

Peers Say NO

NUMERO 10

FEBBRAIO 2019



IN QUESTO NUMERO

L'Editoriale

Il sondaggio

Rap, flash mob, disegni, teatro: le creazioni della scuola primaria

All'opera! Con i lavori dei ragazzi della Scuola secondaria

L'Editoriale. Un anno di Peers Say No

Peers racconta un percorso di consapevolezza. La scoperta che dietro la contraffazione si nascondono rischi per la salute, violazione dei diritti dei lavoratori, scelte di consumo irresponsabili.

Peers racconta un percorso di coinvolgimento. Quello dei giovani e degli studenti che, nell'evento organizzato a Roma lo scorso 11 gennaio, hanno portato le loro opere e si sono espressi con le loro parole. Con rap e trap, con fumetti e video, e un messaggio chiaro: "I prodotti contraffatti non si comprano mai. Costano poco ma portano guai".

È questo infatti l'inganno che sta dietro i grandi numeri della contraffazione. Per questo ha un grande valore il progetto "Peers Say NO" che si è svolto negli ultimi dodici mesi. A guidarlo Adiconsum, in collaborazione con l'Istituto Comprensivo di Via Micheli

(Roma), con Consumedia, editore dell'Agenzia di informazione Help Consumatori, e il portale Skuola.net. L'obiettivo è stato uno su tutti: spiegare ai ragazzi l'importanza della cultura della legalità. Conoscere e rispettare le leggi, i do-

scarpe, borse, orologi, occhiali o cosmetici contraffatti si nasconde l'illusione di fare un affare, di risparmiare, di aggiudicarsi a buon prezzo un prodotto all'ultima moda. Sbagliato. Un giocattolo non certificato, un paio di scarpe trattato con materiali non anallergici, un farmaco o un integratore comprati online nascondono numerosi pericoli, a partire da quelli per la salute.

Scarsa qualità, ingredienti non certificati, non sicuri o tossici, evasione fiscale, mancato rispetto dei diritti dei lavoratori, mancate garanzie di sicurezza per i consumatori sono le caratteristiche degli acquisti contraffatti, che ignorano i danni e i rischi, il valore della proprietà intellettuale e in sostanza il valore della legalità.

Peers ha avuto il merito di ricordare tutto questo e di ribadire che dietro le scelte di acquisto c'è un risvolto etico e sociale. Il progetto ha avuto come obiettivo quello di



veri e i diritti di ciascuno, così come difendersi dagli abusi, sono infatti competenze di importanza strategica per la vita personale e professionale. Identificare danni e pericoli della contraffazione non è immediato. Dietro l'acquisto di

L'obiettivo della newsletter

rendere consapevoli i ragazzi che la proprietà intellettuale è importante anzitutto per la sicurezza e la qualità della vita quotidiana, ma anche per la ricerca scientifica e medica, per il progresso tecnologico, per la produzione culturale, la moda, il design, l'intrattenimento. In gioco c'è un valore importante: l'educazione alla legalità, parte fondamentale della formazione dei più giovani.

È per fare chiarezza in questo campo che la newsletter di Peers ha analizzato tutti i prodotti falsi che più facilmente arrivano nelle

mani dei più giovani: giocattoli, cosmetici, integratori alimentari, farmaci, musica, alimentazione. È



riuscita anche a cogliere l'evoluzione e gli sviluppi della riforma europea del copyright, che ha avuto una gestazione difficile e ora promette

cambiamenti per la Rete e nel rapporto fra grandi piattaforme e creativi. I diritti entrati in ballo sono la tutela del diritto d'autore e la libertà del web, il diritto all'informazione e all'equo compenso per gli autori, la libertà di espressione e di link, la natura e la cultura di Internet. È un dibattito che la newsletter ha cercato di restituire ai più giovani proprio nel momento in cui si è sviluppato. Se il lavoro fatto avrà suscitato dubbi, curiosità e domande, si può ben dire che avrà centrato l'obiettivo.

Supported by:



IC via Micheli
Roma



Il sondaggio. Messaggio ricevuto!

Il progetto Peers Say No è arrivato alla sua conclusione ed è quindi il momento di tirare le somme e fare il bilancio dei risultati raggiunti. Dopo mesi di preparazione e incontri sorge quindi una domanda fondamentale: i bambini e i ragazzi avranno davvero compreso il valore della proprietà intellettuale?

A giudicare dai lavori messi a punto per l'evento finale dell'11 gennaio scorso sembrerebbe di sì, ma per esserne scientificamente sicuri, non c'è niente di meglio che affidarsi ad un sondaggio, somministrato a 90 bambini e bambine

tra i 7 e gli 11 anni, alunni delle scuole coinvolte nel progetto.

Il 20% dei piccoli intervistati si dice nel complesso in grado di saper distinguere "a occhio" un prodotto contraffatto da uno originale. Le variabili del prezzo e di chi effettua la vendita sono per il 73% dei casi fondamentali per valutare se si ha a che fare con merce "tarocca" o di cui ci si può fidare. Brancola nel buio, invece, l'8% dei bambini che ammettono di non essere capaci di fare distinzioni.

Su un punto però non sembrano esserci grossi dubbi: la qualità dei prodotti originali non è minimamente paragonabile a quella dei prodotti contraffatti. L'85% dei bambini afferma chiaramente che si tratta di merci di qualità inferiore e a volte pericolose. Più azzardata la valutazione del 12,5% che considera i prodotti contraffatti poco differenti dagli originali.

La proprietà intellettuale, si sa, riguarda anche i prodotti "digitali"

quali videogiochi, musica, film, libri. Scaricarli su un PC o smartphone può non essere privo di rischi. Ne è consapevole l'80% dei bambini che hanno risposto al sondaggio ma il 13% ha dei dubbi se premere o meno il tasto "Download".



A pagare i danni della contraffazione, per i giovani intervistati sono soprattutto gli autori delle opere musicali, dei film, dei giochi, in buona sostanza, gli autori del prodotto (73%). Un buon 71% ritiene che ad essere danneggiati siano i consumatori e le aziende (61%) ma anche tutti coloro che pagano regolarmente le tasse (36%). Spicca anche la componente legata al danno ambientale provocato dalla contraffazione che è rilevante per il 54%.

E sul fronte degli adolescenti? Nella secondaria, ad affermare di essere in grado di riconoscere con certezza un prodotto contraffatto da uno originale è il 40% dei ragazzi. Più titubante appare il 59% dei ragazzi, che per farlo dice che dovrebbe considerare prezzo e venditore del prodotto.

Così come gli intervistati di età inferiore, anche gli adolescenti dichiarano con certezza che un prodotto contraffatto non potrà mai essere uguale ad uno originale

per questioni di qualità (87%), mentre per un esiguo 12% si tratta di prodotti assolutamente analoghi, se non per piccolissime differenze. Nello specifico, i ragazzi sanno bene che un prodotto contraffatto è potenzialmente perico-

loso e dannoso per la salute, il mercato, la proprietà intellettuale. Il 94%, ad esempio, è consapevole che un occhiale da sole contraffatto potrebbe risultare pericoloso per la vista perché le lenti non saranno di certo di buona qualità. Una percentuale pari al 93% afferma che un vino italiano pregiato contraffatto venduto

agli stranieri online rappresenta una frode e un danno di immagine al vino originale. Vedere gratis le partite di calcio su internet invece di pagare un abbonamento è sbagliato per l'80% del campione, che lo considera come un furto.

I ragazzi infine sono certi del fatto che caricare musica, giochi e film da Internet sul proprio PC o cellulare non sia un'operazione da fare con troppa leggerezza è l'82% degli adolescenti che si dichiara consapevole del possibile rischio a cui si va incontro con download avventati. Il 16% però dice di non sapere con esattezza come comportarsi.

Chi paga le conseguenze principali della contraffazione? Per gli adolescenti non c'è dubbio: consumatori e creatori delle opere e dei prodotti sono coloro che subiscono le conseguenze più gravi.

"Le variabili del prezzo e di chi effettua la vendita sono per il 73% dei casi fondamentali per valutare se si ha a che fare con merce "tarocca" o di cui ci si può fidare."

Rap, flash mob, disegni, teatro: le creazioni della scuola primaria

“Arte, creatività ed educazione alla legalità si sono mescolate e hanno dato vita a creazioni molto personali e sempre originali”

La scuola primaria alla prova di Peers mette in scena una grande creatività. Ci sono i disegni dei ragazzi, le canzoni e i flash mob, il rap e il teatro nei lavori che i giovanissimi hanno realizzato nel progetto dedicato alla lotta alla contraffazione. Arte, creatività ed educazione alla legalità si sono mescolate e hanno dato vita a creazioni molto personali e sempre originali. Ci sanno fare, gli studenti della primaria, e sanno esprimere e rielaborare in immagini, canzoni e testi scritti i messaggi arrivati loro dal progetto “Peers Say NO” che si è svolto nell’ultimo anno. Da tutti i lavori emerge una consapevolezza: i ragazzi sanno che l’argomento contraffazione investe le scelte di tutti i giorni, come quella di un acquisto che sembra facile

(e non lo è) o come la tutela della creazione personale e individuale che sta dietro a una canzone, a un film, a un gioco da loro stessi ideato. Le classi V A e V B del plesso Ronconi hanno realizzato una serie di disegni che, messi in video, compongono un fumetto sui rischi e sui pericoli dell’acquisto di prodotti falsi. Comprare contraffatto è facile: c’è la bella borsa, c’è l’anello d’oro a prezzo basso, ci sono le infradito di moda sulla spiaggia... ma attenzione, il danno è dietro l’angolo. La tracolla della borsa si rompe in meno di una giornata, l’anello cambia colore perché non è fatto di vero oro, le ciabattine di moda sono taroccate e si rompono già in spiaggia, senza che l’azienda possa correre in soccorso dell’incauto consumatore. E ci sono le creazioni artistiche: una canzone, un film, un videogioco di cui ci viene rubata l’idea. E questo, riconoscono i ra-

gazzi, non è affatto giusto. Qualcuno la mette in musica. La IV A del plesso Guido Alessi dà vita a un flashmob nel giardino della scuola. La V A della scuola Alessi si cimenta in un vero e proprio un rap anticontraffazione. “Se non è originale è un peccato primordiale / Metti la musica giusta perché contraffare è rubare”. La classe V A del Villaggio Olimpico scrive una canzone anticontraffazione. Fra i versi ci sono questi: “Non omologarti a comportamenti sbagliati / Testa alta e fai crescere gli altri / I sogni si realizzano se contro tutto vai avanti / La pirateria è una porcheria / Se rinunci al falso, baby è affare fatto / Non pagare la metà se è di bassa qualità / Stai cascando in trucchi di magia”.

“Comprare contraffatto è facile ma attenzione, i danno è dietro l’angolo”

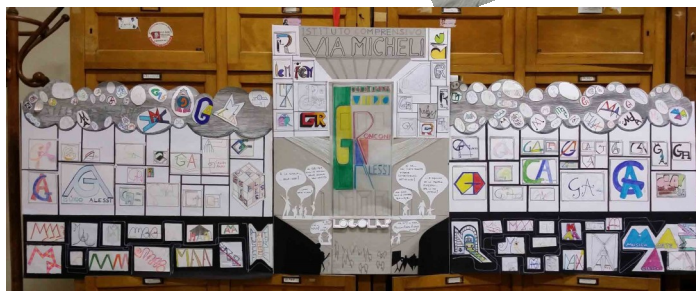
Tra video e rap si impara e si

Altri studenti invece realizzano, da attori consumati, una rappresentazione in classe con una sceneggiatura ben scritta. Bisogna fare un regalo alla compagna di classe Bianca, che compie gli anni. Cosa comprarle? Da qui scaturisce il dibattito non solo sul regalo da farle, ma anche sulla possibilità di risparmiarne qualche soldino comprando orecchini e cd falsi. La classe si divide in due gruppi.

Quelli che cercano l’affare sono in grado di comprarle addirittura due regali, gli altri si limitano a un cd originale. Bianca è contentissima quando li scarta, ma cosa accade? Gli orecchini falsi provocano prurito. La giovane non fa in tempo a indossarli che subito deve toglierli. Il cd falso, che doveva essere un affare, naturalmente non funziona. È invece il cd originale quello che la

farà sorridere davvero, perché subito dimostra di funzionare. I ragazzi che hanno comprato contraffatto hanno capito la lezione: “Always Real Never Fake”.

“Non omologarti a comportamenti sbagliati / Testa alta e fai crescere gli altri / I sogni si realizzano se contro tutto vai avanti”



All'opera! Con i lavori dei ragazzi della Scuola secondaria

Avete mai sentito parlare di eticopoli? Beh, gli alunni della 2° A della Scuola secondaria di primo grado-plesso Guido Alessi - si e lo hanno spiegato benissimo in un minivideo che con l'aiuto di cartelloni colorati realizzati per l'occasione hanno messo in chiaro il valore dell'etica e la sua importanza per la società. Citando il poeta americano, Ezra Pound, secondo il quale "Non si può fare una buona economia con una cattiva etica", hanno messo al bando la contraffazione che danneggia il mercato e mette a rischio i consumatori. Un lavoro di approfondimento che ha preso in considerazione anche notizie importanti del panorama nazionale e ha cercato di spiegare il complesso lavoro di indagine compiuto dalle Forze dell'Ordine.

Su WhatsApp passa ormai gran parte della comunicazione dei bambini e dei ragazzi. Ecco quindi che la simulazione di una conversazione tra due amiche può trasformarsi in un'occasione per insegnare qualcosa a chi non la

sa. È l'idea che hanno avuto i ragazzi della 2° B del plesso Alessi che hanno prodotto un video nel quale si mette in evidenza il danno che può provocare l'acquisto di prodotti contra-



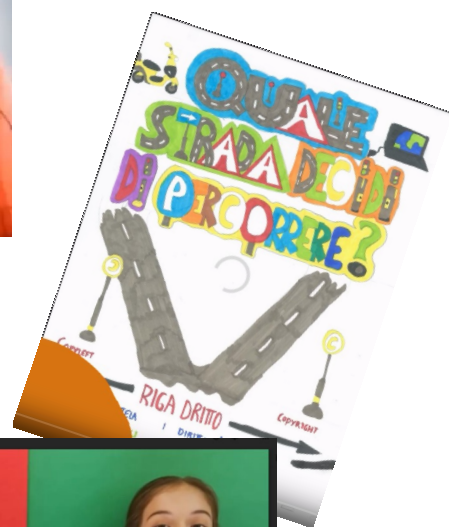
fatti che entrano in contatto con il nostro corpo. Un profumo "tarocco" (o un cosmetico, per non parlare poi di un farmaco) possono provocare reazioni nocive che non valgono il basso prezzo a cui sono stati acquistati.

"Ogni cosa può essere originale, come il disegno di una cattedrale. Con una formula o uno schizzo il mio ingegno metto all'opera e realizzo. La mia in-

ventiva spicca il volo e, quando la mia arte nasce mi consolo". Pochi versi che definiscono chiaramente lo sforzo creativo che è all'origine di molte delle più importanti opere e invenzioni che usiamo

nella vita di tutti i giorni e che hanno il diritto di essere protette da manipolazioni e "scopiazzature". Lo sanno bene gli alunni della 2°C del

plesso Ronconi che, tra rime e disegni animati, hanno ricostruito la storia del diritto d'autore. L'intervista doppia sul tema della contraffazione infine pone l'accento sui diversi aspetti negativi che essa comporta per la salute, l'ambiente, le tasche dei consumatori e il benessere dell'economia del paese.



<http://www.ioscelgoautentico.net>

Tel: 0644170260

Il progetto europeo "PEERS SAY NO" sui temi della proprietà intellettuale, della contraffazione e dell'educazione alla legalità, è dedicato ai ragazzi delle scuole primarie e secondarie di primo grado.

Il progetto ha come obiettivo di informarli e renderli consapevoli del fatto che la proprietà intellettuale è importante anzitutto per la sicurezza e la qualità della vita quotidiana, ma anche per la ricerca scientifica e medica, per il progresso tecnologico, per la produzione culturale, la moda, il design, l'intrattenimento. Senza questa tutela, si corrano pericoli, si perdono posti di lavoro, chiudono le aziende.

E' in gioco il futuro del nostro Paese e di ciascuno di noi.