



# *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE  
UFFICIO ITALIANO BREVETTI E MARCHI  
Il Direttore Generale

*Ministero dello Sviluppo Economico*

AOO\_Politiche industriali e Tutela

Struttura: DGLCUIBM

REGISTRO UFFICIALE

Prot. n. 0302416 - 08/08/2018 - USCITA

**Ai Dirigenti Scolastici degli  
Istituti Scolastici Secondari  
di secondo grado della  
Regione Lombardia**

**LA PRESENTE E' TRASMESSA ESCLUSIVAMENTE VIA PEC AI DIRIGENTI  
SCOLASTICI**

**OGGETTO: Progetti relativi alla diffusione della cultura della Proprietà Industriale e dell'importanza della lotta alla contraffazione. Iniziative di sensibilizzazione sulla prevenzione e contrasto del fenomeno contraffattivo. PROGETTO PILOTA EDUCATIONAL LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE**

Egregio Dirigente,

da tempo questa Direzione Generale è impegnata nella diffusione della cultura della proprietà Industriale e nel coinvolgimento dei cittadini verso comportamenti di acquisto sempre più consapevoli anche al fine di contrastare il fenomeno della contraffazione, con una particolare attenzione ai giovani.

Nell'ambito delle azioni previste dal protocollo d'intesa firmato tra il Ministero dello Sviluppo Economico ed il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca per diffondere la tutela dell'ideazione, creatività e invenzione, attraverso la conoscenza dei titoli di Proprietà Industriale e gli strumenti di tutela degli stessi, questa Direzione Generale ha attuato nell'anno scolastico 2017-2018 in via sperimentale un progetto pilota presso le scuole secondarie di secondo grado del Comune di Roma consistente in un concorso di idee aperto agli studenti, per la realizzazione di sceneggiature originali sul tema della contraffazione. I testi più convincenti sono stati successivamente messi in scena per un pubblico di ragazzi.

Tenuto conto della predetta positiva esperienza, la Direzione Generale, nell'ambito delle attività previste da un protocollo d'intesa firmato con il Consiglio Regionale della Lombardia, in piena collaborazione con il Consiglio stesso, ha deciso di replicare l'iniziativa, per l'anno scolastico 2018-2019, presso gli istituti scolastici di secondo grado della Regione Lombardia. Sia nella fase dell'ideazione creativa, sia nella fase della messa in scena delle sceneggiature è previsto il coinvolgimento diretto degli studenti quale modalità più efficiente ed efficace per raggiungere



l'obiettivo di una maggiore consapevolezza del fenomeno presso le nuove generazioni. Riteniamo infatti che gli studenti possano meglio comunicare ai propri coetanei, attraverso i canali ed i linguaggi attualmente utilizzati dai giovani, i rischi e le conseguenze derivanti dall'acquisto di prodotti contraffatti.

L'iniziativa prevede il coinvolgimento attivo di alcuni tra i più famosi brand, fortemente colpiti dal fenomeno della contraffazione, che intendono mettere in campo, congiuntamente a questa Direzione Generale ed al Consiglio Regionale della Lombardia, azioni di sensibilizzazione nei confronti dei giovani che siano caratterizzate da modalità innovative di trasferimento dei messaggi comunicativi.

I criteri e le modalità di predisposizione delle idee creative sono riportati nel progetto allegato.

Le idee creative dovranno essere presentate da parte del Dirigente scolastico, utilizzando lo schema di cui all'allegato 1 al progetto, debitamente compilato, firmato e scansionato in formato PDF, tramite Posta Elettronica Certificata –PEC al seguente indirizzo: [dglcuibm.educational.Lombardia@pec.mise.gov.it](mailto:dglcuibm.educational.Lombardia@pec.mise.gov.it), indicando nell'oggetto della mail "PROGETTO PILOTA EDUCATIONAL LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE-REGIONE LOMBARDIA", **entro il giorno 13 dicembre 2018.**

Ciascun istituto può presentare più di un'idea creativa.

Alle migliori idee creative, selezionate da un'apposita Commissione, saranno assegnati dei premi forniti dalla DGLC-UIBM e dal Consiglio Regionale della Lombardia.

Questa Direzione Generale fornirà ai responsabili dei laboratori un servizio di assistenza, finalizzato a fornire le necessarie indicazioni e/o i necessari chiarimenti. Al riguardo sarà possibile inviare qualsiasi tipo di richiesta alla dr.ssa Emilia Mancuso, all'indirizzo mail [emilia.mancuso@mise.gov.it](mailto:emilia.mancuso@mise.gov.it).

Auspiciando che gli obiettivi e le finalità di questa iniziativa possano riscontrare il Suo interesse confidiamo sulla massima collaborazione che vorrà prestare per la positiva riuscita dell'iniziativa, che, nelle nostre intenzioni e comunque sulla base dei risultati ottenuti, si candida a diventare strutturale.

IL DIRETTORE GENERALE  
(Avv. Loredana Gulino)





# *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIREZIONE GENERALE PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

UFFICIO ITALIANO BREVETTI E MARCHI

**Iniziative di sensibilizzazione sulla prevenzione e contrasto del fenomeno contraffattivo. Progetto pilota:** Invito alla presentazione di idee creative per la realizzazione di rappresentazioni teatrali da mettere in scena negli istituti scolastici secondari di secondo grado. Modalità, termini e criteri per la formulazione delle proposte di idee creative.

## **Art. 1 - Premesse**

Nell'ambito delle proprie iniziative di comunicazione, la Direzione Generale per la lotta alla contraffazione-Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (nel seguito DGLC-UIBM) del Ministero dello Sviluppo Economico (nel seguito MISE) ed il Consiglio Regionale della Lombardia intendono contribuire al miglioramento della "coscienza sociale" sulla Proprietà Industriale e sui rischi legati al Mercato del Falso, in particolare presso le nuove generazioni.

Proseguendo nelle varie attività già messe in campo in tema di formazione e sensibilizzazione, con la collaborazione di alcuni dei più famosi brand che al momento hanno aderito all'iniziativa (Bulgari, Nike, Fendi, Polo Ralph Lauren e Perfetti), la DGLC-UIBM intende realizzare un progetto pilota consistente nella creazione di un format di rappresentazioni teatrali da mettere in scena negli istituti scolastici secondari di secondo grado, con l'obiettivo di favorire la diffusione di una cultura volta a premiare l'originalità rifiutando il falso.

Il coinvolgimento diretto degli studenti per comunicare ai propri coetanei, attraverso i canali ed i linguaggi attualmente utilizzati dai giovani, i rischi e le conseguenze derivanti dall'acquisto di prodotti contraffatti, appare la modalità più efficiente ed efficace per raggiungere l'obiettivo di una maggiore consapevolezza del fenomeno presso le nuove generazioni.

## **Art. 2 - Finalità**

La finalità del presente invito è quella di stimolare gli istituti scolastici secondari di secondo grado, in particolare quelli dotati di laboratori teatrali/musicali/artistici a presentare idee creative per la realizzazione di sceneggiature di rappresentazioni teatrali.

Tramite le predette rappresentazioni teatrali dovranno essere veicolati uno o più tra i seguenti messaggi:

1. I prodotti falsi possono essere acquistati consapevolmente o inconsapevolmente da chiunque sia online che per le strade; il fenomeno della contraffazione è pervasivo e nessuno può ritenersi al riparo dall'acquisto di prodotti non autentici
2. La contraffazione danneggia l'economia perché sottrae entrate allo Stato, posti di lavoro e valore aggiunto alle imprese, favorendo la concorrenza sleale.

3. I prodotti contraffatti sono privi di qualunque controllo, quindi fortemente insicuri e potenzialmente dannosi per la salute di chi li utilizza. Inoltre la loro natura illecita fa sì che siano privi di garanzia e non restituibili.
4. La contraffazione è un business che vede molto spesso coinvolta la criminalità organizzata. Acquistare un prodotto falso significa contribuire ai profitti della malavita.
5. La contraffazione è associata ad altri reati quali, tra gli altri evasione fiscale, lavoro nero, abusivismo commerciale.
6. I marchi, i brevetti, il design, tutelano la creatività e la ricerca svolta dalle imprese per portare sul mercato prodotti sempre nuovi ed originali. La contraffazione riduce la spinta delle imprese ad investire in innovazione.

Le rappresentazioni dovranno altresì cercare di far divertire lasciando nel contempo spunti di riflessione allo spettatore e rendere percepibile il fenomeno, attribuendogli la giusta rilevanza.

### **Art. 3 - Idee creative ammissibili**

Le idee creative ammissibili devono:

- a) veicolare uno o più messaggi di cui all'articolo 2;
- b) essere riferite ai seguenti prodotti:
  - abbigliamento casual;
  - profumeria;
  - alimentari;
  - occhialeria;
  - abbigliamento sportivo e calzature sportive;
  - borse e accessori.
- c) essere replicabili, nel senso che possano essere agevolmente rappresentate negli istituti scolastici;
- d) essere predisposte con il coinvolgimento degli studenti;
- e) contenere inderogabilmente la sceneggiatura dettagliata della rappresentazione che si intende mettere in scena (narrazioni sceniche, sketch, gag, situation, ecc..., con anche danze, jingle, musical, ecc...);
- f) prevedere una durata non inferiore a 4 minuti se riferita ad un solo prodotto, a 8 minuti se riferita a due prodotti e a 10 minuti se riferita a più prodotti.

Possono essere presentate idee creative sia riferite a singoli prodotti che contemporaneamente a più prodotti.

Per ciascuna idea creativa devono essere indicati l'oggetto, la finalità, il messaggio che si intende veicolare, la trama, la modalità esecutiva, il numero di azioni di cui si compone, il numero dei soggetti necessari per la rappresentazione, la durata (espressa in minuti) stimata complessiva di esecuzione (e di ciascuna delle singole scene nel caso in cui l'idea si componga di più scene), tutti i materiali necessari per la rappresentazione (ad esempio: tavolo, sedie, finestre, cartellonistica, personal computer, abbigliamento particolare, oggettistica particolare, ecc...), gli impianti necessari (luci, microfoni, ecc...), qualsiasi ulteriore informazione utile.



Le sceneggiature, che devono essere pensate per essere riproposte in un ambiente scolastico, devono almeno contenere:

- a) l'elenco dei personaggi, solitamente in ordine di apparizione. Il nome di ognuno deve essere accompagnato da una brevissima descrizione del ruolo ricoperto nell'azione e/o del rapporto con gli altri personaggi (con indicazione anche dell'abbigliamento dei personaggi, ove ritenuto funzionale);
- b) l'ambientazione della vicenda: luogo ed epoca in cui si svolge l'azione, con indicazione su eventuali salti temporali tra una scena e l'altra;
- c) l'allestimento della scena: luci, suoni, arredamento e oggetti presenti (da descrivere con particolare precisione nel caso in cui si vogliano utilizzare prodotti originali e prodotti contraffatti);
- d) l'entrata e l'uscita di scena dei personaggi;
- e) le azioni svolte dai personaggi;
- f) lo stato d'animo dei personaggi e, di conseguenza, tono di voce con cui è pronunciata la battuta;
- g) le battute di tutti i personaggi.

I diritti di proprietà e/o utilizzazione e sfruttamento economico di tutto il materiale presentato saranno di titolarità esclusiva della Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (DGLC-UIBM), senza alcun onere aggiuntivo, che potrà disporne senza alcun tipo di restrizione. Detti diritti, ai sensi della normativa sulla protezione del diritto d'autore, devono intendersi ceduti, acquisiti e/o licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile. Detto materiale non potrà essere utilizzato da terzi senza debita autorizzazione e per fini diversi da quelli stabiliti dalla DGLC-UIBM.

#### **Art. 4 - Soggetti proponenti**

Possono presentare le idee creative gli istituti scolastici secondari di secondo grado.

Ciascun istituto può presentare più di un'idea creativa.

Nella proposta dovranno essere in particolare indicati i riferimenti dell'istituto scolastico, il nominativo del responsabile della proposta, il numero degli studenti che hanno partecipato alla predisposizione della proposta e la disponibilità all'eventuale messa in scena.

#### **Art. 5 – Premi**

Le idee creative saranno valutate dalla Commissione di cui all'articolo 7.

Agli istituti scolastici proponenti le migliori idee creative saranno assegnati i seguenti premi:

- a) una somma di importo variabile (in base al numero dei prodotti oggetto della rappresentazione e della durata della rappresentazione) da euro 1.000,00 (mille/00) a euro 2.000,00 (duemila/00), al lordo delle eventuali ritenute fiscali, erogata dalla DGLC-UIBM e dal Consiglio Regionale della Lombardia.