del CNAC** per il biennio 2017-2018.

<b>2.</b> <b>FORMAZIONE E INFORMAZIONE</b>  <b>2.1</b> <b>Formazione alla Pubblica Amministrazione</b>	<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Formazione dei funzionari della PA</b>  Attività di formazione rivolte ai funzionari della PA impegnati nella tutela della PI e del “Made in Italy”, in modo particolare in ambito internazionale, al fine di diffondere una cultura della PI e della lotta alla contraffazione e alla pirateria. La formazione sarà erogata dalla Scuola Nazionale dell’Amministrazione (SNA) sulla base di una proposta che sarà formulata dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
	<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
	<b>PARTNERSHIP</b>	Scuola Nazionale dell’Amministrazione (SNA), Ministero per la Semplificazione e la Pubblica Amministrazione
	<b>TARGET</b>	Funzionari della Pubblica Amministrazione impegnati, soprattutto sul fronte internazionale, nella tutela della PI e del Made in Italy
	<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
	<b>RISULTATI ATTESI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sviluppare e migliorare le competenze e le capacità di prevenzione e contrasto del fenomeno contraffattivo</li><li>• Migliorare la capacità di risposta operativa da parte della PA nei casi di violazioni dei diritti di PI</li><li>• Rafforzare l'efficacia dell'azione diplomatica italiana sul piano regionale, europeo e multilaterale</li></ul>



2.

**FORMAZIONE E  
INFORMAZIONE**

2.1

**Formazione alla  
Pubblica  
Amministrazione**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Vademecum per gli acquisti della PA</b>  Progettazione, realizzazione e distribuzione di un vademecum contenente linee guida per gli acquisti delle forniture della Pubblica Amministrazione. L'obiettivo è sensibilizzare le stazioni appaltanti in relazione al rischio di acquistare prodotti in violazione dei diritti di proprietà industriale. Il vademecum conterrà anche prime indicazioni operative per una maggiore tutela delle Pubbliche Amministrazioni.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	Ministero dell'Economia e delle Finanze
<b>TARGET</b>	Pubblica Amministrazione
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Innalzare le conoscenze della PA negli acquisti delle forniture



2.

**FORMAZIONE E  
INFORMAZIONE**

2.1

**Formazione alla  
Pubblica  
Amministrazione**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Iniziative di sensibilizzazione sul fenomeno della contraffazione internazionale</b>  Organizzazione di attività di informazione e sensibilizzazione rivolte agli esperti della Guardia di Finanza che operano presso le Ambasciate estere sul tema della contraffazione e delle violazioni dei diritti di PI per favorire la cooperazione internazionale nella lotta alla criminalità economico-finanziaria di rilievo transnazionale
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dell'Economia e delle Finanze - Guardia di Finanza
<b>PARTNERSHIP</b>	Ambasciate estere
<b>TARGET</b>	Rete di esperti della Guardia di Finanza dislocati presso Ambasciate e rappresentanze permanenti estere
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Internazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Favorire la cooperazione internazionale nella lotta alla criminalità economico-finanziaria di rilievo transnazionale</li><li>• Accrescere le competenze degli operatori delle Forze dell'Ordine</li></ul>



2.

**FORMAZIONE E  
INFORMAZIONE**

2.2

**Formazione ai giovani**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Formazione degli studenti delle scuole secondarie (Proprietà Intellettuale on line)</b>  Progettazione ed organizzazione di attività di formazione rivolte al corpo docente e agli studenti delle scuole secondarie sulla contraffazione on line al fine di sensibilizzare i giovani sui rischi che derivano dagli acquisti illeciti tramite web e promuovere la conoscenza della PI e degli strumenti di contrasto della contraffazione on line
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo
<b>PARTNERSHIP</b>	CREDA (Centro di ricerca di eccellenza sul diritto d'autore), Ministero dell'Università e della Ricerca, Università Europea e Università statali aderenti al PRIN, Ministero della Giustizia
<b>TARGET</b>	Studenti delle scuole secondarie e docenti
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Regione Lazio
<b>RISULTATI ATTESI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diffondere il valore strategico dei titoli di PI e della cultura della legalità</li><li>• Sensibilizzare i giovani sui rischi derivanti dalla contraffazione</li><li>• Rendere i giovani attivi nella lotta alla contraffazione</li></ul>



2.

**FORMAZIONE E  
INFORMAZIONE**

2.2

**Formazione ai  
giovani**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Educazione alla legalità economica</b>  Progettazione ed organizzazione di incontri formativi con gli studenti delle scuole primarie e secondarie di primo e secondo grado sui temi della tutela della PI e della violazione dei diritti al fine di sensibilizzare i giovani sui rischi che derivano dagli atti illeciti e sulle conseguenze dal punto di vista economico e finanziario
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dell'Economia e delle Finanze - Guardia di Finanza
<b>PARTNERSHIP</b>	-
<b>TARGET</b>	Studenti delle scuole primarie e secondarie di primo e secondo grado
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promuovere la cultura della legalità e il valore strategico della PI</li><li>• Sensibilizzare i giovani sui rischi derivanti dalla contraffazione</li><li>• Rendere i giovani attivi nella lotta alla contraffazione</li></ul>



## 2.

### FORMAZIONE E INFORMAZIONE

#### 2.2

#### Formazione ai giovani

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Programma di formazione e sensibilizzazione sulla PI</b>  Attività di formazione sui temi della lotta alla contraffazione e della valorizzazione e tutela della PI al fine di sensibilizzare i giovani sui rischi che derivano dal mercato del falso. E' prevista la proiezione del docu-film "La fabbrica fantasma", realizzato dal regista Mimmo Calopresti con la collaborazione del MISE, con l'obiettivo di testimoniare la rilevanza dell'impegno di ciascuno nel contrasto alla contraffazione e di promuovere occasioni di riflessione e dibattito sui danni economici e sociali derivanti dal consumo di prodotti contraffatti. Si propone l'inserimento nei Piani di Offerta Formativa degli Istituti superiori di attività extracurricolari relative alla proprietà industriale e alla lotta alla contraffazione, con connesse attività propedeutiche di formazione dei docenti.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca
<b>TARGET</b>	Docenti e studenti delle scuole primarie e delle scuole secondarie di primo e secondo grado
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diffondere una cultura orientata alla creatività, all'innovazione e al rispetto delle regole e della legalità</li><li>• Promuovere la diffusione della cultura della valorizzazione e tutela della PI</li><li>• Sensibilizzare i giovani sui rischi derivanti dalla contraffazione</li><li>• Rendere i giovani attivi nella lotta alla contraffazione</li></ul>



2.

**FORMAZIONE E  
INFORMAZIONE**

2.2

**Formazione ai  
giovani**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Roadshow “Io sono originale”</b>  Programma rivolto agli studenti degli ultimi tre anni delle superiori che prevede 20 tappe del Roadshow in cui sarà distribuito materiale illustrativo progettato ad hoc e gadget. È prevista la possibilità di far realizzare agli studenti un video che li renda protagonisti dell'informazione corretta contro il falso. In conclusione dell'incontro, i ragazzi saranno invitati ad utilizzare il canale “Instagram Originale”: in cui condividere foto nella community in tempo reale, utilizzando l'hashtag #iosonoriginale.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	Associazioni di Categoria, Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca
<b>TARGET</b>	Studenti
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Coinvolgimento attivo dei giovani nella diffusione delle tematiche di tutela dei diritti di PI e delle politiche di lotta alla contraffazione



2.

**FORMAZIONE E  
INFORMAZIONE**

2.3

**Formazione e  
informazione alle  
imprese**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>IP - Pre diagnosi</b>  Servizio on line dedicato alle imprese che, attraverso la compilazione di un semplice questionario, possono avere un primo approccio con il sistema della tutela dei titoli di Proprietà Industriale e verificare il proprio livello di innovazione e di tutela dei diritti di PI
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC - UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	Unioncamere, Confindustria, Confesercenti, Confartigianato, Confcommercio, Confapi
<b>TARGET</b>	Imprese
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promuovere e diffondere la cultura della PI</li><li>• Sensibilizzare le imprese sui rischi derivanti dalla contraffazione</li><li>• Incrementare il ricorso agli strumenti di PI</li></ul>



2.

**FORMAZIONE E  
INFORMAZIONE**

2.3

**Formazione e  
Informazione alle  
imprese**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Piattaforma mobile-learning L2PRO</b>  Sviluppo della piattaforma di mobile learning, fruibile mediante app, rivolta alle PMI, innovatori e professionisti per aiutarli a comprendere come valorizzare e trarre vantaggio dalle proprie innovazioni in uno scenario globale sempre più competitivo.
<b>SOGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC - UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	-
<b>TARGET</b>	PMI, imprenditori, ricercatori, studenti e innovatori più in generale
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diffondere la cultura della PI</li><li>• Supportare le imprese nella valorizzazione dell'innovazione</li></ul>



## 2.

### FORMAZIONE E INFORMAZIONE

#### 2.4

##### Analisi e studi

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Analisi delle relazioni tra contraffazione e criminalità organizzata</b>  Elaborazione di un'indagine sul fenomeno contraffattivo e sulle connessioni con la criminalità organizzata e con il terrorismo internazionale al fine di evidenziare la dimensione sovranazionale della contraffazione ed il funzionamento delle reti criminali e di individuare opportune strategie di prevenzione e contrasto a supporto delle azioni messe in campo dalle autorità competenti
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dell'Interno
<b>PARTNERSHIP</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
<b>TARGET</b>	Pubblica Amministrazione, Forze dell'Ordine
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale ed Internazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Innalzare la conoscenza delle connessioni tra criminalità organizzata e contraffazione in Italia</li><li>• Sensibilizzare le istituzioni competenti ad individuare le opportune strategie di prevenzione e contrasto del fenomeno</li><li>• Evidenziare la dimensione transnazionale del fenomeno contraffattivo e il funzionamento delle reti criminali</li></ul>



## 2.

### FORMAZIONE E INFORMAZIONE

#### 2.4

##### Analisi e studi

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<p><b>Case study Italia dello Studio “Trade in Counterfeit and Pirated Goods. Mapping the Economic Impact” dell’OCSE</b></p> <p>Realizzazione di uno studio sulla contraffazione volto ad analizzare il mercato interno della contraffazione e indagare aspetti qualitativi e quantitativi correlati al commercio di prodotti contraffatti italiani nel mondo, con approfondimenti settoriali, esaminando altresì l’andamento e le rotte verso l’Italia delle merci false. La metodologia adottata muoverà da quella utilizzata nello studio OCSE – EUIPO “Trade in Counterfeit and Pirated Goods. Mapping the Economic Impact” lanciato nel 2016, con gli opportuni adattamenti al caso Italia, e con l’arricchimento di dati e analisi dell’Osservatorio sulla contraffazione DGLC-UIBM.</p>
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	OCSE, Ministero dell’Economia e delle Finanze - Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane e dei Monopoli
<b>TARGET</b>	Pubblica Amministrazione, Forze dell’Ordine, Società civile
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Migliorare la conoscenza della contraffazione dei prodotti italiani sul mercato interno ed all’estero, favorendo l’assunzione di iniziative di contrasto sempre più mirate e l’adozione di efficaci strategie di tutela dei marchi italiani anche fuori dai confini del Paese.



Di seguito si riportano le **Iniziative Progettuali delle Commissioni Consultive Permanenti del CNAC**, che concorrono al raggiungimento degli obiettivi della Priorità Tematica “2. Formazione e Informazione” per il biennio 2017-2018.

---

## PRIORITÀ 2 – FORMAZIONE E INFORMAZIONE

---

### AZIONE STRATEGICA 2.1 – FORMAZIONE ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO PROPONENTE	PARTNERSHIP
1 <b>Promozione di una cultura agroalimentare</b> – Organizzazione di incontri periodici (conferenze, fiere, eventi di settore) per sensibilizzare i consumatori sull'acquisto consapevole dei prodotti agroalimentari, diffondendo informazioni sull'origine di un prodotto e sul valore dell'etichettatura dello stesso	Comando Carabinieri Politiche Agricole e Alimentari – Nuclei Antifrodi	Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF) – Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali



## PRIORITÀ 2 – FORMAZIONE E INFORMAZIONE

### AZIONE STRATEGICA 2.2 – FORMAZIONE AI GIOVANI

INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO PROPONENTE	PARTNERSHIP
<b>1</b> <b>Progetto nazionale di educazione all'acquisto legale e responsabile: fermiamo la contraffazione</b> – Attività di sensibilizzazione rivolta agli studenti per informarli su tutti i fenomeni illegali attraverso iniziative teatrali. Sono previste 5 tappe da realizzare sul territorio nazionale	Confcommercio	Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca
<b>2</b> <b>Consumo e diritti: sensibilizzare i giovani verso un consumo consapevole</b> - Protocollo di Intesa tra MIUR e CNA Federmoda al fine di realizzare laboratori di progettazione di prodotti di moda e design, visite presso imprese della moda, lezioni interattive sui temi della qualità dei prodotti, incontri con esperti del settore e con rappresentanti delle Forze dell'Ordine sul tema della contraffazione	Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa (CNA)	Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca



---

## PRIORITÀ 2 – FORMAZIONE E INFORMAZIONE

---

### AZIONE STRATEGICA 2.3 – FORMAZIONE E INFORMAZIONE ALLE IMPRESE

INIZIATIVA PROGETTUALE		SOGGETTO PROPONENTE	PARTNERSHIP
1	<b>Come tutelare il proprio Marchio e il proprio know how, come prevenire la contraffazione:</b> nel corso del 2017 e 2018 sarà realizzato un ciclo di formazione rivolto alle imprese agricole associate al favorire il rafforzamento della conoscenza da parte delle singole imprese degli strumenti a disposizione per tutelare il proprio prodotto ed il know how, soprattutto in riferimento alle attività agricole orientate ai mercati esteri.	Confederazione Agricoltori Italiana	-

---

## PRIORITÀ 2 – FORMAZIONE E INFORMAZIONE

---

### AZIONE STRATEGICA 2.4 – ANALISI E STUDI

INIZIATIVA PROGETTUALE		SOGGETTO PROPONENTE	PARTNERSHIP
1	<b>Osservatorio Agromafie</b> - Promozione e diffusione della cultura del Made in Italy agroalimentare attraverso la pubblicazione di volumi, l'organizzazione di convegni e la diffusione di brochure informative	Coldiretti	Sostenitori della Fondazione "Osservatorio Agromafie"



### Iniziative progettuali della Priorità 3 – Rafforzamento dei presidi territoriali

Al fine di sistematizzare le Azioni Strategiche della Priorità Tematica “3. Rafforzamento dei presidi territoriali”, si riportano di seguito le **Iniziative Progettuali proposte dai Membri del CNAC** per il biennio 2017-2018.

<b>3.</b> <b>RAFFORZAMENTO</b> <b>DEI PRESIDI</b> <b>TERRITORIALI</b>  <b>3.1</b> <b>Rafforzamento dei</b> <b>presidi territoriali</b>	<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Vigilanza e contrasto del lavoro nero</b>  Interventi finalizzati alla lotta alla contraffazione e alla tutela della manifattura italiana nell'ambito delle attività di vigilanza da svolgere congiuntamente con la Guardia di Finanza, volta a contrastare il lavoro nero e l'utilizzo di manodopera irregolare.
	<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero del Lavoro – Ispettorato Nazionale del Lavoro
	<b>PARTNERSHIP</b>	Guardia di Finanza
	<b>TARGET</b>	Piccole e Medie Imprese
	<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	8/10 territori in corso di individuazione
	<b>RISULTATI ATTESI</b>	Rafforzare le attività di lotta all'abusivismo commerciale e alla produzione di merce contraffatta



### 3.

## RAFFORZAMENTO DEI PRESIDI TERRITORIALI

### 3.1

#### Rafforzamento dei presidi territoriali

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Programma Nazionale di Azioni Territoriali Anticontraffazione</b>  Programma Nazionale finalizzato all'ampliamento e al rafforzamento della Rete Nazionale dei Comuni per contrastare la contraffazione e al rafforzamento capillare dei presidi territoriali già esistenti nelle porzioni cittadine maggiormente interessate da fenomeni di contraffazione e abusivismo commerciale, quali le aree mercatali o le vie ad alto tasso turistico.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI) e Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	Polizie Locali
<b>TARGET</b>	Comuni
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Ampliare e rafforzare la Rete Nazionale dei Comuni per la lotta alla contraffazione



### 3.

## RAFFORZAMENTO DEI PRESIDI TERRITORIALI

### 3.1

#### Rafforzamento dei presidi territoriali

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Attuazione delle Linee guida per la prevenzione ed il contrasto alla contraffazione</b>  Continuazione dell'attuazione delle "Linee guida per la prevenzione ed il contrasto alla contraffazione" e emanazione di una circolare, in vista della stagione estiva 2017, finalizzata a promuovere la stipula da parte dei Prefetti di protocolli territoriali e attività di monitoraggio sulle risultanze delle azioni di contrasto già messe in atto dalle Prefetture e sulle iniziative che saranno attivate dai protocolli territoriali di nuova sottoscrizione.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dell'Interno
<b>PARTNERSHIP</b>	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
<b>TARGET</b>	Prefetture
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Intensificare l'attività di prevenzione e contrasto ai fenomeni dell'abusivismo commerciale e della contraffazione.



### 3.

## RAFFORZAMENTO DEI PRESIDI TERRITORIALI

### 3.1

#### Rafforzamento dei presidi territoriali

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Studi territoriali sul fenomeno della contraffazione</b>  Analisi territoriali sul fenomeno della contraffazione volte a sviluppare un'approfondita conoscenza delle specificità con cui si presenta il fenomeno della contraffazione a livello locale e delle connessioni con il contesto socio-economico e con altri fenomeni di illegalità. L'analisi fornirà indicazioni operative ai Prefetti per la definizione di Piani d'Azione Anticontraffazione per le città di Venezia, Napoli, Cosenza, Firenze e Genova declinati in base alle peculiarità del fenomeno contraffattivo a livello locale.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	Comuni
<b>TARGET</b>	Prefetture
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Le indagini avranno ad oggetto 5 province italiane: Venezia, Napoli, Cosenza, Firenze e Genova
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Sviluppare azioni di monitoraggio, formazione, informazione e sensibilizzazione da realizzarsi sui territori provinciali



### 3. RAFFORZAMENTO DEI PRESIDI TERRITORIALI

#### 3.1

#### Rafforzamento dei presidi territoriali

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Dispositivo operativo per il contrasto alla contraffazione e all'abusivismo commerciale organizzato</b>  Realizzazione, presso ogni Comando Provinciale della Guardia di Finanza, di un dispositivo permanente funzionale alla pianificazione delle attività di contrasto sul territorio e alla vigilanza in occasione di eventi con grande richiamo di pubblico, al fine di rendere maggiormente sistematica e organizzata sul territorio l'aggressione operativa alla contraffazione e all'abusivismo commerciale.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dell'Economia e delle Finanze - Guardia di Finanza
<b>PARTNERSHIP</b>	-
<b>TARGET</b>	Reparti Territoriali della Guardia di Finanza
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Rendere maggiormente organizzata e sistematica sul territorio l'aggressione operativa alla contraffazione e all'abusivismo commerciale



## Iniziative progettuali della Priorità 4 – Enforcement

Al fine di sistematizzare le Azioni Strategiche della Priorità Tematica “4. Enforcement”, si riportano di seguito le **Iniziative Progettuali proposte dai Membri del CNAC** per il biennio 2017-2018.

<b>4.</b> <b>ENFORCEMENT</b>  <b>4.1</b> <b>Razionalizzazione della normativa</b>	<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Sistematizzazione della normativa in materia di reati legati alla contraffazione</b>  Attività di coordinamento che si pone come obiettivo la risoluzione delle difficoltà applicative causate dalla diversa collocazione delle fattispecie che configurano il reato di contraffazione, alcune inserite nel titolo VII del libro II del Codice Penale, configurandosi come reato di falso, e altre collocate nel Titolo VIII, configurandosi come reati contro l'economia e il commercio. L'intervento affronterà anche la suddivisione delle fattispecie sulla base delle tipologie di diritti e dei settori produttivi. L'intervento terrà conto, inoltre, dell'esigenza di prevedere differenti forme di tutela tra le ipotesi di contraffazione meno gravi e le fattispecie che configurano comportamenti delittuosi condotti su base sistematica ed organizzata o che hanno aspetti di particolare gravità. Potranno altresì essere riviste le pene pecuniarie, riservando un trattamento sanzionatorio più rilevante per i casi di contraffazione grave
	<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero della Giustizia
	<b>PARTNERSHIP</b>	Membri del CNAC
	<b>TARGET</b>	Titolari di diritti di Proprietà Intellettuale, Pubblica Amministrazione, Società Civile, Forze dell'Ordine
	<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
	<b>RISULTATI ATTESI</b>	Armonizzazione della normativa in materia di reati legati alla contraffazione



## 4.

### ENFORCEMENT

#### 4.1

#### Razionalizzazione della normativa

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Sanzioni Amministrative</b> Modifica normativa in merito alla procedura di ripartizione dei proventi derivanti dalle sanzioni amministrative tra le diverse amministrazioni ed enti interessati. L'attuale procedura, infatti, non consente la ripartizione dei proventi tra le diverse amministrazioni ed enti interessati e il modello F24 non permette l'individuazione dell'ente locale accertatore. L'obiettivo dell'iniziativa è quello di incentivare le autorità competenti ad emettere sanzioni ai soggetti che operano sul mercato del falso.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI)
<b>PARTNERSHIP</b>	Ministero della Giustizia, Ministero dell'Economia e delle Finanze
<b>TARGET</b>	Forze dell'Ordine, Pubblica Amministrazione
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Modifica normativa che individui una procedura in grado di garantire il reperimento delle informazioni necessarie alla suddivisione dei proventi delle sanzioni amministrative



**4.**  
**ENFORCEMENT**

**4.1**  
**Razionalizzazione  
della normativa**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Distruzione delle merci contraffatte</b> Ripensamento organico della normativa in materia di distruzione delle merci contraffatte al fine di ridurre i costi di custodia e smaltimento a carico dell'erario.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dell'Economia e delle Finanze - Agenzia delle Dogane e dei Monopoli
<b>PARTNERSHIP</b>	Ministero della Giustizia, Indicam
<b>TARGET</b>	Società civile, Forze dell'Ordine, Pubblica Amministrazione
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Riorganizzazione della normativa in materia di distruzione di merci contraffatte al fine di ridurre i costi a carico dell'Erario
<b>INDICATORE DI RISULTATO</b>	Realizzazione della modifica normativa



4.

ENFORCEMENT

4.1

Razionalizzazione  
della normativa

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Piccole spedizioni di merce contraffatta</b> Razionalizzazione della normativa in materia di piccole spedizioni di merce contraffatta destinata al consumatore finale al fine di contemperare la corretta applicazione delle norme di procedura penale con le norme di matrice unionale. La parcellizzazione delle importazioni, infatti, rende maggiormente difficili i controlli da parte delle autorità competenti, mentre il fenomeno illegale rimane decisamente consistente in considerazione della potenzialità dannosa correlata alla tipologia di merci importate.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dell'Economia e delle Finanze - Agenzia delle Dogane e dei Monopoli
<b>PARTNERSHIP</b>	Ministero della Giustizia
<b>TARGET</b>	Consumatori, Forze dell'Ordine, Pubblica Amministrazione
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Modifica della normativa nazionale in materia di piccole spedizioni al fine di renderla coerente alle norme comunitarie



4.

**ENFORCEMENT**

4.2

**Azioni di potenziamento dell'enforcement**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>App Linea Diretta Anticontraffazione</b> Applicazione finalizzata a rendere semplice e rapida la segnalazione dei casi di violazione dei diritti di Proprietà Industriale. Con un semplice click sarà possibile inviare la foto di un prodotto contraffatto alla Linea Anticontraffazione, consentendo l'attivazione dell'istruttoria finalizzata a eventuali procedure di contrasto
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	Guardia di Finanza
<b>TARGET</b>	Consumatori e imprese
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Consolidamento delle strategie di contrasto alle violazioni di diritti di proprietà intellettuale



4.

**ENFORCEMENT**

4.2

**Azioni di potenziamento dell'enforcement**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Rafforzamento della rete diplomatico-consolare all'estero</b> Predisposizione di linee guida, rapporti e studi sulla contraffazione al fine di rafforzare le capacità di azione e di risposta operativa della rete diplomatico-consolare all'estero nella lotta alla contraffazione e alla pirateria e nella tutela del "Made in Italy"
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
<b>PARTNERSHIP</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, Guardia di Finanza, Carabinieri
<b>TARGET</b>	Pubblica Amministrazione
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Rafforzamento delle capacità di azione e risposta operativa sulle tematiche della Proprietà Industriale



4.

ENFORCEMENT

4.2

Azioni di potenziamento dell'enforcement

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Avvio di un ciclo di incontri bilaterali tra CNAC e Ambasciate straniere in Italia</b> Organizzazione di incontri tra i Membri del CNAC e le Ambasciate estere in Italia al fine di individuare ipotesi di collaborazione, favorire il dialogo e promuovere lo scambio di buone pratiche e di informazioni sui più recenti sviluppi in materia di PI e di lotta alla contraffazione tra autorità italiane e straniere nella prospettiva di incrementare la capacità di adeguamento di ciascun sistema nazionale o regionale alle sfide poste dalla tutela della PI e dalla evoluzione del fenomeno contraffattivo
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
<b>PARTNERSHIP</b>	Membri CNAC
<b>TARGET</b>	Ambasciate in Italia di Paesi ritenuti di interesse prioritario in materia di lotta alla contraffazione e alla pirateria
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Creare una rete collaborativa interministeriale e con le Ambasciate al fine di mettere a sistema le buone pratiche in tema di enforcement



4.

**ENFORCEMENT**

4.2

**Azioni di potenziamento dell'enforcement**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Piani operativi per la tutela della Proprietà Intellettuale</b>  Attuazione dei seguenti Piani operativi per la lotta alla contraffazione: <ul style="list-style-type: none"><li>- “Lotta alla contraffazione” – tutela della Proprietà Industriale ai fini della disincentivazione dei consumatori all’acquisto di merce contraffatta;</li><li>- “Tutela del Made in Italy” – volto ad evitare la commercializzazione di prodotti con false denominazioni DOP e IGP;</li><li>- “Tutela del diritto d’autore” – allo scopo di contrastare lo sfruttamento illecito dei diritti delle opere di ingegno.</li></ul>
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dell’Economia e delle Finanze – Guardia di Finanza
<b>PARTNERSHIP</b>	-
<b>TARGET</b>	Società civile
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Consolidamento delle operazioni territoriali di enforcement



Di seguito si riportano le **Iniziative Progettuali delle Commissioni Consultive Permanenti del CNAC**, che concorrono al raggiungimento degli obiettivi della Priorità Tematica “4. Enforcement” per il biennio 2017-2018.

## PRIORITÀ 4 – ENFORCEMENT

### AZIONE STRATEGICA 4.1 – RAZIONALIZZAZIONE DELLA NORMATIVA

INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO PROPONENTE	PARTNERSHIP
1 <b>Registro delle imprese</b> – Modifica della normativa per rendere il Registro delle Imprese un efficace mezzo al fine di tracciare le imprese cancellate dal registro stesso e consentire una rapida identificazione delle imprese che, dopo aver commesso degli illeciti, tornano in attività modificando la ragione sociale.	Unioncamere	Ministero della Giustizia

## PRIORITÀ 4 – ENFORCEMENT

### AZIONE STRATEGICA 4.2 – AZIONI DI POTENZIAMENTO DELL'ENFORCEMENT

INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO PROPONENTE	PARTNERSHIP
1 <b>Partecipazione all'attività dell'Advisory Board of Stakeholders dell'Intellectual Property Crime Coordinated Coalition” (IPC3)</b> – Partecipazione alle riunioni dell'IPC3 per fornire contributi di natura strategica e di orientamento delle possibili attività finalizzate al rafforzamento della lotta ai reati contro la PI	Ministero dell'Economia e delle Finanze - Guardia di Finanza	Europol, Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale (EUIPO)



## Iniziative progettuali della Priorità 5 – Contraffazione on line

Al fine di sistematizzare le Azioni Strategiche della Priorità Tematica “5. Contraffazione online”, si riportano di seguito le **Iniziative Progettuali proposte dai Membri del CNAC** per il biennio 2017-2018.

<b>5.</b>  <b>CONTRAFFAZIONE ONLINE</b>  <b>5.1</b>  <b>Contrasto alla contraffazione online</b>	<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Carta Italia</b>  Accordo volontario tra i rappresentanti dei detentori dei marchi e i fornitori di contenuti online sulle procedure più efficaci per prevenire e reagire all'offerta contraffattiva su internet. Tale accordo è aperto a tutti i soggetti della filiera produttiva e distributiva operanti in Italia e alle associazioni dei consumatori e ha l'obiettivo di condividere tra gli aderenti alcuni principi cardine relativi alla lotta alla contraffazione, ponendo in essere una procedura semplice ed efficace diretta alla notifica e rimozione dal mercato online di prodotti contraffatti ed a prevenire il ripetersi di offerte in vendita di prodotti contraffatti nella direzione Notice and Stay Down.
	<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC - UIBM
	<b>PARTNERSHIP</b>	Indicam, Netcomm, Associazioni dei consumatori e altre associazioni di categoria
	<b>TARGET</b>	Consumatori e Titolari dei diritti di PI
	<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
	<b>RISULTATI ATTESI</b>	Rafforzamento delle misure preventive volte ad evitare la messa online di offerte di prodotti contraffatti e la reiterazione della pubblicazione delle offerte



**5.**

**CONTRAFFAZIONE  
ONLINE**

**5.1**

**Contrasto alla  
contraffazione  
online**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Attività di supporto alle PMI per favorire un approccio sicuro all'e-commerce</b>  Realizzazione di attività di accompagnamento e assistenza alle PMI per agevolare un accesso sicuro ai canali dell'e-commerce e favorire la conoscenza degli strumenti di tutela della PI in rete.
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	Indicam e altre associazioni di categoria
<b>TARGET</b>	Piccole e Medie Imprese
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Incremento dell'offerta legale di prodotti italiani sul web



## 5.

### CONTRAFFAZIONE ONLINE

#### 5.1

#### Contrasto alla contraffazione online

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Coinvolgimento dei sistemi di pagamento nel contrasto alla contraffazione online</b>  Valutazione del coinvolgimento del sistema bancario e degli intermediari finanziari nelle politiche per il contrasto alla contraffazione attraverso l'individuazione delle best practice nazionali ed internazionali in termini di sicurezza ed efficacia dei sistemi di pagamento
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
<b>PARTNERSHIP</b>	Ministero dell'Economia e delle Finanze, Guardia di Finanza, Confindustria
<b>TARGET</b>	Pubblica Amministrazione, Forze dell'Ordine
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale ed internazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Individuare possibili azioni e strumenti di prevenzione e contrasto dei rischi connessi con gli acquisti on line di prodotti contraffatti</li><li>• Coinvolgere il sistema bancario e degli intermediari finanziari nella lotta alla contraffazione</li><li>• Individuare soluzioni e modalità di pagamento che riducano gli acquisti di merce contraffatta</li></ul>



## 5.

### CONTRAFFAZIONE ONLINE

#### 5.1

#### Contrasto alla contraffazione online

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Lotta alla falsificazione dei medicinali e Sistema nazionale anti-falsificazione dei farmaci</b>  Attività di contrasto alla falsificazione dei medicinali commercializzati online attraverso: <ul style="list-style-type: none"><li>• “Logo identificativo nazionale” del Ministero della Salute con cui devono essere identificate le pagine web autorizzate alla vendita dei medicinali</li><li>• “Sistema nazionale anti-falsificazione”, curato dall’AIFA, finalizzato a impedire sia la circolazione sul territorio nazionale di medicinali di cui si ha notizia che siano falsificati e potenzialmente pericolosi per la salute sia che essi possano raggiungere i pazienti</li></ul>
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Agenzia Italiana del Farmaco (AIFA) - Ministero della Salute
<b>PARTNERSHIP</b>	Task-force nazionale anti-falsificazione, Istituto Superiore di Sanità, Comando dei Carabinieri per la Tutela della Salute (NAS), Agenzia delle Dogane e del Monopoli, Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM
<b>TARGET</b>	Consumatori
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Decremento del numero di siti non autorizzati alla vendita online di farmaci e rafforzamento delle misure per il contrasto alla circolazione di farmaci contraffatti



Di seguito si riportano le **Iniziative Progettuali delle Commissioni Consultive Permanenti del CNAC**, che concorrono al raggiungimento degli obiettivi della Priorità Tematica “5. Contraffazione online” per il biennio 2017-2018.

## PRIORITÀ 5 – CONTRAFFAZIONE ONLINE

### AZIONE STRATEGICA 5.1 – CONTRASTO ALLA CONTRAFFAZIONE ONLINE

INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO PROPONENTE	PARTNERSHIP
1 <b>Asklepios e Pangea</b> – Ampliamento del numero di paesi aderenti al progetto internazionale di lotta ai siti web che replicano i siti originali vendendo prodotti contraffatti e attività di controllo dei farmaci e dei dispositivi medici veicolati tramite internet	Comando dei Carabinieri per la Tutela della Salute	U.S. Immigration and Customs Enforcement (US ICE), Ministero della Salute, Agenzia Italiana del Farmaco (AIFA), Agenzia delle Dogane e dei Monopoli



## Iniziative progettuali della Priorità 6 – Made in Italy

Al fine di sistematizzare le Azioni Strategiche della Priorità Tematica “6. – Made in Italy”, si riportano di seguito le **Iniziative Progettuali proposte dai Membri del CNAC** per il biennio 2017-2018.

<b>6.</b>  <b>TUTELA DEL MADE IN ITALY</b>  <b>6.1</b>  <b>Rafforzamento delle azioni di tutela del Made in Italy</b>	<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Tutela dei prodotti agroalimentari DOP e IGP</b>  Attuazione della previsione dei protocolli di intesa con Internet Providers, quali eBay e Alibaba, volti a verificare le informazioni fornite sui siti web nella presentazione, pubblicità e commercializzazione dei prodotti agroalimentari DOP e IGP, al fine di contrastare l'utilizzo illegale delle indicazioni geografiche per prodotti generici e qualsiasi forma di imitazione, usurpazione ed evocazione, nonché la commercializzazione di prodotti contraffatti.
	<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e Repressione Frodi per i prodotti agroalimentari - Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali
	<b>PARTNERSHIP</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM, Comando Unità per la Tutela Forestale, Ambientale e Agroalimentare Carabinieri, Polizia Postale, Confartigianato, Confederazione Italiana Agricoltori (CIA), Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche (AICIG), Indicam, Netcomm, Internet Hosting Providers
	<b>TARGET</b>	Titolari di Diritti di Proprietà Industriale, Consumatori
	<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
	<b>RISULTATI ATTESI</b>	Incremento del numero di prodotti contraffatti esclusi dalla vendita online



<b>6.</b> <b>TUTELA DEL MADE IN ITALY</b>  <b>6.1</b> <b>Rafforzamento delle azioni di tutela del Made in Italy</b>	<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Rafforzamento della rete diplomatico-consolare all'estero</b> Predisposizione di linee guida, rapporti e studi sulla contraffazione al fine di rafforzare le capacità di azione e di risposta operativa della rete diplomatico-consolare all'estero nella lotta alla contraffazione e alla pirateria e nella tutela del "Made in Italy"
	<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
	<b>PARTNERSHIP</b>	Ministero dello Sviluppo Economico – DGLC – UIBM, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, Guardia di Finanza, Carabinieri
	<b>TARGET</b>	Pubblica Amministrazione
	<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
	<b>RISULTATI ATTESI</b>	Innalzamento del livello di conoscenza degli strumenti di tutela contro la contraffazione al fine di rafforzare le capacità di azione e di risposta operativa sui temi di Proprietà Industriale



**6.**

**TUTELA DEL MADE  
IN ITALY**

**6.1**

**Rafforzamento delle  
azioni di tutela del  
Made in Italy**

<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Incontri tematici con le Ambasciate straniere in Italia</b> Organizzazione di incontri tra i Membri del CNAC e le Ambasciate estere in Italia al fine di individuare ipotesi di collaborazione, favorire il dialogo e promuovere lo scambio di buone pratiche e di informazioni sui più recenti sviluppi in materia di PI e di lotta alla contraffazione tra autorità italiane e straniere nella prospettiva di incrementare la capacità di adeguamento di ciascun sistema nazionale o regionale alle sfide poste dalla tutela della PI e dalla evoluzione del fenomeno contraffattivo
<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
<b>PARTNERSHIP</b>	Membri CNAC
<b>TARGET</b>	Ambasciate in Italia di Paesi ritenuti di interesse prioritario in materia di lotta alla contraffazione e alla pirateria
<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
<b>RISULTATI ATTESI</b>	Condivisione di buone pratiche al fine di individuare eventuali collaborazioni interministeriali con le Ambasciate a Roma dei Paesi ritenuti di interesse prioritario in materia di lotta alla contraffazione



**6.**

**TUTELA DEL MADE  
IN ITALY**

**6.1**

**Rafforzamento delle  
azioni di tutela del  
Made in Italy**

**INIZIATIVA  
PROGETTUALE**

**Sportello Tecnologie Anticontraffazione e sistemi di tracciabilità**

Servizio di assistenza gratuita rivolto alle imprese al fine di ricercare soluzioni tecnologiche ad hoc per la prevenzione e la lotta alla contraffazione. Sulla base dell'analisi delle specifiche caratteristiche e criticità dei prodotti delle imprese e dei mercati in cui si muovono, il servizio giunge alla formulazione di ipotesi di fattibilità di misure efficaci da adottare al fine di tutelare i diritti di PI sui prodotti delle diverse imprese, tra cui quelli contrassegnati dal marchio Made in Italy, ideando e sviluppando soluzioni personalizzate alle loro esigenze. L'obiettivo dell'Iniziativa consiste nel diffondere la conoscenza di soluzioni anticontraffazione (tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti) per aiutare le imprese a valorizzare il prodotto autentico Made in Italy, ottimizzando i processi produttivi e di filiera.

**SOGGETTO  
CAPOFILA**

Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM

**PARTNERSHIP**

Istituto Poligrafico Zecca dello Stato

**TARGET**

Imprese

**AMBITO  
TERRITORIALE**

Nazionale

**RISULTATI ATTESI**

Rafforzare il supporto alle imprese per l'individuazione e l'attuazione di soluzioni tecnologiche anticontraffazione che tutelano i prodotti Made in Italy.



<b>6.</b> <b>TUTELA DEL MADE IN ITALY</b>  <b>6.1</b> <b>Rafforzamento delle azioni di tutela del Made in Italy</b>	<b>INIZIATIVA PROGETTUALE</b>	<b>Marchi storici</b> Nuova linea di agevolazione finalizzata alla rivitalizzazione di marchi storici di Piccole e Medie Imprese registrati da almeno 50 anni. Obiettivo dell'Iniziativa è quello di accrescere il valore dei marchi nazionali, esaltando la storia e la cultura d'impresa del nostro Paese.
	<b>SOGGETTO CAPOFILA</b>	Ministero dello Sviluppo Economico - DGLC - UIBM
	<b>PARTNERSHIP</b>	-
	<b>TARGET</b>	Piccole e Medie Imprese
	<b>AMBITO TERRITORIALE</b>	Nazionale
	<b>RISULTATI ATTESI</b>	Rivitalizzazione dei marchi registrati da almeno 50 anni



Di seguito si riportano le **Iniziative Progettuali delle Commissioni Consultive Permanenti del CNAC**, che concorrono al raggiungimento degli obiettivi della Priorità Tematica “6. Made in Italy” per il biennio 2017-2018.

---

## PRIORITÀ 6 – TUTELA DEL MADE IN ITALY

---

### AZIONE STRATEGICA 6.1 – RAFFORZAMENTO DELLE AZIONI DI TUTELA DEL MADE IN ITALY

INIZIATIVA PROGETTUALE	SOGGETTO PROPONENTE	PARTNERSHIP
1 <b>Asklepios</b> – Missioni europee per la ricerca, nelle maggiori catene distributive europee, di prodotti alimentari che attraverso l'utilizzo di immagini e parole, richiamino impropriamente il Made in Italy.	Comando dei Carabinieri per la Tutela della Salute	Coldiretti, Europol