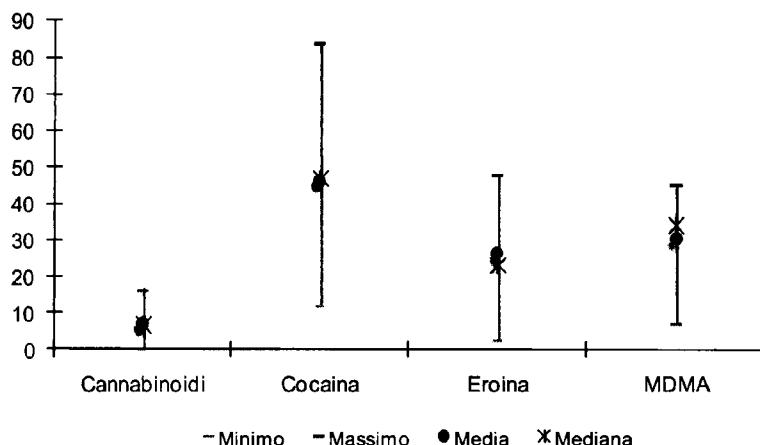


Figura I.5.7: Variabilità nella quantità di principio attivo riscontrato nelle sostanze psicoattive illegali rinvenute dalle FFOO nel 2010



Fonte: Elaborazione su dati Ministero dell'Interno - Direzione Centrale Anticrimine della Polizia di Stato

I.5.4. Monitoraggio dei siti web che commercializzano online sostanze stupefacenti o sostanze che ne mimano gli effetti

Nell'ambito delle attività del Sistema Nazionale di Allerta Precoce del Dipartimento Politiche Antidroga (www.allertadroga.it), il monitoraggio della rete Internet costituisce uno degli importanti elementi per il recupero di informazioni tempestive che possano contribuire a definire il fenomeno della comparsa di nuove droghe e di nuove modalità di consumo, soprattutto tra la popolazione giovanile.

Da novembre 2010, l'attività del monitoraggio del web si è concentrata sui siti che commercializzano via Internet sostanze stupefacenti o sostanze che ne mimano gli effetti. Le informazioni relative al monitoraggio sono state raccolte in un database di siti web; su questa base dati è stato elaborato il presente report.

Il report è stato condotto su una serie di siti raggiungibili dall'Italia e che promozionano e commercializzano via web sostanze stupefacenti o sostanze che ne mimano gli effetti. Oltre alla raccolta di informazioni utili ai fini del Sistema di Allerta, lo scopo del monitoraggio era quello di individuare quali fossero le caratteristiche dei siti che vendono tali sostanze, quale fosse la tipologia di prodotto promozionato e commercializzato, nonché quali fossero le tecniche di vendita più frequentemente impiegate. Tutto ciò, al fine di caratterizzare in maniera più dettagliata un fenomeno che, come indicato anche dagli organismi internazionali (EMCDDA 2011 e 2010), assume dimensioni sempre più vaste e presenta importanti sfide alle attività di controllo e repressione del traffico di sostanze illecite a causa della difficoltà di localizzare in maniera precisa sia i siti di vendita che i percorsi utilizzati per la consegna dei prodotti.

I.5.4.1. Metodologia

Il monitoraggio è stato condotto su 145 siti per un periodo di 6 mesi, da novembre 2010 a maggio 2011. L'individuazione dei siti è avvenuta attraverso il motore di ricerca Google: digitando nello spazio di ricerca i nomi di alcuni prodotti commerciali, noti per il loro uso ricreativo tra la popolazione giovanile, si sono

Sistema nazionale di allerta precoce e rete internet

Scopo del monitoraggio

Online drugstore

potuti identificare numerosi siti web. Di tutti i siti individuati, sono stati selezionati quelli che offrivano maggiore informazioni rispetto alle esigenze conoscitive del Sistema Nazionale di Allerta Precoce (dati societari, catalogo prodotti, tecniche e condizioni di vendita, forme di contatto del cliente, ecc.) Tale scelta metodologica è stata giustificata con la necessità di lavorare su un campione quanto più ricco possibile di informazioni per arricchire in maniera significativa il quadro relativo al fenomeno della vendita di sostanze online.

Infine, la scelta del numero totale di siti web da monitorare per 6 mesi è dipesa principalmente da 2 fattori: la numerosità degli operatori coinvolti nella ricerca, nel monitoraggio, nel recupero delle informazioni e nella loro analisi, nonché la frequenza del monitoraggio. Si rendeva necessario, infatti, non solo consultare i siti e recuperare le informazioni in essi contenute, ma anche osservarli nel tempo per registrarne le modificazioni, la variazione dell'offerta dei prodotti o di altri elementi che hanno costituito oggetto dell'indagine. Pertanto, sono stati inseriti nel campione 145 siti web che, per 6 mesi, sono stati monitorati con una frequenza settimanale.

E' stata eseguita un distinzione della tipologia di siti monitorati. La distinzione ha tenuto conto della terminologia utilizzata dai consumatori che è stata ricavata dall'osservazione dei social network, dei forum e dei blog. Inoltre, frequentemente sono i gestori dei siti stessi che riportano sui siti descrizioni circa l'attività promossa e che si autodefiniscono in un modo piuttosto che nell'altro. Le tipologie individuate sono 4: smart shop, head shop, growshop, siti a vendita indiretta.

Gli smart shop sono negozi al dettaglio specializzati nella vendita di sostanze psicoattive legali e relativi accessori. Il nome deriva dal tipo di prodotti venduti chiamati "smart drugs", una classe di sostanze non ancora classificate come illegali ma che ne mimano gli effetti. Le sostanze vendute possono essere di origine naturale ma anche totalmente sintetiche. Negli smart shop vengono venduti inoltre tabacchi aromatizzati, accessori per fumatori, stimolanti sessuali, semi di cannabis.

Smart shop

Un headshop è un negozio specializzato nella vendita di accessori legati al consumo di cannabis. Commercializza anche riviste di controcultura, musica, abbigliamento e arredamento. Gli accessori che possono essere acquistati in questi negozi possono essere pipe ad acqua (bong), cilum, rollatori, incenso, abbigliamento alternativo, ecc.

Head shop

Per growshop si intendono siti specializzati nella vendita di attrezzature e strumenti per la coltivazione della cannabis, in particolare attrezzature per l'illuminazione, il trattamento aria, il trattamento acqua, l'irrigazione, gli strumenti di misura, i fertilizzanti, ecc.

Grow shop

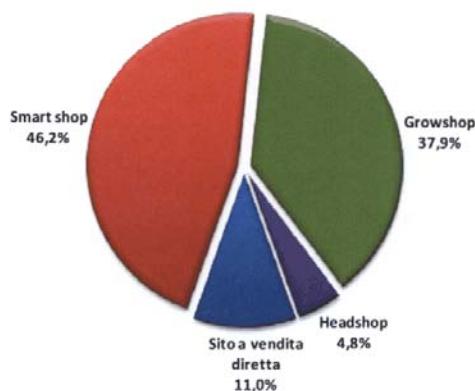
Sono stati quindi considerati nella categoria "Siti a vendita indiretta" i siti che riportano informazioni sulle sostanze e che non sono dedicati direttamente alla loro commercializzazione né alla commercializzazione di accessori legati alla loro coltivazione o consumo. La maggior parte di questi siti è risultato riportare un collegamento ad altri online drugstore per acquistare sostanze e prodotti citati sul sito originale. Si tratta quindi di siti che promozionano indirettamente l'acquisto dei prodotti online. Sono stati inclusi in questa categoria i siti non istituzionali, indipendentemente dalla posizione che questi mostravano rispetto all'uso di droghe (atteggiamento proibizionista o antiproibizionista, ecc.).

Siti a vendita indiretta

1.5.4.2. I risultati del monitoraggio

L'indagine ha evidenziato che dei 145 siti osservati, la maggior parte (46,2%) era del tipo smart shop; il 37,9% del tipo growshop e il 4,8% del tipo headshop. L'11,1% dei siti si occupa della vendita indiretta di sostanze.

Grande presenza di smart shop

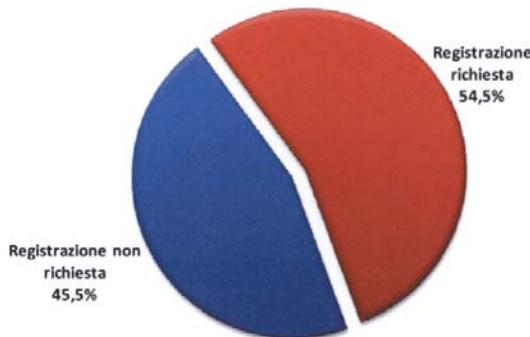
Figura I.5.8: Distribuzione dei siti secondo la tipologia - percentuale

Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Mentre tutti i siti consentono di accedere alla loro home page, alcuni di questi prevedono un'area riservata cui è possibile accedere solamente se l'utente risulta registrato. L'utente può richiedere la registrazione direttamente dal sito, contattando gli amministratori secondo le indicazioni ivi riportate. Tramite mail, gli vengono rilasciate un nome utente ed una password che l'utente può quindi utilizzare per accedere alle pagine riservate.

L'indagine condotta ha evidenziato che del campione di siti osservati, oltre la metà (54,5%) ha delle aree riservate cui gli utenti possono accedere solo tramite registrazione. Il 45,5%, invece, consente la consultazione di tutte le sue pagine liberamente, senza che l'utente si debba autenticare.

Il 54,5% richiede di registrarsi

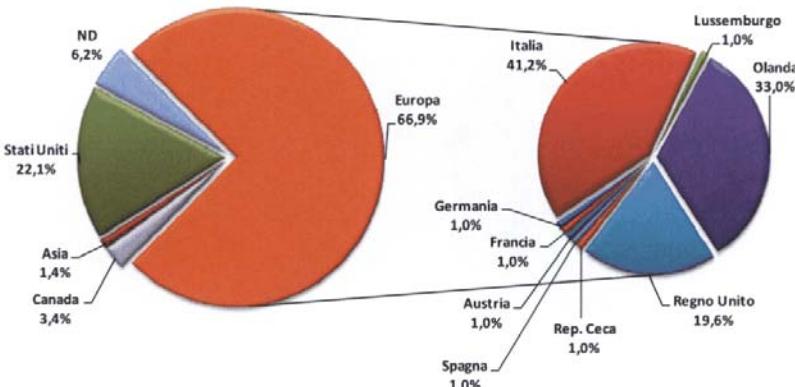
Figura I.5.9: Distribuzione dei siti secondo la richiesta di registrazione da parte dei gestori

Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Nella sezione contatti, i gestori dei siti riportano generalmente dove è localizzata l'attività promozionata online. Secondo le informazioni riportate, il monitoraggio ha evidenziato che la maggior parte delle attività è localizzata in Europa (66,9%). Il 22,1% trova sede negli Stati Uniti, il 3,4% in Canada e l'1,4% in Asia. Nel 6,2% dei casi non è stato possibile definire dove risultano collocate le attività poiché l'informazione non era riportata in alcuna sezione del sito osservato.

Per quanto riguarda l'Europa, il 41,2% delle attività promosse dai siti osservati ha sede in Italia, il 33% in Olanda, il 19,6% nel Regno Unito. Le rimanenti attività hanno sede in Germania, Francia, Austria, Spagna, Repubblica Ceca e Lussemburgo.

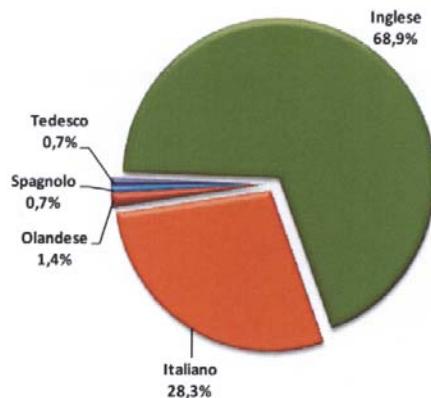
La maggior parte dei siti si colloca in Europa

Figura I.5.10: Distribuzione dei siti secondo la localizzazione delle attività promozionate

Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

In relazione alla lingua utilizzata dai gestori dei siti, la maggior parte (69%) utilizza l'inglese, il 28,3% l'italiano. In misura minore vengono utilizzati l'olandese (1,4%), lo spagnolo (0,7%) e il tedesco (0,7%). Interessante notare che solo il 18,4% dei siti che utilizzano la lingua inglese indica come sede delle proprie attività il Regno Unito. La maggior parte (32,6%), invece, colloca tali attività negli Stati Uniti e nel 25,6% dei casi in Olanda (Figura I.5.11).

La lingua più frequentemente utilizzata è l'inglese.

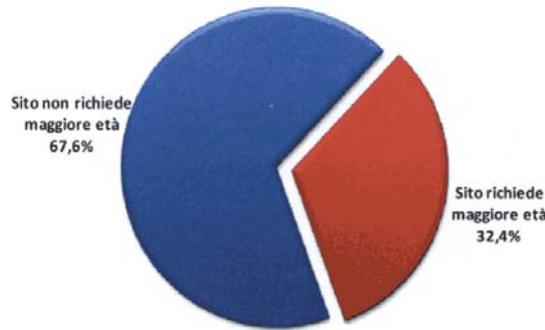
Figura I.5.11: Distribuzione dei siti secondo la lingua utilizzata – percentuale

Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Il monitoraggio ha evidenziato che alcuni siti chiedono agli utenti di indicare se sono maggiorenni oppure no. L'accesso al sito è possibile solo se l'utente dichiara di essere maggiorenne. Nello specifico, quando si accede alla home page, compare un messaggio in cui i gestori comunicano che: "Si può accedere al sito se si hanno almeno 18 anni di età o se si ha almeno la maggiore età nella giurisdizione in cui si risiede o da cui si accede al sito. Se non si soddisfano questi requisiti, non si ha il permesso di utilizzare il sito web". L'utente deve quindi fare click sul tasto "Sì" o "No" per dichiarare la propria età. E' da evidenziare che non è richiesto alcun tipo di prova relativamente alla veridicità dell'informazione trasmessa dall'utente, né viene richiesto alcun tipo di documento che accerti l'età dichiarata. In relazione ai siti osservati, il 32,4% richiedeva la maggiore età come requisito per l'accesso; il rimanente 67,6% non richiedeva alcun requisito per accedere.

Il 67,6% dei siti non richiede all'utente la maggior età per accedere

Figura I.5.12: Distribuzione dei siti secondo la richiesta di maggiore età subordinata all'accesso al sito – percentuale

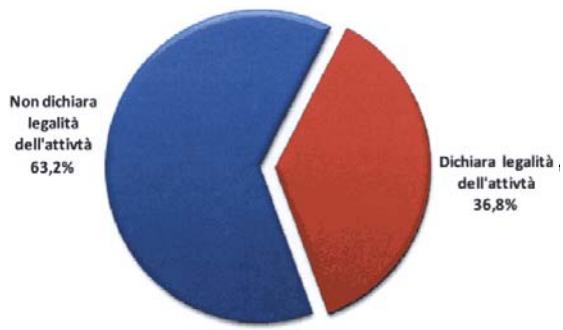


Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

E' stato osservato che il 36,8% dei siti riporta nella propria home page un messaggio che attesta la legalità dell'attività promozionata, specificando, per esempio, che i semi vengono venduti solamente come souvenir o che i prodotti commercializzati hanno sole finalità di collezionismo. Spesso questo messaggio viene accompagnato da una nota in cui vengono riportate informazioni sulla normativa vigente, sulla possibilità di commercializzare certe sostanze, di acquistarle o di coltivarle nei vari Paesi (Figura I.5.13).

Il 36,8% dei siti riporta messaggi sulla legalità della propria attività

Figura I.5.13: Distribuzione dei siti secondo la presenza di dichiarazioni circa la legalità dell'attività svolta – percentuale

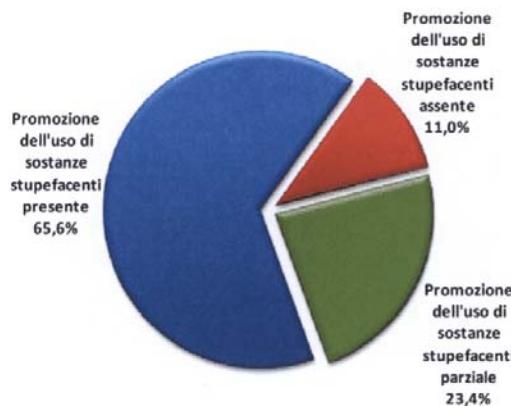


Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Il 65,5% dei siti osservati riportava messaggi di promozione dell'uso di sostanze stupefacenti. In questo tipo di messaggio vengono generalmente riportati commenti sulla necessità di liberalizzare le droghe e sui benefici che il consumo di droghe può portare nella vita di chiunque. Nel 23,4% dei casi, il messaggio riportato non era chiaro sulla posizione dei gestori rispetto alla vendita e all'uso di droghe o venivano riportati commenti contrastanti circa le politiche governative sulla gestione della commercializzazione delle stesse. Infine, l'11% dei siti osservati non riportava alcun messaggio di istigazione né favoreggimento all'uso di sostanze o, addirittura, venivano in esso riportati commenti assolutamente contrari all'uso di droghe.

Il 65,5% dei siti riporta messaggi che promuovono l'uso di sostanze stupefacenti

Figura I.5.14: Distribuzione dei siti secondo la presenza di messaggi di promozione dell'uso di sostanze – percentuale



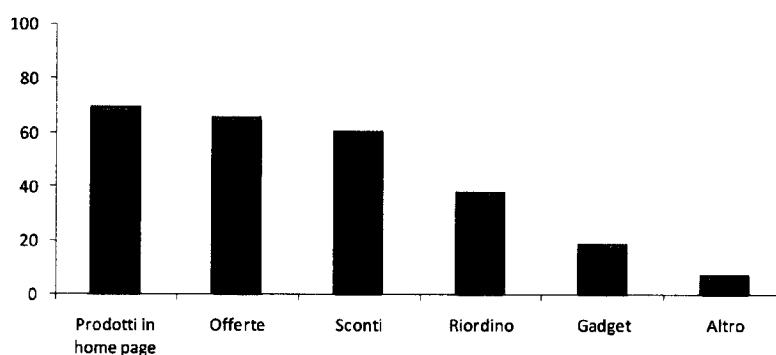
Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

L'osservazione ha tenuto conto anche delle tecniche con cui i siti web incentivano la vendita dei loro prodotti. Il grafico sottostante mostra che la messa in evidenza dei prodotti sulla homepage del sito rappresenta la tecnica più utilizzata dai siti (69,7%). In questo modo, vengono messi in luce i prodotti più nuovi o quelli più venduti. Spesso gli stessi prodotti sono accompagnati da commenti sulla loro efficacia garantita e sull'ottimo rapporto tra qualità e prezzo.

Altre tecniche di vendita impiegate dai gestori dei siti web sono le offerte (65,5%) e gli sconti (60,7%), attraverso cui viene ribassato il prezzo da listino e con cui, spesso, si incentiva il cliente all'acquisto offrendo di pagare, ad esempio, 3 pezzi al prezzo di uno. Il 37,9% dei siti osservati prevede anche uno sconto al cliente che, in seguito ad un precedente acquisto, torna a fare compere presso il medesimo sito (tecnica del "riordino"). Alcuni siti web (18,6%), inoltre, prevedono la consegna di un gadget o della riduzione dell'importo da pagare a fronte di acquisti superiori ad un dato prezzo.

La tecnica di incentivo alla vendita più utilizzata è quella di mettere i prodotti in home page

Figura I.5.15: Distribuzione dei siti secondo le tecniche utilizzate per incentivare la vendita dei prodotti – percentuale



Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Al fine di promuovere la propria attività, gli on-line drugstore adottano delle vere e proprie tecniche di marketing che permettono loro di tenere informati i propri clienti sui nuovi prodotti e le nuove offerte. La tecnica più frequentemente utilizzata per raggiungere questo obiettivo è l'affiliazione (88,3%), cioè la

L'attività di marketing più frequentemente registrata è

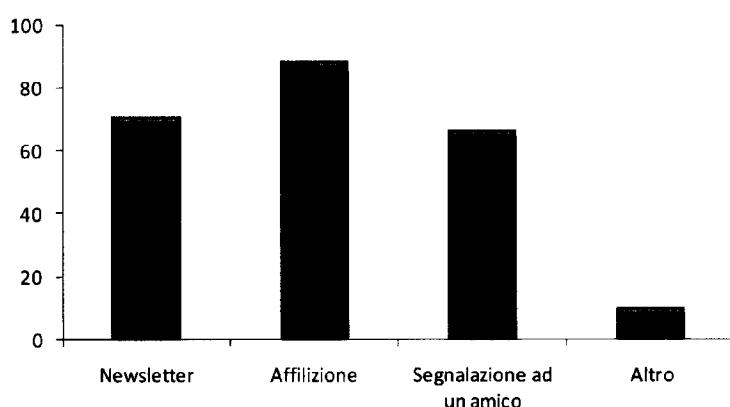
proposta e, successivamente, l'implementazione di un accordo tra il titolare di un sito di ecommerce (affiliante), e uno o più web master che gestiscono altri siti web (affiliati). L'affiliato promuove l'affiliante sul proprio sito web, ottenendo una commissione per i risultati effettivamente raggiunti che solitamente si esplicitano nella vendita di un prodotto.

Un'ulteriore tecnica di marketing utilizzata è l'invio periodico di una newsletter al cliente che si è registrato (70,3%). Si è visto che generalmente la frequenza con cui vengono inviati via mail gli aggiornamenti è settimanale.

Infine, un'altra tecnica individuata (66,2%) è quella della "segnalazione ad un amico", una strategia orientata ad incentivare il cliente, con sconti e agevolazioni, affinché fornisca nominativi ed indirizzi email di parenti ed amici che potrebbero essere interessati ad acquistare medicinali online. Il cliente segnalante riceve delle facilitazioni se le persone segnalate concludono l'operazione di acquisto.

Da evidenziare che i siti web possono adottare contemporaneamente più tecniche di marketing.

Figura I.5.16: Distribuzione dei siti secondo le tecniche utilizzate per incentivare la vendita dei prodotti – percentuale

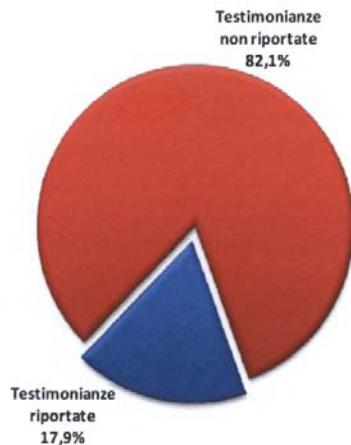


Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

L'82,1% dei siti osservati riporta testimonianze di clienti che hanno già acquistato o utilizzato il prodotto/la sostanza. Si tratta di testimonianze che generalmente riportano la qualità del prodotto e si esprimono favorevolmente rispetto al rapporto qualità/prezzo. Per i siti a vendita indiretta, le testimonianze riportano le esperienze vissute dai consumatori che hanno provato le varie sostanze e i consigli sulle dosi e le associazioni per beneficiare al meglio della sostanza consumata.

L'82,1% dei siti riporta testimonianze incentivanti l'acquisto da parte dei clienti

Figura I.5.17: Distribuzione dei siti secondo la presenza di testimonianza riportate – percentuale



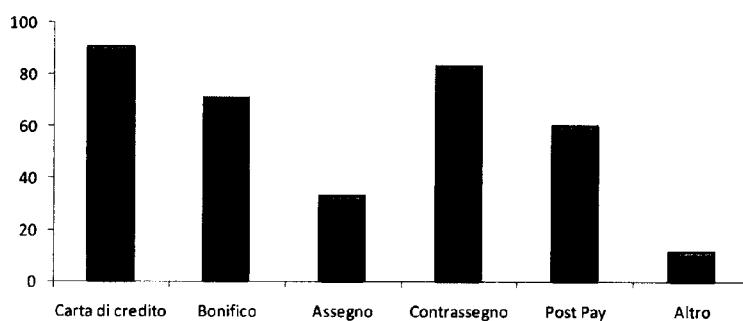
Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Osservando le modalità di pagamento previste dai vari siti web, è emerso che la maggior parte (91%) accetta pagamenti con carta di credito. Le principali carte di credito accettate sono risultate essere Visa, Mastercard, American Express, JCB e Diners Club. Le carte di credito prepagate, invece, pare non vengano accettate. In seconda battuta, è previsto il pagamento in contrassegno (83,4%), il bonifico (71%) e la modalità di pagamento tramite posta, Post Pay (60,7%). L'assegno elettronico viene accettato nel 33,1% dei casi.

Da evidenziare che i siti web possono adottare contemporaneamente più modalità di pagamento.

Il 91% dei siti accetta pagamenti con carta di credito

Figura I.5.18: Distribuzione dei siti secondo le modalità di pagamento previste – percentuale

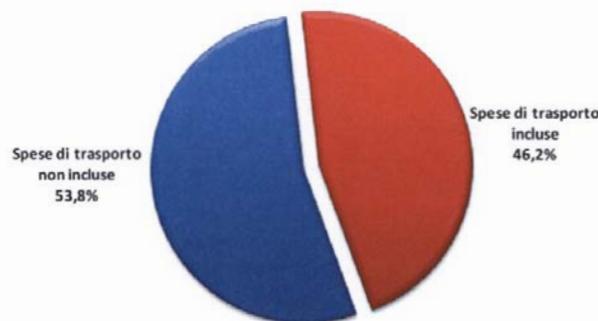


Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Al momento dell'acquisto di un prodotto, vengono sempre evidenziate le spese di spedizione del medesimo. Nel 53,8% dei casi, le spese di spedizione sono considerate a carico dell'acquirente. Il 46,2%, invece, sostiene interamente il costo della spedizione, senza addebitarle all'acquirente.

Nel 53,8% dei casi, le spese di spedizione sono a carico dell'acquirente

Figura I.5.19: Distribuzione dei siti secondo l'inclusione delle spese di trasporto nella somma totale pagata dall'acquirente— percentuale

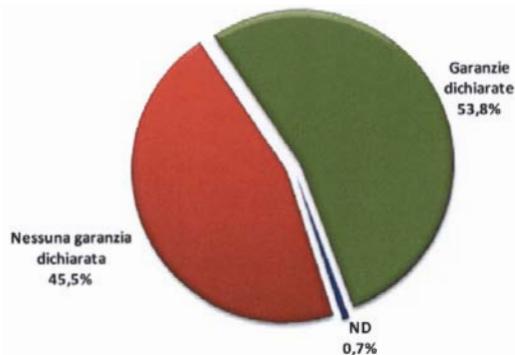


Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Oltre la metà dei siti osservati (53,8%) descrive una serie di garanzie rispetto alla merce acquistata. Le garanzie riguardano soprattutto la qualità e l'efficacia del prodotto acquistato. Ciò è avvalorato dal fatto che spesso appare sul sito il messaggio "Soddisfatti o rimborsati". Ulteriore garanzia che viene spesso fornita è quella relativa alla riservatezza rispetto alla natura del prodotto inviato e alla sua provenienza. Non è infrequente, infatti, trovare siti che promettono di mantenere la massima discrezione nei riguardi della privacy del cliente al momento della consegna del prodotto acquistato. Molti dichiarano di spedire i propri prodotti in imballi anonimi, ove non compaiono riferimenti circa il contenuto trasportato né etichette che ne rivelino la provenienza. Mentre il 45,5% dei siti esaminati non dichiara alcuna delle garanzie sopracitate, per lo 0,7% dei siti non è stato possibile definire se e quale tipo di garanzia venisse fornita.

Oltre la metà dei siti osservati (53,8%) assicura garanzie rispetto alla merce acquistata

Figura I.5.20: Distribuzione dei siti secondo la presenza di garanzie dichiarate sui prodotti commercializzati

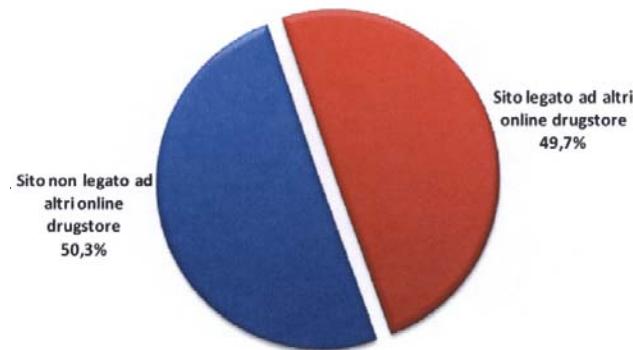


Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Il 50,3% dei siti è legato ad altri siti web che commercializzano on-line sostanze stupefacenti o sostanze che ne mimano gli effetti. Il legame viene di solito evidenziato nella sezione "Link" del sito o nei banner posizionati ai lati delle pagine web. Si tratta generalmente di siti web che, a loro volta, riportano il link o il banner al sito originale. Spesso i due siti promuovono attività la cui origine risulta essere la medesima. E' stato possibile recuperare tale informazione poiché i contatti e gli indirizzi riportati presso i vari siti erano gli stessi e non lasciavano dubbi sulla società di origine del sito. Nel 52,8% dei casi essi fanno riferimento a siti del tipo smart shop (Figura I.5.21).

Il 50,3% dei siti è legato ad online drugstore

Figura I.5.21: Distribuzione dei siti secondo la presenza di un legame con altri online drugstore - percentuale



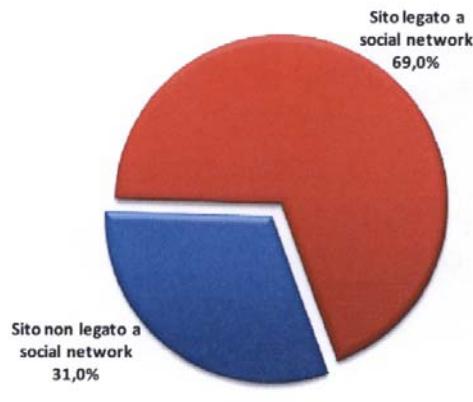
Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Il 69% dei siti osservati, inoltre, risulta legato a social network, generalmente Facebook, particolarmente in voga tra la popolazione giovanile. Sul social network, quindi, vengono riportate una o più pagine dedicate all'attività di promozione dei prodotti. Il nome della pagina del social network riporta il nome del sito o del prodotto commercializzato. Qui vengono pubblicate informazioni sui nuovi prodotti disponibili e sulle offerte e le promozioni del momento. Per procedere agli acquisti è comunque necessario collegarsi all'online drugstore.

Il collegamento dei vari siti con i social network rende le politiche di promozione dell'attività dei siti estremamente versatili e capillari, in grado di utilizzare molti canali, anche quelli più noti al target giovanile, e di raggiungere, quindi, una parte molto ampia della popolazione.

Il 69% dei siti risulta legato a social network

Figura I.5.22: Distribuzione dei siti secondo la presenza di un legame con social network - percentuale



Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Il 6,9% dei siti offre agli utenti opportunità di lavoro. Il lavoro proposto può essere on-line o presso aziende che commercializzano i prodotti. Per i lavori online viene proposto di aprire e gestire siti simili a quello originale per ampliare la rete dei contatti dell'azienda madre. Per i lavori presso aziende, viene proposto di aprire dei negozi in franchising facenti capo all'azienda madre (Figura I.5.23).

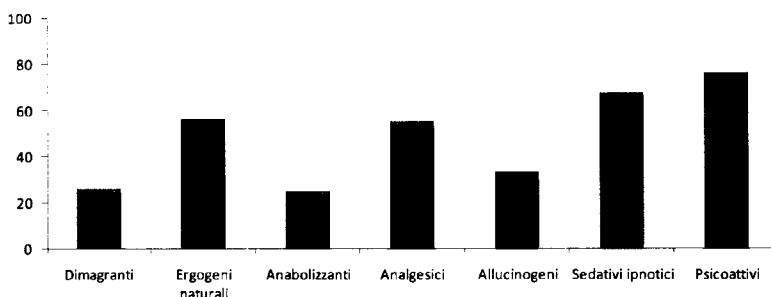
Il 6,9% dei siti offre agli utenti opportunità di lavoro

Figura I.5.23: Distribuzione dei siti secondo la presenza di offerte di lavoro – percentuale

Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

In relazione alle funzionalità dei prodotti, tra quelli più frequentemente venduti presso i siti oggetto di monitoraggio, le sostanze psicoattive sono quelle maggiormente promozionate (75,9%), seguite dai sedativi (66,9%), dagli ergogeni naturali (55,9%), e gli analgesici (54,5%). Da evidenziare che ciascun sito osservato può commercializzare contemporaneamente più prodotti.

Le sostanze psicoattive sono quelle maggiormente promozionate (75,9%)

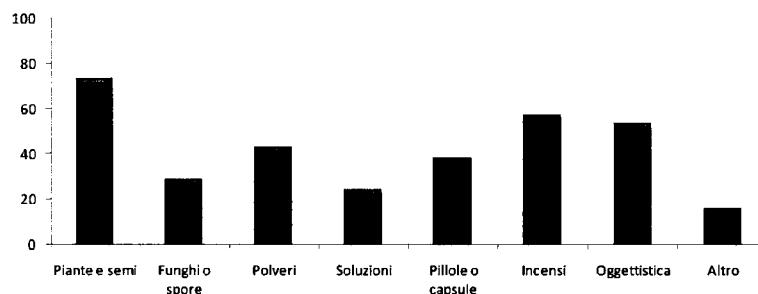
Figura I.5.24: Distribuzione dei siti secondo la funzionalità dei prodotti venduti - percentuale

Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

Le tipologie di prodotti più frequentemente commercializzati sono piante e semi (73,1%), seguiti da incensi (56,6%). Il 53,1% dei siti vende oggettistica per la coltivazione, il consumo e lo stoccaggio delle sostanze; il 42,8% vende prodotti sottoforma di polveri. Questi includono sia sostanze quali catinoni sintetici puri (ad esempio, mcfedrone, butilone, ecc.) ma anche sostanze vendute come sali da bagno (ad esempio, Ivory Wave). Anche in questo caso è opportuno segnalare che ciascun sito osservato può commercializzare contemporaneamente più tipologie di prodotti (Figura I.5.25).

I prodotti più spesso venduti sono piante e semi (73,1%)

Figura I.5.25: Distribuzione dei siti secondo la tipologia di prodotti commercializzati - percentuale



Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

I.5.4.3. Conclusioni

L'indagine condotta mostra quanto la vendita on-line di sostanze stupefacenti, o di sostanze che ne mimano gli effetti, rappresenti una realtà particolarmente complessa.

Si tratta, tuttavia, di un fenomeno estremamente difficile da controllare. Oltre alla difficoltà di individuare chiaramente la localizzazione delle attività dei siti web, spesso localizzati su server stranieri, tali siti hanno spesso vita breve, cioè chiudono e riaprono molto rapidamente, riproponendosi con layout grafici diversi ma adottando le medesime modalità di vendita e riproponendo gli stessi precedenti contatti. Inoltre, si è notato che per molti siti, le cui attività risultano localizzate in Italia, parte delle vendite si appoggia a siti che propongono aste a tempo o ad altri portali in grado di mascherare la vendita come la commercializzazione di prodotti del settore agricolo, chimico-industriale, farmaceutico, alimentare, ecc.

Queste caratteristiche sono state rese visibili proprio dal fatto che il monitoraggio è avvenuto con frequenza settimanale e ha permesso, quindi, di individuare le variazioni tra i siti, nonché informazioni diversificate ed utili per eventuali azioni di contrasto.

L'ottima organizzazione dei siti e la grande abilità nel promuoversi sul web costituiscono, inoltre, elementi purtroppo vincenti per rafforzare il fenomeno e radicarlo sempre di più nella realtà della popolazione, soprattutto in quella più giovane. Da qui, quindi, l'esigenza di mantenere attivi i monitoraggi su web.

Infine, è opportuno che il monitoraggio del web sia fortemente connesso anche all'attività delle Forze di Polizia. In questo modo sarà possibile associare all'azione di monitoraggio anche un'eventuale azione di contrasto del traffico e dello spaccio delle sostanze stupefacenti su web.