



*Allegato 1) alla deliberazione della Giunta camerale n. 52 del 5 aprile 2011*

# **CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE E L'ABUSIVISMO COMMERCIALE**

## **ANNO 2011**



## LA CONTRAFFAZIONE E L'ABUSIVISMO COMMERCIALE DETERMINANO

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



## L'EVOLUZIONE DEL FENOMENO

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

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

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



## L'ENTITA' DEL FENOMENO

Fonte: Censis 2010

Da una recente indagine del Censis emerge che la contraffazione e l'abusivismo commerciale hanno generato, solo nel 2009:

- **7,1 miliardi di fatturato**
- **130.000 posti di lavoro sottratti** all'economia regolare
- **5,3 miliardi di gettito fiscale in meno** nelle casse dello Stato.

La contraffazione e l'abusivismo commerciale, inoltre, determinano illegalità e inciviltà nella cittadinanza a causa dell'abbassamento del sentimento di regole (con la conseguenza di rendere più vulnerabili le imprese sane ai fenomeni di criminalità, usura ed estorsione) e di scoraggiamento della promozione sociale (con un abbassamento della reattività sociale).



## **LE PRINCIPALI MOTIVAZIONI CHE INDUCONO I CONSUMATORI AD ACQUISTARE PRODOTTI CONTRAFFATTI**

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

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

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

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

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



## LA STRATEGIA DELLA CAMERA DI COMMERCIO

### Una strategia di lotta che:

- coinvolga tutti i soggetti interessati: Prefettura, amministrazioni locali, forze dell'ordine, associazioni territoriali di categoria e associazioni di tutela dei consumatori;
- preveda il consolidamento di una serie di strumenti operativi, tra i quali il call center dedicato e la mail antiabusivismo al servizio di consumatori e imprese, che possono rivolgersi direttamente alla Camera di Commercio per assistenza ed eventuali segnalazioni.



## LO SLOGAN DELLA CAMPAGNA 2011

➤ COMPRI FALSO? QUELLO CHE RISPARMI LO PAGA LEI/LUI

## UN UNICO SLOGAN INGLESE

➤ NO FAKES THANKS



## Cartoline, locandine e manifesti





## LE AZIONI

1. Campagna di sensibilizzazione.
2. Promozione di una strategia comune e di interventi mirati ai fini dell'attività di prevenzione nelle aree del territorio provinciale maggiormente colpite da contraffazione e abusivismo.
3. Rafforzamento del call center dedicato e della mail anticontraffazione/antiabusivismo al servizio di imprese e consumatori, che possono rivolgersi direttamente alla Camera di Commercio per assistenza ed eventuali segnalazioni.
4. Focus permanente – nell'ambito dell'Osservatorio dell'economia – sull'andamento della contraffazione e dell'abusivismo commerciale in provincia di Ferrara, anche in collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico.
5. Seminari di approfondimento sull'abusivismo commerciale.
6. Iniziative nelle scuole, d'intesa con la direzione scolastica provinciale.
7. Contributi alle imprese per l'adozione di tecnologie, o combinazioni di tecnologie, studiate per impedire la contraffazione dei prodotti – con particolare riguardo alle modalità tecnico/economiche di scelta delle soluzioni tecnologiche da adottare – a tutela delle produzioni caratteristiche del Made in Ferrara e dei prodotti innovativi, considerati nella loro accezione più vasta.
8. Contributi alle associazioni di categoria a sostegno di progetti per la lotta alla contraffazione e all'abusivismo commerciale.
9. Codice di comportamento per una corretta informazione e per il contrasto alla contraffazione.



## CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE

### OBIETTIVO

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

### LE AZIONI

1. Rafforzamento del *brand No Fakes Thanks*;
2. Realizzazione di una *brochure* istituzionale dedicata alla lotta alla contraffazione e all'abusivismo commerciale.
3. Presenza costante nella nuova newsletter della Camera di Commercio.
4. Creazione, nell'ambito dei siti Internet dei soggetti coinvolti, di aree specifiche.
5. Totem, vetrofanie, adesivi, palloncini, depliant, bag, cartoline.
6. Uscite programmate, in giornate diverse, sui mass media locali.
7. Pubblicità dinamica attraverso la prenotazione di autobus urbani ed extraurbani, promoter con magliette griffate con i vari slogan in concomitanza con eventi di rilievo.
8. Affissioni attraverso la prenotazione di appositi spazi visibili al pubblico.

## Alcuni esempi di strumenti di diffusione TOTEM





## Alcuni esempi di strumenti di diffusione

### VETROFANIE





## Alcuni esempi di strumenti di diffusione

### ADESIVI





## Alcuni esempi di strumenti di diffusione

### PROMOTER CON MAGLIETTE GRIFATE CON I VARI SLOGAN



## Principali luoghi di diffusione

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

.....





<b>CONSOLIDAMENTO DEL CALL CENTER E DELLA E-MAIL DEDICATI</b>	
<b>OBIETTIVO</b>	Call center dedicato e mail anticontraffazione/antiabusivismo al servizio di imprese e consumatori, che possono rivolgersi direttamente alla Camera di Commercio per assistenza ed eventuali segnalazioni.
<b>LE AZIONI</b>	Conoscibilità e consolidamento



<b>MONITORAGGIO PERMANENTE</b>	
<b>OBIETTIVO</b>	Focus permanente nell'ambito dell'Osservatorio dell'economia
<b>LE AZIONI</b>	Avvio, su base sistematica e permanente, sistemi di analisi sull'andamento e sugli scenari della contraffazione e dell'abusivismo commerciale in provincia di Ferrara, a supporto dei processi decisionali.



## SEMINARI DI APPROFONDIMENTO SULLA CONTRAFFAZIONE E L'ABUSIVISMO COMMERCIALE

### OBIETTIVO

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

### LE AZIONI

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



## INIZIATIVE NELLE SCUOLE

<b>OBIETTIVO</b>	Sensibilizzare, attraverso un linguaggio leggero e accattivante, i giovani sul rischio e il danno legati all'acquisto e all'uso di merci contraffatte.
<b>LE AZIONI</b>	Progettazione ed avvio di una campagna di sensibilizzazione nelle scuole, d'intesa con la direzione didattica provinciale.



<b>CODICE DI COMPORTAMENTO PER UNA CORRETTA INFORMAZIONE E PER IL CONTRASTO ALLA CONTRAFFAZIONE E ALL'ABUSIVISMO COMMERCIALE</b>	
<b>OBIETTIVO</b>	<p>Qualificare le imprese secondo principi di correttezza professionale nei confronti dei clienti e delle altre imprese.</p> <p>Valorizzazione delle produzioni locali e di contrasto alla commercializzazione dei prodotti contraffatti.</p>
<b>LE AZIONI</b>	<p>Stesura e sottoscrizione del Codice di Comportamento</p>