

Le azioni di contrasto al fenomeno della contraffazione: i fabbisogni dei Comuni.

Analisi preliminare

Cittalia - Fondazione ANCI Ricerche
Aprile 2012

La contraffazione: i rischi e gli effetti negativi per i Comuni.

- **Problemi di natura economica:** la contraffazione danneggia l'economia locale, sottraendole quote di commercio e reindirizzandole in direzione dell'economia illegale e della criminalità organizzata, sottraendo al contempo entrate fiscali ai comuni (con particolare riferimento al commercio su strada).
- **Problemi di sicurezza:** La contraffazione alimenta circuiti criminali complessi attorno ai quali si sviluppano un complesso di attività illecite (dallo sfruttamento della prostituzione al traffico di stupefacenti) contribuendo a incrementare l'insicurezza delle aree urbane.
- **Problemi di natura sociale:** la contraffazione, sul versante della produzione e della distribuzione, comporta fenomeni di sfruttamento del lavoro nero, anche minorile. Ciò comporta per i comuni sfide in termini di politiche sociali volte all'offerta di servizi per le vittime di sfruttamento, in particolare per ciò che concerne il lavoro minorile.
- **Problemi di decoro pubblico:** le attività di commercio di beni contraffatti comportano problemi relativi al decoro e alla vivibilità degli spazi pubblici, in particolare in aree di elevato pregio archeologico e architettonico, riducendo l'attrattiva turistica dei luoghi oltre a compromettere l'accessibilità dello spazio pubblico.

Il ruolo dei Comuni nel contrasto ai fenomeni di contraffazione: quali potenzialità.

- **Contrasto della produzione e dello smistamento.** In questo campo è cruciale l'azione investigativa svolta dalle polizie locali, attraverso il monitoraggio costante del territorio.
- **Contrasto della distribuzione.** Su questa dimensione è ancora rilevante il ruolo delle polizie locali, e il coordinamento con le altre Forze dell'Ordine nel contrasto di attività illecite.
- **Contrasto del consumo.** Si tratta di una dimensione cruciale per il contrasto del fenomeno della contraffazione in generale. In questo campo il ruolo del Comune può essere cruciale nella diffusione di una corretta informazione alla cittadinanza (e ai turisti) circa i rischi e le sanzioni derivanti dall'acquisto e dal consumo di merci contraffatte.

Le attività dei comuni nel contrasto alla contraffazione: il coordinamento degli attori locali

- **Patti per la Sicurezza.** Una recente analisi sui Patti stipulati in Italia tra il 2007 e il 2009, promossi dai Comuni e dal Ministero dell'Interno con il coinvolgimento di altre istituzioni locali, mostra come in essi uno spazio rilevante sia attribuito al tema della contraffazione. La problematica relativa alla contraffazione delle merci e alla distribuzione di esse tramite commercio ambulante risulta essere la più citata, riguardando il 40,5% dei documenti analizzati.
- **Protocolli anti-contraffazione.** Promossi da Comuni e Prefetture, per rafforzare la collaborazione tra Istituzioni e Associazioni di categoria per creare un vero e proprio "fronte istituzionale e sociale unitario" capace di attivare mirate strategie, volte a garantire la sicurezza dei prodotti a tutela della concorrenza e dei consumatori, fermo restando il prioritario impegno, da parte delle Forze dell'Ordine, nel perseguimento delle organizzazioni criminali che organizzano e sfruttano la filiera della produzione e della commercializzazione illecita di prodotti
- **Campagne di informazione.** I comuni possono svolgere un ruolo diretto come attori istituzionali prossimi alla cittadinanza e dunque in grado di diffondere informazione e consapevolezza circa i rischi e le sanzioni derivanti dal consumo di merci contraffatte.
- **Io non voglio il falso.** Le potenzialità insite in questo ruolo sono ben evidenti nella campagna "io non voglio il falso" che, nata da un protocollo d'intesa tra la Direzione generale per la lotta alla contraffazione - Ufficio italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico e le principali associazioni dei consumatori in Italia, ha coinvolto un insieme di Comuni rilevanti per qualità e quantità, e diffusi sull'intero territorio nazionale: da Milano a Roma, a Frascati, fino a Lecce e Otranto.

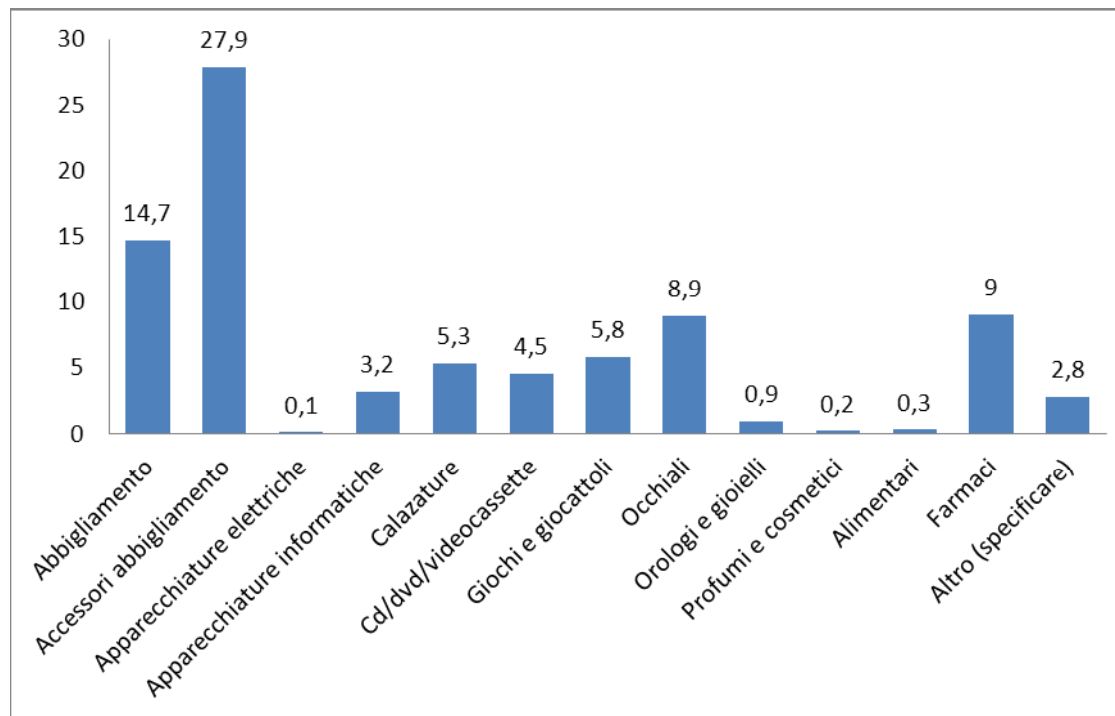
Patti per la Sicurezza e contraffazione

problematiche espressamente segnalate nei Patti	n. Patti in cui è segnalata la problematica (su 37)	% di Patti in cui è segnalata la problematica (su 37)
abusivismo commerciale ambulante e contraffazione	15	40,54%
aree degradate	9	24,32%
conflitti e disagi sociali	8	21,62%
bullismo, dispersione scolastica e devianza giovanile	7	18,92%
spaccio e abuso di sostanze stupefacenti ed alcoliche	7	18,92%
occupazione di aree e/o edifici dismessi	6	16,22%
criminalità (generico)	4	10,81%
insicurezza	4	10,81%
reati (generico)	4	10,81%
attività estorsive	3	8,11%
domanda di sicurezza	2	5,41%
carenze di organico nelle Forze di Polizia	2	5,41%
prostituzione	2	5,41%
lavoro nero e lavoro clandestino	2	5,41%
furti e ricettazione	1	2,70%
incidenti stradali	1	2,70%

Percentuale di Patti (2007-2009) in cui si nomina esplicitamente almeno una problematica su un totale di 37 documenti. Fonte: Calaresu e Padovano

Le attività dei Comuni nel contrasto alla contraffazione: le polizie locali

- Da un'indagine realizzata da ANCI e riguardante il periodo emerge come l'attività della polizia locale sia fondamentale nel contrasto del fenomeno.
- La media di sequestri avvenuti in un anno di accessori di abbigliamento corrisponde a quasi 28 per città.
- Molti i sequestri anche per quanto riguarda l'abbigliamento (14,7%), mentre decisamente meno rilevanti appaiono i sequestri relativi a differenti categorie merceologiche.



Numero, media per città e valore dei sequestri nel periodo 1 Gennaio-30 Settembre 2011 per aree geografiche.

PRODOTTO	nord		centro		Sud e isole	
	Media sequestri per città	Media valore per città	Media sequestri per città (tranne Roma)	Media valore per città	Media sequestri per città	Media valore per città
Abbigliamento	27,9	1945,2	2	1270	0,5	320
Accessori abbigliamento	52,7	10217,9	4,1	1882,6	1,2	463
Apparecchiature elettriche	0,3	10,7	0	0	0,1	11,5
Apparecchiature informatiche	6,3	1500	0	0	0	0
Calzature	9,2	999	0,8	917	0,7	229,3
Cd/dvd/videocassette	7,5	39,2	nd	nd	4,1	4746
Giochi e giocattoli	11,2	461,6	nd	164,7	0,1	67
Occhiali	17,2	1759,9	0,6	11	0,6	215
Orologi e gioielli	1,25	171,9	0,08	179,4	0,3	143,9
Profumi e cosmetici	0,5	nd	0,8	179	0	0
Alimentari	0,7	804	0	0	0	0
Farmaci	0,03	nd	0	0	0	0
Altro (specificare)	5,5	115,3	0,06	21,7	0	0

L'integrazione delle iniziative della polizia locale

- Un ruolo rilevante è quello attribuito **alla comunicazione e all'informazione** della cittadinanza, da svolgersi in sinergia con altri attori istituzionali.
- Nel caso del Comune di Verona la polizia locale ha adottato una strategia integrata nel contrasto ai fenomeni di contraffazione, avviando una **collaborazione con le grandi aziende dell'abbigliamento di lusso**, le quali forniscono alla polizia gli strumenti conoscitivi necessari per la dimostrazione dell'avvenuta contraffazione dei loro prodotti.
- La chiave dell'efficacia dell'intervento in materia di contrasto alla contraffazione risiede nel **coordinamento tra la stessa Polizia Locale e la polizia giudiziaria** (Polizia, Carabinieri, Guardia di Finanza). Questo consente di realizzare una efficace azione integrata di contrasto della distribuzione su strada e, al contempo, di investigazione circa l'intera filiera della contraffazione.

I fabbisogni dei comuni nelle azioni di contrasto alla contraffazione: una prima analisi.

È possibile individuare tre dimensioni principali nei fabbisogni espressi dai Comuni:

- una dimensione conoscitiva.
- una dimensione formativa.
- una dimensione giuridico-normativa.
- una dimensione economico-finanziaria.

Nell'ambito di ciascuna di queste dimensioni, emergono fabbisogni relativi a ciascuno dei tre passaggi fondamentali nella filiera della contraffazione:

- la produzione/smistamento.
- la diffusione.
- il consumo.

La dimensione conoscitiva

- Le iniziative realizzate dai Comuni e l'interlocuzione con gli amministratori locali e le polizie municipali mostrano **l'importanza attribuita alla conoscenza dell'atteggiamento e delle percezioni di cittadini** (italiani e stranieri) e aziende in relazione al fenomeno della contraffazione.
- Tra le diverse iniziative, l'Osservatorio Anticontraffazione di Firenze ha realizzato una **indagine conoscitiva** relativa tanto alle abitudini di consumo quanto agli atteggiamenti di cittadini, commercianti e imprese in relazione al fenomeno della contraffazione.
- Questo tipo di indagini possono dare luogo a **analisi dei fabbisogni locali** sulla cui base definire azioni mirate e *place-based* di contrasto ai fenomeni di contraffazione.

La dimensione formativa.

i) La formazione dei decisori attraverso il *benchmarking* e lo scambio di buone pratiche.

- Le Polizie Locali percepiscono il bisogno di rafforzare forme di coordinamento già esistenti e individuarne di nuove. Questo consentirebbe un più efficace intervento anche in operazioni che travalicano i confini comunali di intervento di singole polizie locali.
- È stato inoltre sottolineato come la conoscenza di soluzioni e buone pratiche adottate da altre polizie locali possa aiutare a innovare gli interventi territoriali.

ii) la formazione degli operatori.

- Le azioni di coordinamento degli attori locali richiedono l'intervento di uffici competenti per la mappatura degli interessi, la definizione dei problemi, l'individuazione di sfide e opportunità del territorio interessato. Si tratta di competenze che possono essere acquisite anche tramite lo scambio di pratiche con Comuni già dotati di esperienze pilota in materia.
- È possibile in questo ambito la diffusione di modelli di coordinamento tra Polizia Locale e Polizia Giudiziaria, e competenze investigative utili alla ricostruzione della filiera della contraffazione.
- Tra le competenze utili all'intervento rientrano anche quelle relative alle tecnologie potenzialmente utili al riconoscimento di prodotti contraffatti: dai metodi elettronici (identificazione con Radio Frequenza) ai metodi di marchiatura (Ologrammi, Inchiostri, Codici di Scrittura), ai metodi chimici (codice DNA, codice chimico).

iii) la formazione dei consumatori e dei cittadini.

- Realizzare campagne educative richiede tuttavia competenze specifiche e progettualità complesse. Per questo emerge un fabbisogno di *formazione dei formatori* che consenta a seguito di un prima fase di dotare i Comuni di competenze interne in grado di portare avanti programmi continuativi e stabili di informazione e comunicazione della cittadinanza.

La dimensione giuridico-normativa.

- In alcuni comuni tramite **delibera** si sono chiuse al commercio ambulante le aree di maggiore pregio e si sono regolate le modalità di vendita su strada. Si tratta di delibere che, laddove dimostratesi efficaci, possono rappresentare *benchmarks* su scala nazionale.
- Con riferimento ai **regolamenti del commercio**, è possibile prevedere modelli per la previsione di strumenti innovativi di tutela dei prodotti locali e del *made in Italy*, attraverso soluzioni quale l'individuazione di appositi spazi nei mercati comunali per la commercializzazione di prodotti di origine garantita.
- emerge il bisogno di una **riforma della legislazione in materia di polizia locale** che ne ridefinisca competenze e strumenti, e che favorisca forme di coordinamento tra polizie allo scopo di evitare la parcellizzazione a livello municipalistico delle funzioni di sicurezza.
- emergono fabbisogni relativi alla **velocizzazione di procedure** che rischiano di compromettere l'efficacia dell'azione di sequestro di prodotti contraffatti. In particolare è emerso come l'insufficiente coordinamento con le Questure possa aumentare significativamente i tempi per l'identificazione dei cittadini (spesso stranieri) fermati nell'atto di mettere in vendita prodotti contraffatti.

La dimensione economico-finanziaria.

- Le azioni fin qui evidenziate come efficaci e innovative richiedono l'impiego di strutture operative, personale, tecnologie, competenze che comportano **l'allocazione di ingenti risorse economiche.**
- Le Polizie Locali segnalano come l'impiego di agenti nel contrasto dei fenomeni di contraffazione comporti la **sottrazione di risorse alle altre attività** di controllo del territorio.
- In questo quadro un bisogno espresso con nettezza riguarda la possibilità di **impiego di un numero maggiore di agenti.**
- Al contempo si evidenzia il fabbisogno di forme innovative di allocazione delle risorse disponibili: tra queste **possono essere previste forme di premialità** per i Comuni che abbiano dato luogo a azioni virtuose e, nell'ambito stesso dei Comuni, premialità per gli uffici e/o gli operatori che abbiano portato avanti progetti innovativi e incrementato l'efficacia e l'efficienza del contrasto dei fenomeni di contraffazione.

Sintesi dei fabbisogni dei Comuni per dimensione analitica e fase nella filiera della contraffazione.

	Produzione/Smistamento	Distribuzione	Consumo
Conoscenze		<ul style="list-style-type: none"> analisi del danno percepito da aziende e commercianti in relazione a fenomeni di contraffazione 	<ul style="list-style-type: none"> analisi di percezioni e atteggiamenti dei consumatori nei confronti della contraffazione
Formazione	<ul style="list-style-type: none"> Tecniche investigative 	<ul style="list-style-type: none"> Acquisizione di competenze sull'uso di tecnologie 	<ul style="list-style-type: none"> Formazione dei formatori Acquisizione di competenze circa il coordinamento degli attori locali
Norme	<ul style="list-style-type: none"> Riforma Polizia Municipale Coordinamento tra Polizie 	<ul style="list-style-type: none"> Delibere su commercio ambulante Riduzione dei tempi nelle procedure di identificazione Incentivi al commercio legale di prodotti etnici 	<ul style="list-style-type: none"> Aree commerciali dedicate al made in Italy
Risorse	<ul style="list-style-type: none"> possibilità di impiego di un numero maggiore di agenti 	<ul style="list-style-type: none"> Premialità e incentivi per azioni di contrasto poste in essere da singoli e/o strutture 	