

Tutela della proprietà industriale e intellettuale online - strategie di protezione su web e social network



1. Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media
2. Nomi a dominio e nuove realtà di mercato
3. La tutela delle innovazioni tramite brevettazione e design. Tutelabilità di app e social. Casi pratici

Padova, 29 novembre 2018

AGENDA

Contraffazione online & strategia di tutela
sui siti e-commerce e social media

Online *brand protection*: parallelismi tra
contraffazione online e offline

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato
dall'*e-commerce* ai *flagship store*

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Definizione:

CONTRAFFAZIONE = *contra facere* (lat.)

contraffare da **CÓNTRA** che vale *di fronte, di rimpetto* e **FÀRE**. — Fare come altri fa, cioè imitarlo nei gesti, nella voce e nel modo di favellare, per lo più col fine d'ingannare, ovvero di destare le risa; Trasformare, Adulterare, Falsificare.
Deriv. *Contraffacimento; Contraffatto; Contraffattore-trice; Contraffattura; Contraffazione.*

- Imitazione
- Falsificazione
- Riprodurre qualcosa in modo che venga scambiato per l'originale

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

EFFETTO PRINCIPALE =

trarre in inganno il pubblico dei consumatori sulla reale provenienza dei beni/servizi allo scopo di trarne un vantaggio

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Il primo falso nella storia è la

Donazione di Costantino

sulla base di questo documento, creato nel monastero di *Saint Denis* (FR), l'imperatore Costantino avrebbe concesso al Papa (Silvestro I) il potere di governare su Roma e sull'intero Occidente.

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Copiare è un fenomeno insito nella natura umana:

l'intento può essere **positivo** o **negativo**.

Nel secondo caso, dietro vi è la logica dello guadagno (facile) al fine di trasformare detta azione in attività imprenditoriale (organizzata) vera e propria

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Fenomeno con crescente diffusione:
tutti i settori ormai ne sono colpiti.

Qualche settore ha minor *appeal* perché:

- bassa marginalità
- alti costi produttivi

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Lo studio «*Trade in Counterfeit and Pirated Goods*» (2016, a cura dell'OCSE ed EUIPO) ha calcolato che il **2,5% degli scambi mondiali** riguarda merce contraffatta, corrispondenti a circa **340 ml di euro**.

La contraffazione è stata indicata come prima voce mondiale all'interno dell'«*Illicit Trade*», più in alto rispetto al traffico di droga.

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Le importazioni di merce contraffatta in Europa riguardano il 5% del totale: dopo gli USA, l'Italia è il Paese più colpito da questo fenomeno.

The screenshot shows the 'L'Espresso' website interface. At the top, there are navigation links: NAVIGA, HOME, RICERCA, and buttons for ABBONATI and ACCEDI. Below the site name, there are categories: OPINIONI DEL SOLE, EDITORIALI, INTERVENTI, SOCIETÀ, PERSONE, GLOBAL VIEW, and MAPPAMONDO. A carousel of featured articles is visible, including 'Decreto sicurezza: dall'asilo ai migranti al braccialetto elettronico per gli stalker', 'Ecco come cambia il reddito di cittadinanza: dagli incentivi all'obbligo di formazione', 'Amazon diventa corriere postale con controllo AgCom e Ok del Mise', and 'Il principe ricevuto a Cairo'. The main article is titled 'Dopo gli Usa è l'Italia il mercato al top delle contraffazioni' by Roberto Galullo, dated 02 agosto 2017. The article features a photograph of a person's hands holding several counterfeit watches over a table covered with many more counterfeit watches. Below the article, there is a section for 'I PIÙ LETTI DI COMMENTI' with four items listed, including 'A TU PER TU' (James Dyson), 'CONTRATTO DI GOVERNO' (Manovra), 'MICROCOSMI' (Biella), and 'IL MERCATO' (Tim).

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Effetti più pesanti della contraffazione:

- mancate vendite
- perdita posti di lavoro
- minore gettito fiscale
- calo del benessere dei consumatori

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Stima delle mancate vendite in Italia a causa di contraffazione e pirateria (2013)

Settore	Valore in milioni di euro	Quota di vendite
Alimenti, bevande e tabacco	618	1,0%
Prodotti chimici e correlati a eccezione di prodotti farmaceutici, profumi e cosmetici	125	3,7%
Prodotti chimici per uso medico e farmaceutico	254	2,3%
Profumeria e cosmetica	85	1,6%
Tessuti e altri prodotti intermedi (ad es. plastica, gomma, carta, legno)	446	4,3%
Abbigliamento, calzature, articoli in pelle e correlati	1.269	4,4%
Orologi e gioielleria	221	7,5%
Prodotti minerali non metallici (ad es. vetro e prodotti in vetro, prodotti in ceramica)	16	0,2%
Metalli comuni e prodotti in metallo (tranne macchinari e attrezzature)	475	4,0%
Apparecchiature elettriche ed elettroniche, prodotti ottici, strumenti scientifici	1.794	5,4%
Macchinari, attrezzature industriali, computer e periferiche	732	4,1%
Veicoli a motore e motocicli	569	1,9%
Beni per uso culturale e di intrattenimento domestico come giochi e giocattoli, e strumenti musicali	212	2,1%
Arredi, apparecchi d'illuminazione, tappeti e altri prodotti non classificati altrove	132	0,6%
Totale settore ingrosso e dettaglio	6.949	2,7%

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Stima dei posti di lavoro persi in Italia a causa della contraffazione (2013)

Settore	Numero di dipendenti	Quota di dipendenti
Alimenti, bevande e tabacco	3.374	0,6%
Prodotti chimici e correlati a eccezione di prodotti farmaceutici, profumi e cosmetici	244	1,7%
Prodotti chimici per uso medico e farmaceutico	565	1,2%
Profumeria e cosmetica	340	0,9%
Tessuti e altri prodotti intermedi (ad es. plastica, gomma, carta, legno)	1.847	2,3%
Abbigliamento, calzature, articoli in pelle e correlati	6.582	2,4%
Orologi e gioielleria	797	3,6%
Prodotti minerali non metallici (ad es. vetro e prodotti in vetro, prodotti in ceramica)	65	0,1%
Metalli comuni e prodotti in metallo (tranne macchinari e attrezzature)	1.649	2,1%
Apparecchiature elettriche ed elettroniche, prodotti ottici, strumenti scientifici	1.712	2,7%
Macchinari, attrezzature industriali, computer e periferiche	2.262	2,1%
Veicoli a motore e motocicli	2.272	1,1%
Beni per uso culturale e di intrattenimento domestico come giochi e giocattoli, e strumenti musicali	813	1,1%
Arredi, apparecchi d'illuminazione, tappeti e altri prodotti non classificati altrove	629	0,3%
Totale settore ingrosso e dettaglio	23.149	1,3%

Nota: I dipendenti sono misurati in unità equivalenti a tempo pieno secondo la definizione Eurostat (2018).

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Stima del gettito fiscale perso in Italia a causa della contraffazione (2013)

Tipologia di imposta	Valore in milioni di euro	Quota di imposte riscosse
Imposte sul reddito delle persone fisiche e contributi previdenziali	1.354	0,8%
Imposte sul reddito delle società	831	2,1%
Imposte sul valore aggiunto	1.529	1,6%
Totale	3.714	1,2%

Fonte OECD (2018) - *Il commercio di beni contraffatti e l'economia Italiana: Tutelare la proprietà intellettuale dell'Italia*, OECD Publishing, Paris

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

La medesima stima nel 2016

The screenshot shows a news article from 'L'Espresso' dated August 7, 2017. The main headline is 'La contraffazione causa una perdita di gettito di 5,7 miliardi'. The article is by Nicoletta Cottone. It features a photograph of a busy street scene in Rome with people carrying bags. The text discusses the economic impact of counterfeiting, stating that the 2016 turnover of counterfeit 'Made in Italy' goods is estimated at 6.9 billion euros, leading to a fiscal loss of 5.7 billion euros. It also mentions that 100,000 jobs are lost due to counterfeit goods. A sidebar on the right contains a video player and a list of other news items under the heading 'I PIÙ LETTI DI ITALIA'.

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

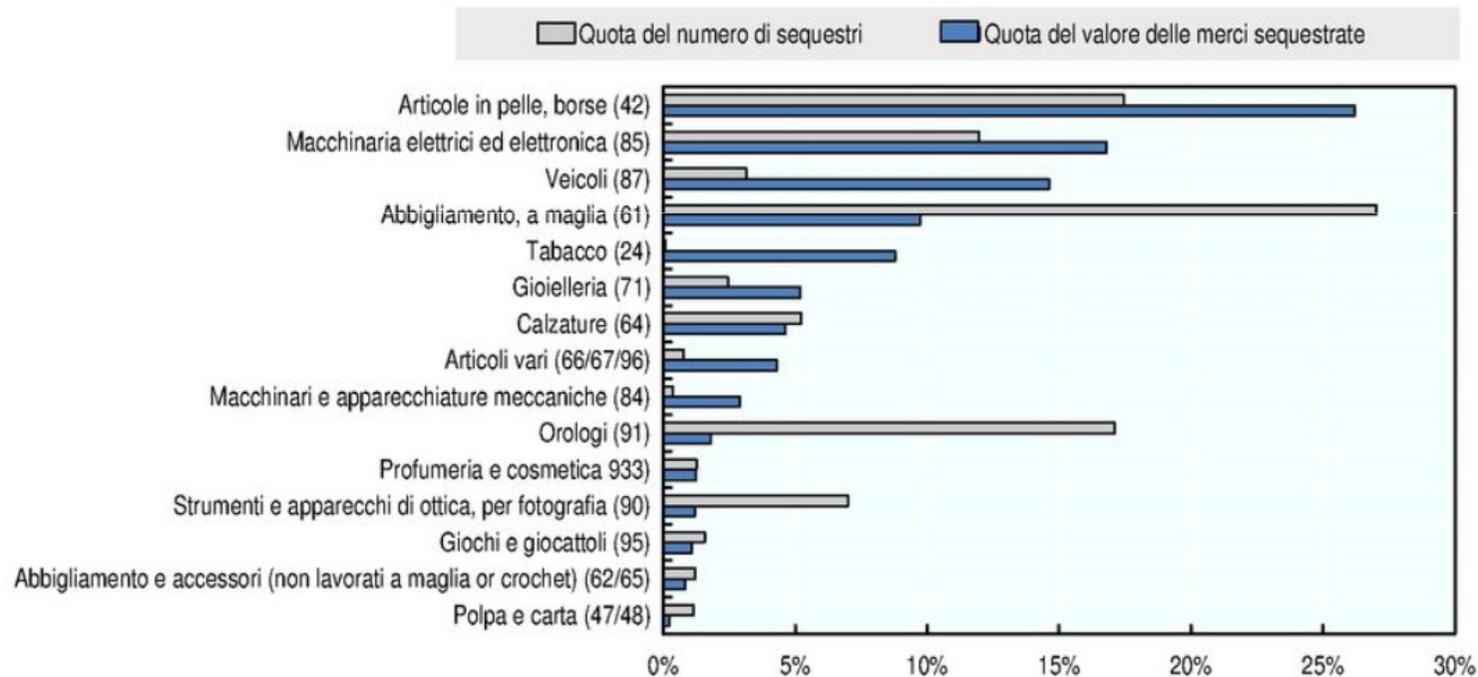
La **contraffazione** viene definita un
“moltiplicatore di illegalità”

perchè riunisce insieme più condotte illecite che vanno dal **lavoro nero** all'**immigrazione clandestina**, dal **riciclaggio** all'**evasione fiscale**, dal **commercio abusivo** alle ingerenze della **criminalità organizzata**.

Fonte: <https://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2017-08-07/la-contraffazione-causa-perdita-gettito-57-miliardi-144315.shtml?uuid=AEk04v9B>

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

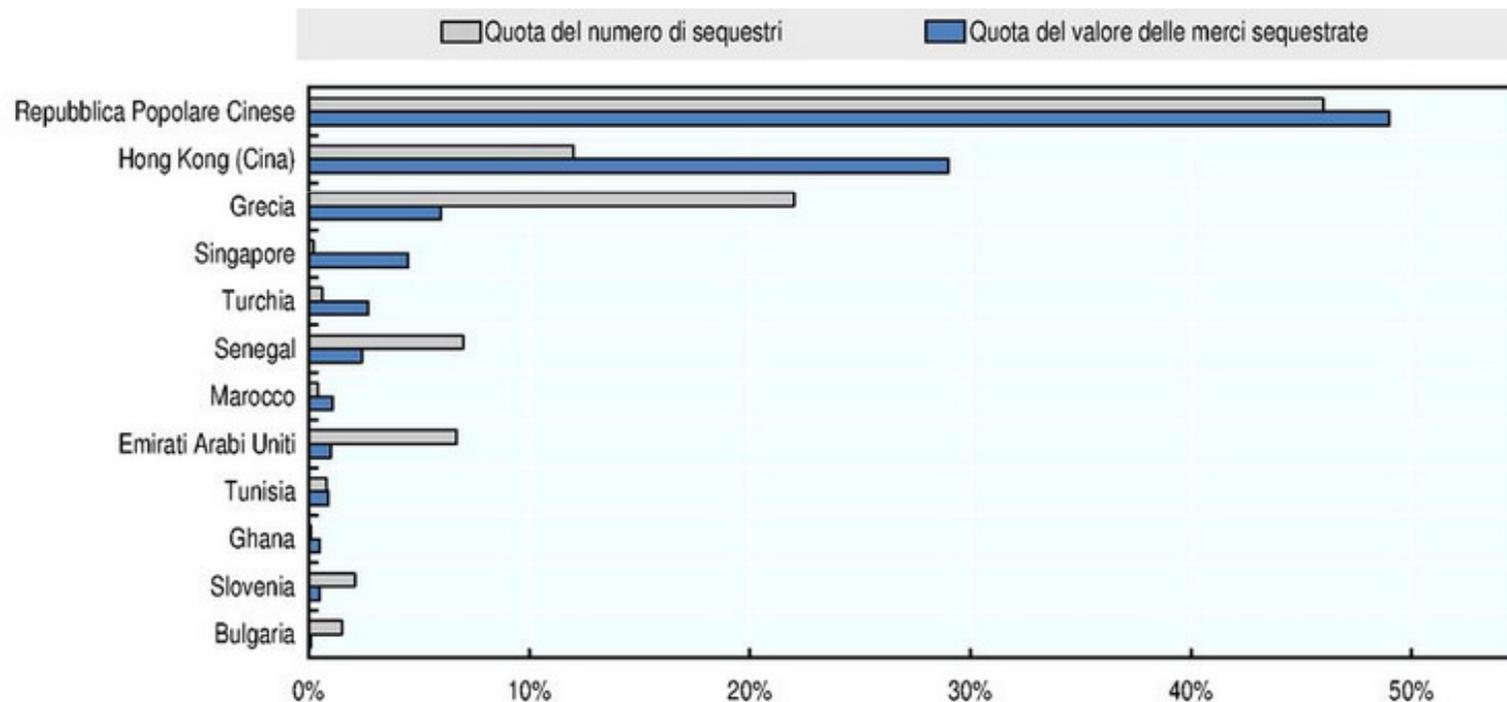
Tipologie di prodotti oggetto di contraffazione sequestrati in Italia (2011-2013)



Nota: I numeri tra parentesi sono i codici del Sistema Armonizzato (SA) come definiti dalle Statistiche sugli scambi commerciali delle Nazioni Unite (UN Trade Statistics, 2017).

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Paesi di provenienza dei beni contraffatti (oggetto di sequestri delle dogane italiane del periodo 2011-2013)



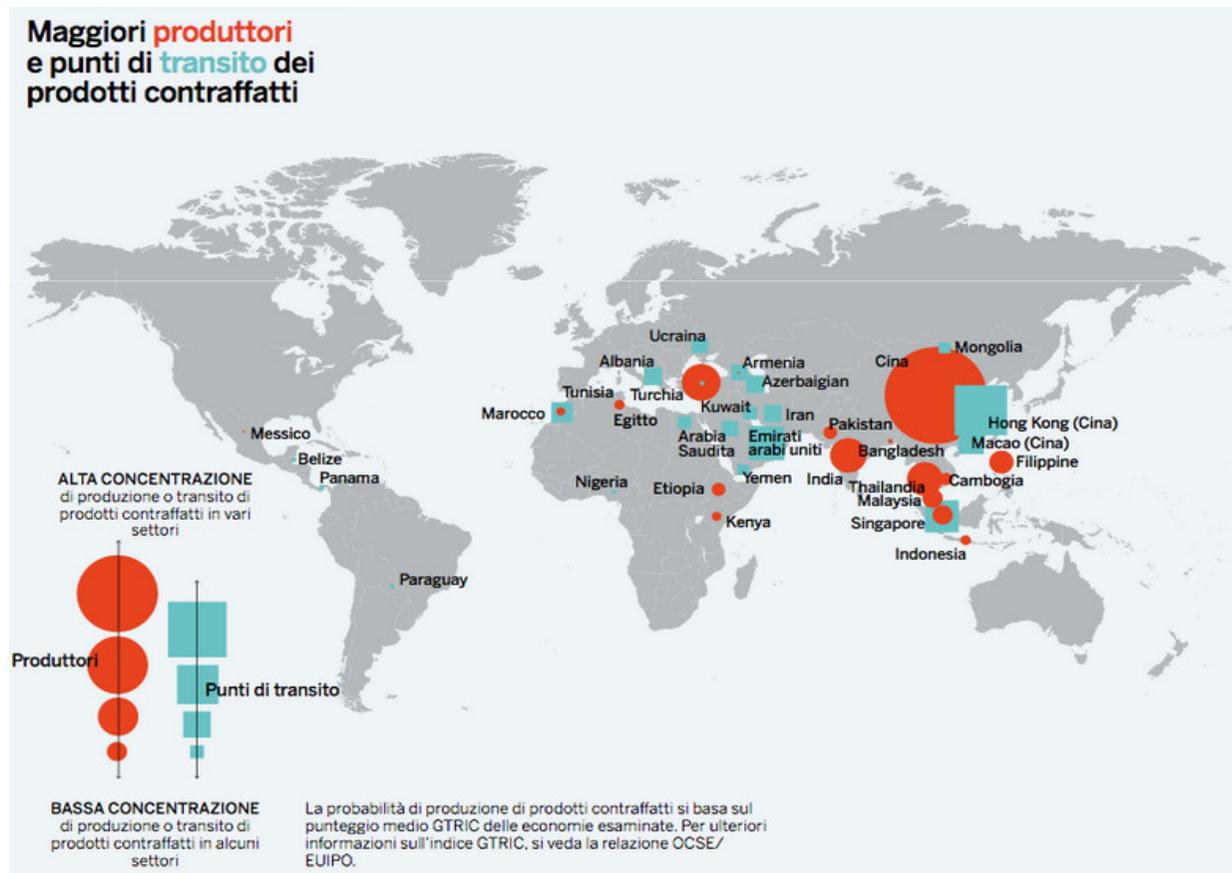
Fonte OECD (2018) - *Il commercio di beni contraffatti e l'economia Italiana: Tutelare la proprietà intellettuale dell'Italia*, OECD Publishing, Paris

BARZANÒ & ZANARDO

INTELLECTUAL PROPERTY STRATEGIC CONSULTING

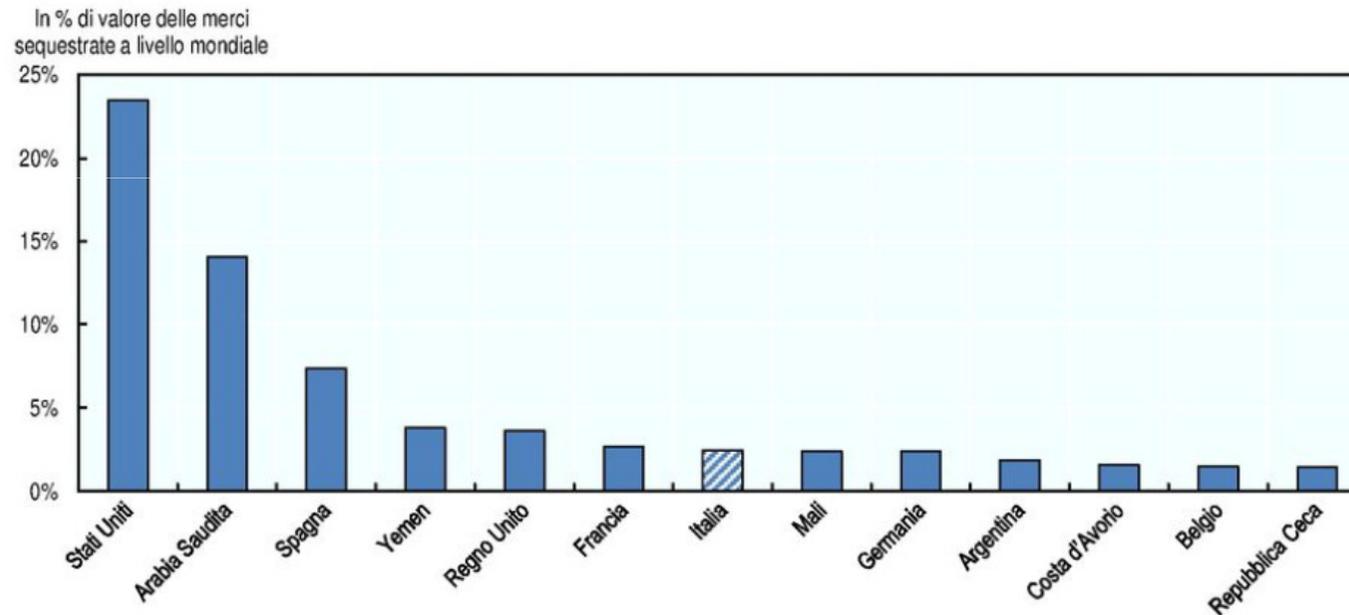
Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

La Cina è tra i maggiori paesi contraffattori, ma non è la sola:



Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Paesi di destinazione di contraffazione e pirateria (2011-2013)

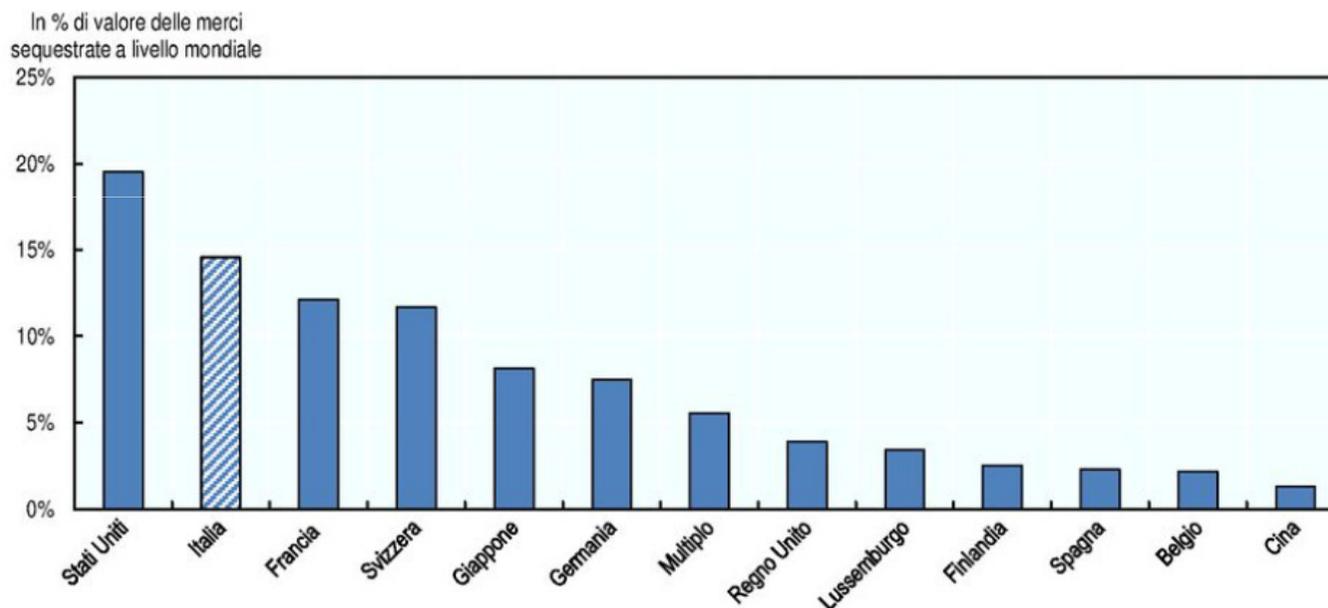


Nota: I dati si basano sul valore dei sequestri globali in dogana di prodotti contraffatti e piratati dal 2011 al 2013.

Fonte: OCSE/EUIPO (2016).

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Paesi di origine dei titolari di diritti PI violati (2011-2013)



Nota: Il termine “multiplo” fa riferimento ai sequestri di prodotti che violano le norme sulla Proprietà Intellettuale per cui i titolari dei diritti sono registrati in più economie. I dati si basano sul valore dei sequestri globali in dogana di prodotti contraffatti e piratati dal 2011 al 2013.

Fonte: OCSE/EUIPO (2016).

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Se il fenomeno è così diffuso e se è così aumentato nel corso degli anni, ciò è soprattutto dovuto all'avvento di

INTERNET → E-COMMERCE

Il digitale ha reso tutto:

- Più veloce
- Più facile
- Più accessibile

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

La normativa relativa al commercio elettronico prevede una serie di obblighi (a favore del consumatore), tra cui:

- Obblighi informativi circa l'identità del venditore (tutti i dati identificativi)
- Obblighi informativi sulla vendita a distanza (per es. condizioni di pagamento)
- Obblighi informativi specifici per il commercio elettronico (per es. obbligo di ricevuta per email)

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

CORCOM Digital Economy Telco Industria 4.0 PA Digitale Finance Videointerviste Privacy

LA RICERCA

L'e-commerce accelera, +15% dal 2016. Nei carrelli italiani viaggi e libri

Home > Digital Economy > Ecommerce

Condividi questo articolo [f](#) [G+](#) [in](#) [t](#) [e](#) [c](#)

I dati del Nielsen connected commerce report: è aumentata la fiducia dei consumatori. Christian Centonze: "Salto significativo degli acquisti online nel largo consumo e nel recapito a casa dei cibi pronti"

28 Nov 2018

A. S.



FASHION NETWORK

NOTIZIE

- Distribuzione
- Business
- Industry
- Saloni / fiere
- Innovazione
- Collezione
- Sfilate
- Creazione
- media
- Campagne
- People
- Eventi
- Nomine
- Tendenze

OFFERTE DI LAVORO

FASHION WEEK

VIDEO

AGENDA

Newsletters



Pagina iniziale > Notizie > Distribuzione > Netcomm stima e-commerce italiano a ...



Milano Unica 5,6,7 Febbraio 2019
Dove inizia la moda. Collezioni tessili e accessori per abbigliamento P/E 2020
per saperne di più [milanounica.it](#)

Netcomm stima e-commerce italiano a 27 miliardi nel 2018 (+15%)

31 Maggio 2018 [Q](#) [I](#) [E](#) [S](#)

Le-commerce italiano continua la sua crescita a doppia cifra e nel 2018 il valore degli acquisti online toccherà i 27 miliardi di euro con un incremento di oltre 3,6 miliardi di rispetto al 2017 (+15%). Tra i settori per i quali si prevede il maggiore aumento spiccano i giocattoli (+48%), arredamento e home living (+44%), food e grocery (+34%).

I settori per cui è previsto il maggior aumento sono:
**i giocattoli (+48%), l'arredamento (+44%),
l'alimentare (+34%).**

Fonti <https://www.corrierecomunicazioni.it/digital-economy/ecommerce/le-commerce-accelera-15-dal-2016-nei-carrelli-italiani-viaggi-e-libri/>

<https://it.fashionnetwork.com/news/Netcomm-stima-e-commerce-italiano-a-27-miliardi-nel-2018-,982954.html>

BARZANÒ & ZANARDO

INTELLECTUAL PROPERTY STRATEGIC CONSULTING

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

25 Ml di Italiani comprano su internet: il 78% di essi effettua almeno un acquisto al mese.

L'e-commerce viene preferito perché:

- Prezzi più bassi
- Maggiore facilità di comparazione dei beni/servizi
- Possibilità di verificare tramite terzi la qualità dei beni/servizi (commenti e *feedback*)



E-commerce in Italia ed Europa: l'indagine di idealo

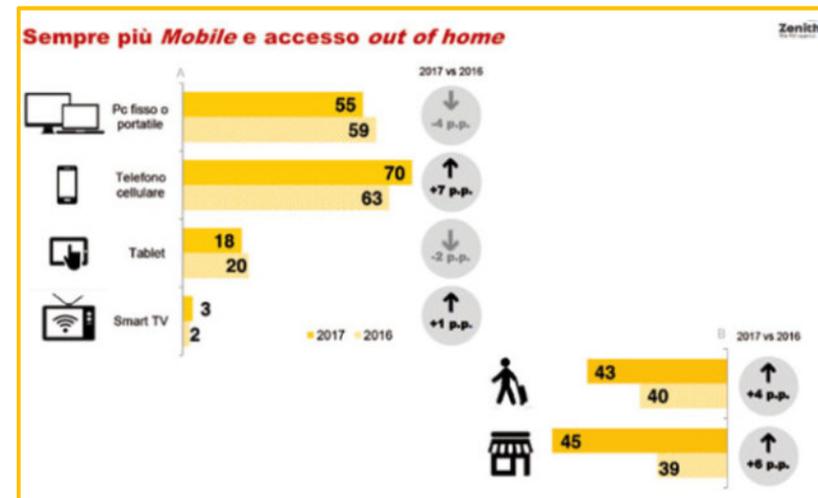
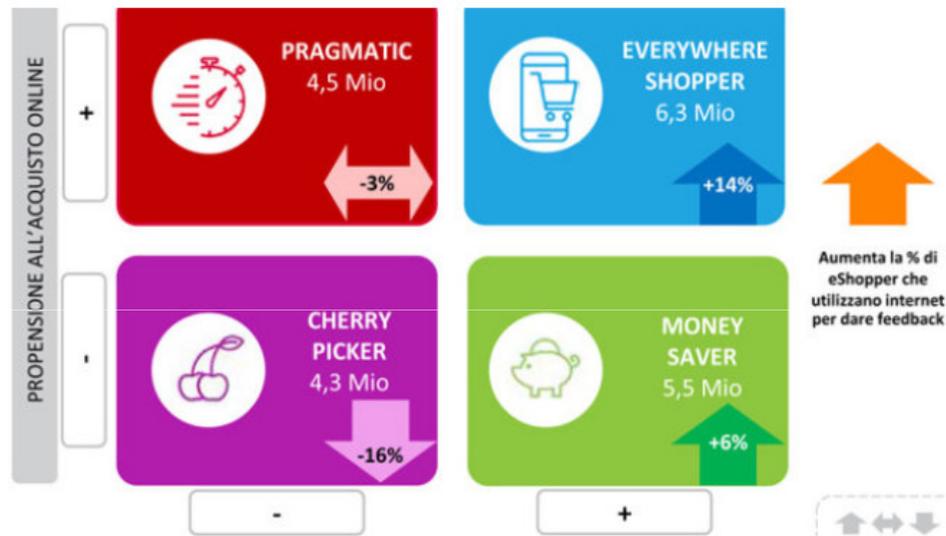
Il dato di idealo sulla **frequenza di acquisto online** fornisce una prima stima dell'entità del fenomeno e-commerce e delle sue trasformazioni rispetto allo scorso anno. Alla guida del mercato digitale italiano restano i **consumatori abituali**, ovvero quelli che comprano almeno una volta al mese, ma in numero maggiore (al **56%**, in crescita del 4,6% rispetto al 2016); seguono gli **intensivi**, in azione una o più volte alla settimana (al **22%**) allo stesso livello degli **sporadici**, che acquistano una volta ogni trimestre o meno (al **22%**). Sulla base di questi numeri, la percentuale di chi effettua in media almeno un acquisto al mese è **pari al 78%**. Questa segmentazione mostra che un e-consumer italiano su due acquista una volta al mese se non di più.



Fonte <https://www.idealo.it/magazine/2018/03/06/e-commerce-italia-identikit-consumatore-digitale/>

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

L'identikit di chi acquista online



Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

I comportamenti relativi alle vendite online sono i medesimi, sia che si tratti di prodotti originali sia che siano falsi.

Per questa ragione, l'azione che si vuole intraprendere deve essere strutturata e non *una tantum* → investimento poco valido / visione di lungo raggio.

Contraffazione online & strategia di tutela sui siti e-commerce e social media

Le stesse piattaforme che vendono i “falsi” sono vetrine importanti dove sempre più *brand* decidono di debuttare: è il caso di TMALL, uno dei più importanti *e-commerce* cinesi.

La Cina, sempre in grande crescita, è un paese “caldo” sotto il profilo della contraffazione, ma è pure un paese molto interessante come mercato di possibile espansione per le aziende occidentali.

Online *brand protection*: parallelismi tra contraffazione online e offline

I presupposti per agire validamente nella **promozione dei propri prodotti/servizi** e nella **lotta alla contraffazione** sono gli stessi:

- Marchi
- Design*
- Brevetti
- Copyright*

Online *brand protection*: parallelismi tra contraffazione online e offline

Le attività da porre in essere sono suddivisibili in tre momenti salienti, su più piattaforme differenti:

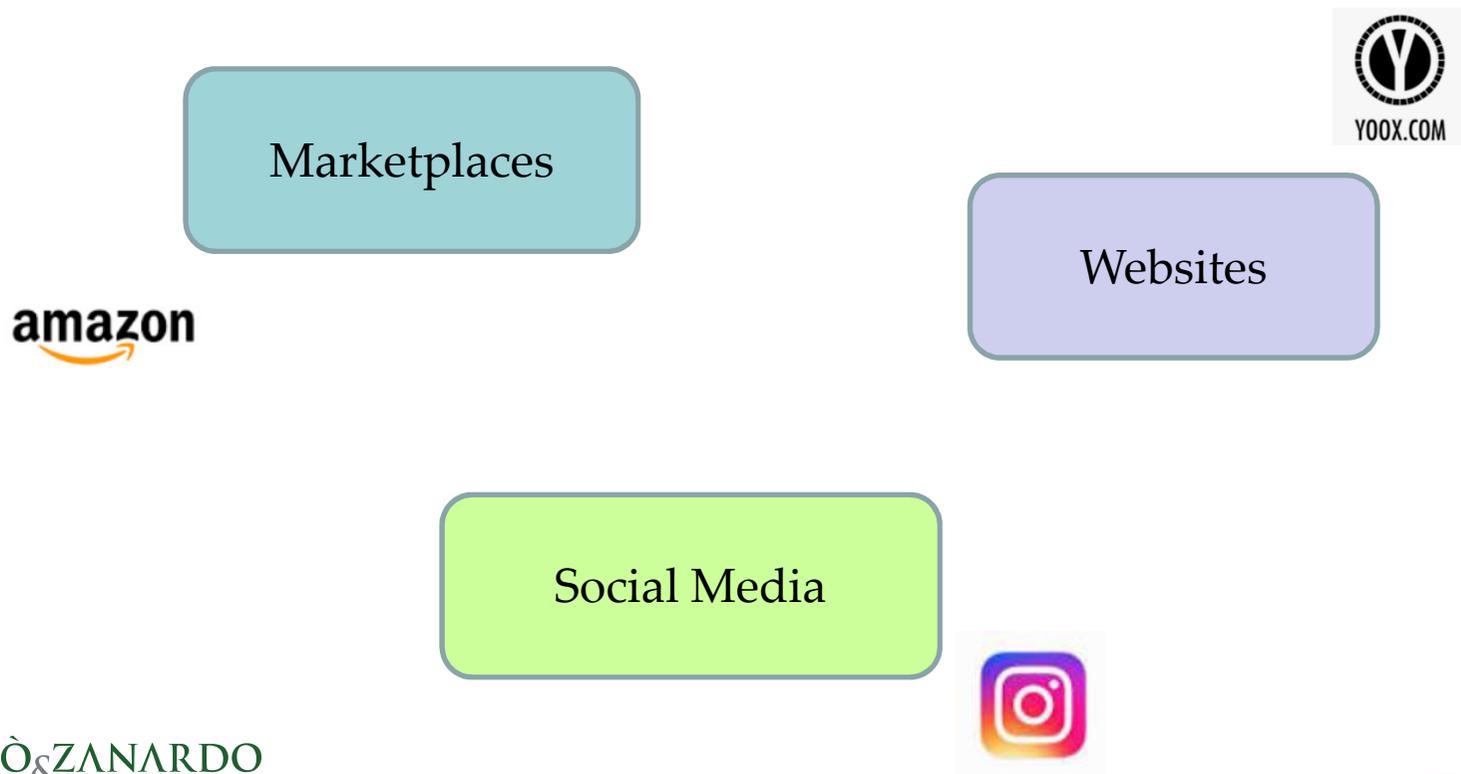
Monitoraggio

Analisi

Rimozione

Online *brand protection*: parallelismi tra contraffazione online e offline

In base alle esigenze dell'azienda, vengono scelte le piattaforme da sorvegliare, tra:



Online *brand protection*: parallelismi tra contraffazione online e offline

Per centrare l'obiettivo è necessario **conoscere natura e ordine di grandezza del problema**, cioè analizzare:

- beni/servizi di interesse dell'azienda
- mercati di produzione e vendita
- analizzare piattaforme online
- avvalersi di consulenti locali esperti

...per esempio

Online *brand protection*: parallelismi tra contraffazione online e offline

Possibili violazioni sui *social media*:



- Creazione di profili falsi
- Commenti sul profilo ufficiale con *link* a profili illegittimi o a siti terzi (che vendono falsi)
- Commenti su profili di *influencers* con *link* a profili illegittimi o a siti terzi (che vendono falsi)
- Profili di servizi collegati e ancillari (riparazione, pulitura etc.)

Online *brand protection*: parallelismi tra contraffazione online e offline

Quali vantaggi nel mettere in atto una simile strategia di tutela?

- Riduzione dei falsi = aumento delle vendite
- Tutela della reputazione aziendale
- Ritorno di immagine come incremento di valore del marchio che non si diluisce
- Riduzione dei costi di prevenzione e tutela

Online *brand protection*: parallelismi tra contraffazione online e offline

La tecnologia e l'intelligenza artificiale spesso si sostituiscono all'uomo, anche nel mercato del falso:

-Software programmati per postare con continuità foto con # determinati

-Software che studiano il comportamento degli utenti e propongono promo/pubblicità (anche di prodotti falsi) in base alla profilazione

...con l'effetto di una miglior indicizzazione rispetto ai siti ufficiali

Online *brand protection*: parallelismi tra contraffazione online e offline



Online *brand protection*: parallelismi tra contraffazione online e offline

Dall'online si passa all'offline quando:

- Viene individuato il produttore
- Vengono poste in essere azioni sul territorio

...tutto questo ha un costo che deve essere commisurato alle esigenze e alle risorse dell'azienda

Online *brand protection*: parallelismi tra contraffazione online e offline

In quest'ottica vanno seguiti dei criteri di priorità nella valutazione sul “da farsi”, quali:

- Paesi di produzione
- Tipo di piattaforma (B2B o B2C)
- Richiesta di ordinativo minimo (in termini di costo o di unità)

...per esempio

Online brand protection: parallelismi tra contraffazione online e offline

PALERMO TODAY

Sezioni

Cronaca



ACCEDI

Cronaca / Partinico

Partinico, 40 mila prodotti contraffatti in un grande magazzino: scatta maxi sequestro

Giocattoli, articoli per la casa, dispositivi informatici e materiale elettrico non sicuri erano esposti negli scaffali e pronti per essere venduti. Il responsabile del negozio è stato denunciato e segnalato alla Camera di Commercio



Redazione

18 OTTOBRE 2018 08:26

3

Comments



Giocattoli, articoli per la casa, dispositivi informatici e materiale elettrico contraffatti e non conformi alla normativa sulla sicurezza all'interno di un grande magazzino a Partinico. A scoprirli e far scattare il maxi sequestro i finanziari della Compagnia locale: oltre 40 mila gli articoli fuori legge. Alcuni dei prodotti, esposti sugli scaffali e pronti per la vendita, non riportavano le indicazioni in italiano per il consumatore né il marchio "CE" che, tra l'altro, ne attesta la conformità alle disposizioni vigenti in tema di sicurezza.

APPROFONDIMENTI



Ricambi contraffatti per cellulari, cosmetici e giocattoli insicuri: sequestrati oltre 21 mila articoli

10 luglio 2018

Altri articoli invece riportavano dei marchi "CE" palesemente falsi che potevano indurre in inganno il consumatore. Durante i controlli le fiamme gialle hanno trovato anche decine di confezioni di carte da gioco "UNO" contraffatte. Il responsabile del negozio è stato denunciato alla Procura di Palermo per contraffazione ed utilizzo di segni mendaci per l'irrogazione delle relative sanzioni pecuniarie.

I più letti di oggi



1 I furbetti dell'assessorato, arrestati 11 dipendenti: "Dal parrucchiere o al supermercato in orario di lavoro"



2 Tragedia a Valdesi, 59enne si accascia durante una passeggiata e muore



3 Bonagia, incidente nella "curva della morte": auto sbanda e abbatte un palo



4 "Aiuto, mi ha rubato il telefonino": donna urla, "Falchi" in moto arrestano gambiano a Ballarò

Prodotti contraffatti, maxi sequestro delle Fiamme Gialle a Mantova



MANTOVA – Nel corso di un intervento in materia di sicurezza prodotti presso un esercizio commerciale della provincia di Mantova, i finanziari del Gruppo di Mantova hanno sequestrato 786 prodotti contraffatti, perlopiù rappresentati da accessori, capi di abbigliamento e occhiali (sia da lettura che da sole per bambini), recanti i noti marchi Gucci, Cristiano Ronaldo CR7, Michael Jordan, Inter e Juventus nonché numerosi similalimenti, cioè prodotti che per forma, colore, dimensioni e persino odore riproducono cibi, la cui vendita è penalmente perseguibile.

Nell'ambito dello stesso intervento sono stati individuati e sottoposti a sequestro amministrativo 35.054 prodotti (bigiotteria, prodotti da tabacco e oggettistica per adulti) poiché non conformi alle disposizioni – nazionali e comunitarie – a tutela della salute umana in materia di corretta indicazione delle relative composizioni chimiche.

Questi articoli, posti in vendita privi delle informazioni minime finalizzate ad identificarne le caratteristiche qualitative, il produttore, nonché l'eventuale presenza di materiali nocivi per la salute umana (come previsto dal Codice del Consumo), sono stati sequestrati in attesa di eseguire successivi esami chimici.

Un soggetto è stato segnalato alla Procura della Repubblica per gli illeciti di natura penale, nonché alla Camera di Commercio di Mantova per le violazioni al Codice del Consumo, per le quali sono previste sanzioni fino a un massimo di 25.823,00 euro.

BARZANÒ & ZANARDO

INTELLECTUAL PROPERTY STRATEGIC CONSULTING

Fonti <https://www.palermotoday.it/cronaca/sequestro-prodotti-contraffatti-grande-magazzino-partinico.html>

<https://www.leconotizie.com/fuori-provincia/prodotti-contraffatti-maxi-sequestro-delle-fiamme-gialle-a-mantova-488333/>

Online brand protection: parallelismi tra contraffazione online e offline

LameziaTerme.it
il giornale della tua città

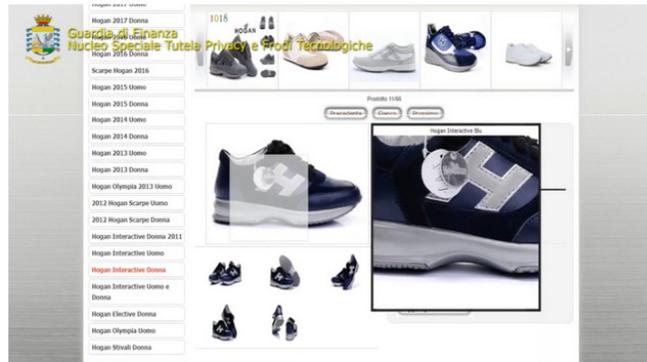
PAOLA RIVA
Via Timavo, 11
Lamezia Terme (CZ)

Home Attualità Calabria Cronaca Politica Sport Eventi&Cultura

Home » Cronaca » Truffe online: sequestrati siti web ed annunci su Facebook, Amazon e Alibaba (Video)

Truffe online: sequestrati siti web ed annunci su Facebook, Amazon e Alibaba (Video)

IN CRONACA ON 21 LUGLIO 2018



Tramite i social sono stati pubblicizzati i prodotti contraffatti e gli accordi per l'acquisto avvenivano mediante contatti privati

Operazione del Nucleo Speciale Tutela Privacy e Frodi Tecnologiche della Guardia di Finanza, unità delle Fiamme Gialle specializzata nelle investigazioni tecnologiche che, all'esito di una specifica attività di monitoraggio della Rete volta al contrasto della contraffazione online, ha sottoposto a sequestro, disposto dal G.I.P. su richiesta della Procura della Repubblica di Roma, n. 156 risorse Web dedite ad attività di vendita di prodotti contraffatti.

R.it | Firenze

Home Cronaca Sport Tempo Libero Foto Ristoranti Annunci Locali Cambia Edizione Video

Cerca nel sito METEO



Ferragamo falsi, giustizia americana riconosce 60 milioni di indennizzo alla maison fiorentina



Inibizione per 60 proprietari di siti che commercializzavano prodotti falsificati



Lo leggo dopo

19 marzo 2018



La maison batte i falsari del web. Destinata a rimanere storica a suo modo la vittoria della maison fiorentina Ferragamo negli Usa, a cui la giustizia ha riconosciuto un indennizzo pari a 60 milioni di dollari, inibitoria nei confronti di 60 proprietari, ignoti, di profili online illeciti e il trasferimento alla Salvatore Ferragamo di circa 150 nomi a dominio che usurpavano il marchio, ospitando siti web attivi nella commercializzazione di prodotti contraffatti. E' quanto ha deciso il tribunale di New York a favore della casa di moda italiana. A rendere nota la decisione la stessa maison che parla di "nuovo importante risultato nella lotta alla contraffazione per il Gruppo Salvatore Ferragamo, impegnato da sempre attivamente a combattere questo devastante fenomeno che danneggia sia i brand del lusso che i consumatori".

BARZANÒ & ZANARDO <https://www.lameziaterme.it/truffe-online-facebook-amazon-alibaba/> https://firenze.repubblica.it/cronaca/2018/03/19/news/ferragamo_falsi_justizia_americana_riconosce_60_milioni_di_indennizzo-191693857/

INTELLECTUAL PROPERTY STRATEGIC CONSULTING

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

Con l'avvento del GDPR (*General Data Protection Regulation*), è stata rafforzata la protezione dei dati personali (maggior controllo sul modo in cui essi sono utilizzati e sulle modalità di esportazione fuori dall'UE).

Questo ha comportato una serie di restrizioni: i dati relativi ai titolari di DN non sono più liberamente visibili. Questo limita la lotta alla contraffazione (per es. non più *reverse whois*).

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

I dati del titolare del DN sono utili (a volte necessari) per procedere alla riassegnazione (UDRP).

E' per questo che si discute di poter derogare questa norma per alcuni soggetti che hanno un interesse legittimo a conoscere detti dati (per es. polizia, titolari di diritti di IP potenzialmente violati etc.).

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

I nomi a dominio rientrano tra i segni distintivi (*ex art. 22 CPI*).

Essi sono “unici”, quindi, è importante nella scelta di un marchio verificare anche subito la possibilità di registrare il corrispondente dominio con le estensioni desiderate.

Non ci sono requisiti particolari per la registrazione (salvo in alcune giurisdizioni o per alcune estensioni).

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

Oltre alle classiche estensioni TLD

.com - .org ...

esistono *country code* TLD

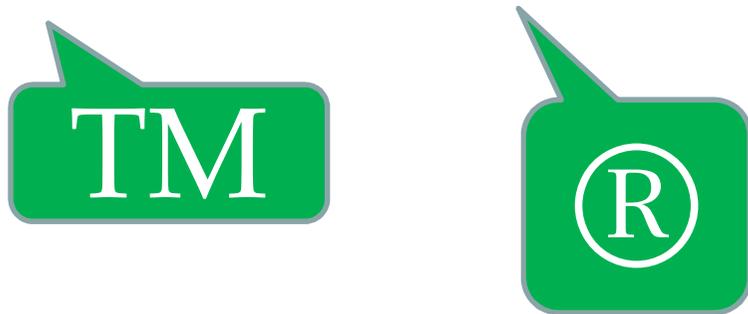
.it - .eu ...

Recentemente inoltre sono stati introdotti i TLD tematici

.clothing - .bike - **.xxx** ...

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

Marchio → sorveglianza marchi



Dominio → sorveglianza domini



Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

Cybersquatting

→ Registrazione di Dn allo scopo di rivenderlo al “legittimo” possibile titolare

Domain Grabbing

→ Registrazione di Dn simili a quelli altrui con lo scopo di rivenderli

Typosquatting

→ Registrazione di Dn simile ad uno altrui ma con errori di battitura

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

Possibile conflitto tra

Dn – Dn

Marchio – Dn

...come si risolve?

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

Presupposti:

- Il DN contestato deve essere identico o confondibilmente simile al marchio di titolarità dell'attore
- La controparte non deve avere diritti sul detto DN
- Il titolare del DN ha registrato e usi in malafede il detto DN

...qualche esempio

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'e-commerce ai flagship store

-Lanordica.it



The screenshot shows a web browser displaying the website www.whitecastle.it/. The browser's address bar and search bar are visible. The website's navigation menu includes: HOME, WHITE CASTLE, FILOSOFIA, PRODOTTI, GLI SPECIALI, PUNTI VENDITA, BLOG, and CONTATTI. The footer contains the following sections:

- DOVE SIAMO**
 - CONTATTI
 - PUNTI VENDITA
 - NEWSLETTER (per essere sempre aggiornato)
- INFO**
 - LAVORA CON NOI
 - TERMINI E CONDIZIONI
 - COOKIE POLICY
 - INFORMATIVA SULLA PRIVACY
- PRODOTTI**
 - IGIENE E BENESSERE
 - IDEE REGALO
 - PROFUMAZIONE CASA
 - LINEA SFUSO
- SHOP ONLINE** (with a shopping bag icon)

©2017 La NORDICA S.A.S. PIVA 00214660128 - Tutti i diritti riservati. Made with ♥ by Never Before Italia.

BARZANÒ & ZANARDO

INTELLECTUAL PROPERTY STRATEGIC CONSULTING

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'e-commerce ai flagship store

-Lanordica.eu



www.lanordica.eu Page 1 of 1
Qualificazione artigiana F234 x 761

sito in aggiornamento

pellet a 4,00€ al sacco da 15 Kg 100% PURO FAGGIO

- Consulenza gratuita*
- Installazione*
- Assistenza nelle 24 ore lavorative*
- Consegna pellets a domicilio*
- Cura nei mirini particolari*

* solo per la provincia di Potenza

Finanziamenti personalizzati
BIPELLE DUCATO

Via Vittorio Emanuele III, 150 - 85010 Cancellara (PZ)
Tel. 0971.942585 Fax 0971.942949

http://www.lanordica.eu/ 12/11/2007

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

Tre possibili scenari:

-Diffida al titolare del Dn

-Azione civile/penale (se sussistono i requisiti)

-UDRP (*Uniform Domain-Name Dispute Resolution*)

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

Diffida al titolare del Dn:

-tentativo di composizione bonaria

-costi limitati

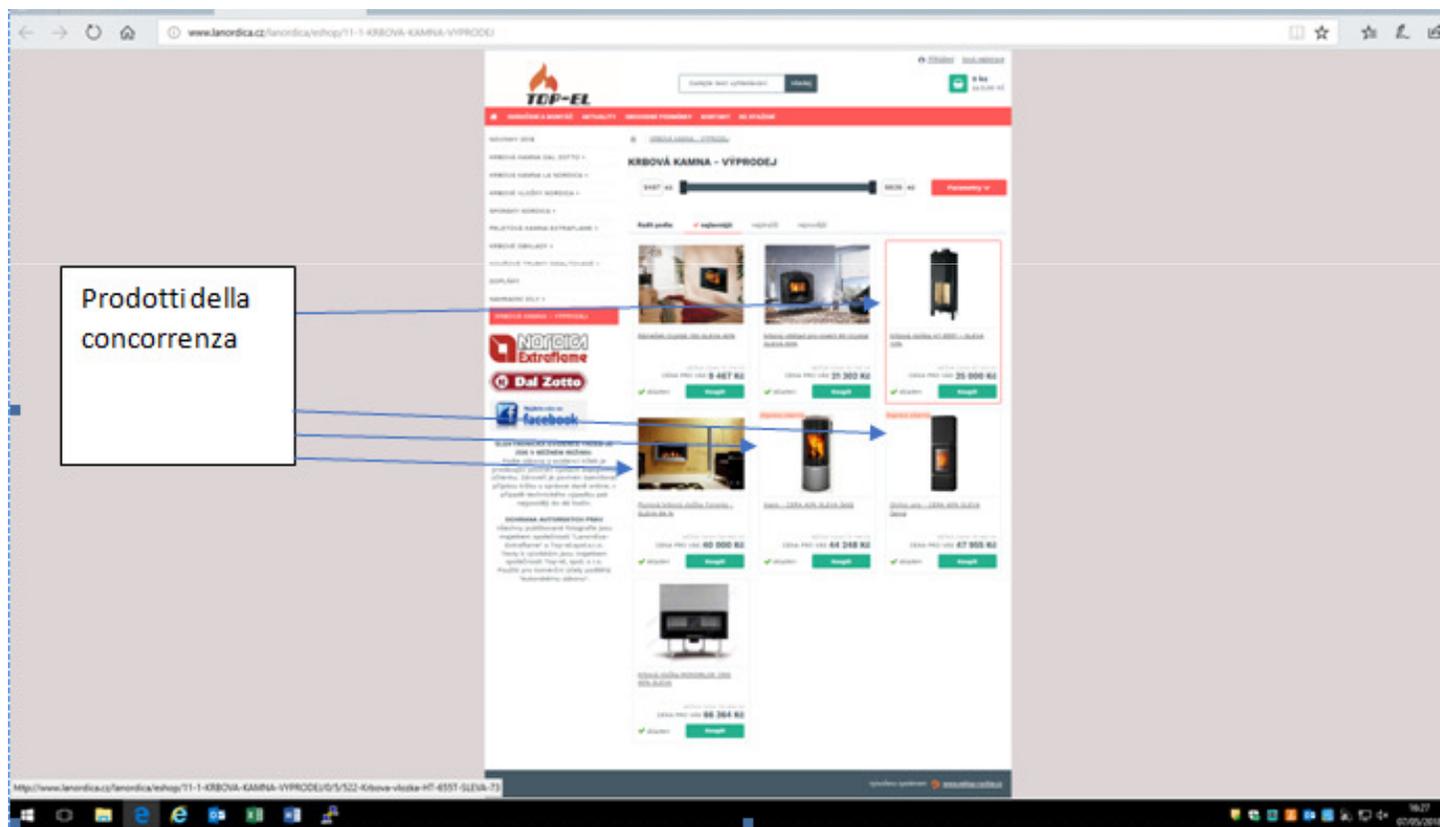
-tempi variabili (in funzione della possibile negoziazione)

-non è strumento coercitivo

... per esempio

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'e-commerce ai flagship store

lanordica.cz



Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

Azione civile/penale (se sussistono i requisiti):

- Richiesta danni
- Condanne accessorie
- Misure coercitive
- Costi e tempi variabili

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'*e-commerce* ai *flagship store*

UDRP (*Uniform Domain-Name Dispute Resolution*):

-Riassegnazione (coattiva) del nome a dominio tramite procedura arbitrale

-Costi contenuti

-Tempi brevi

...per esempio

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'e-commerce ai flagship store

Equilibria.it

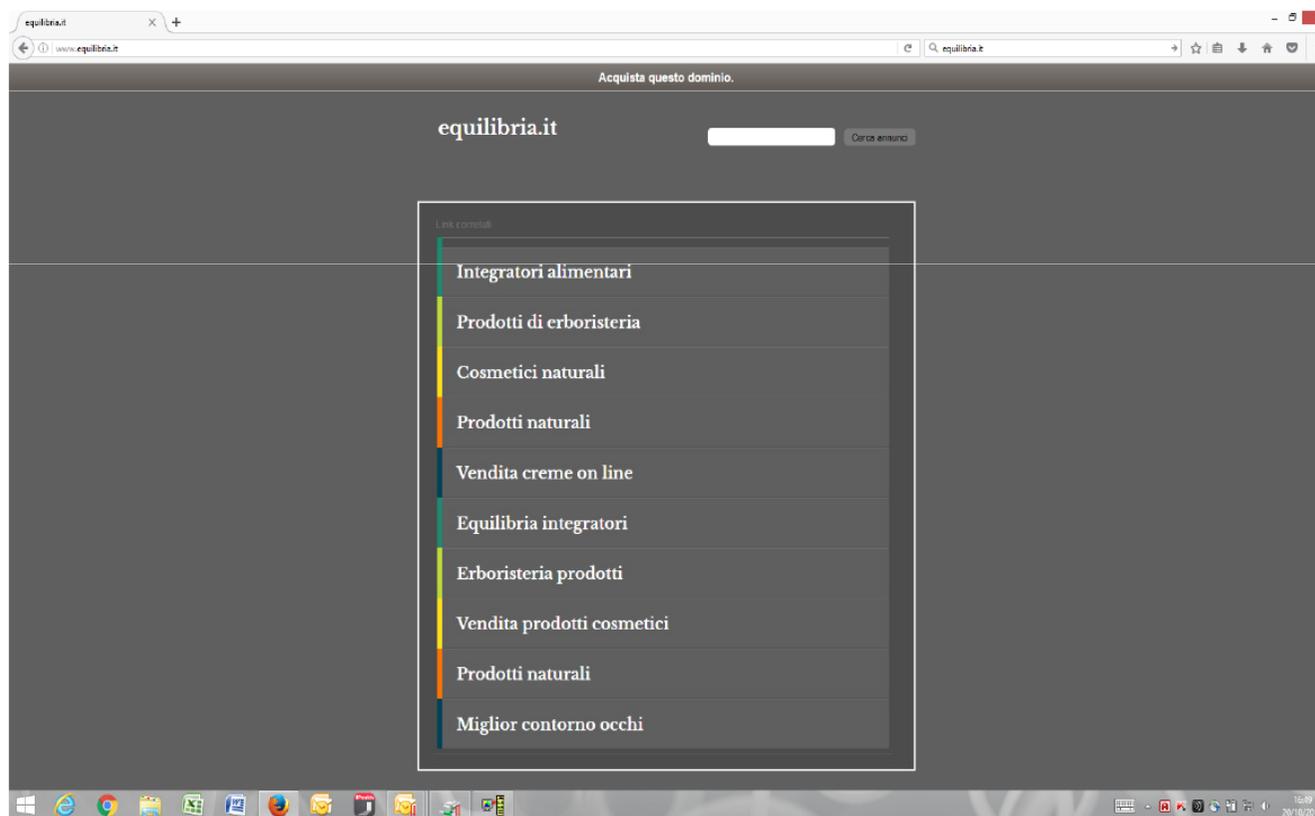


BARZANÒ & ZANARDO

INTELLECTUAL PROPERTY STRATEGIC CONSULTING

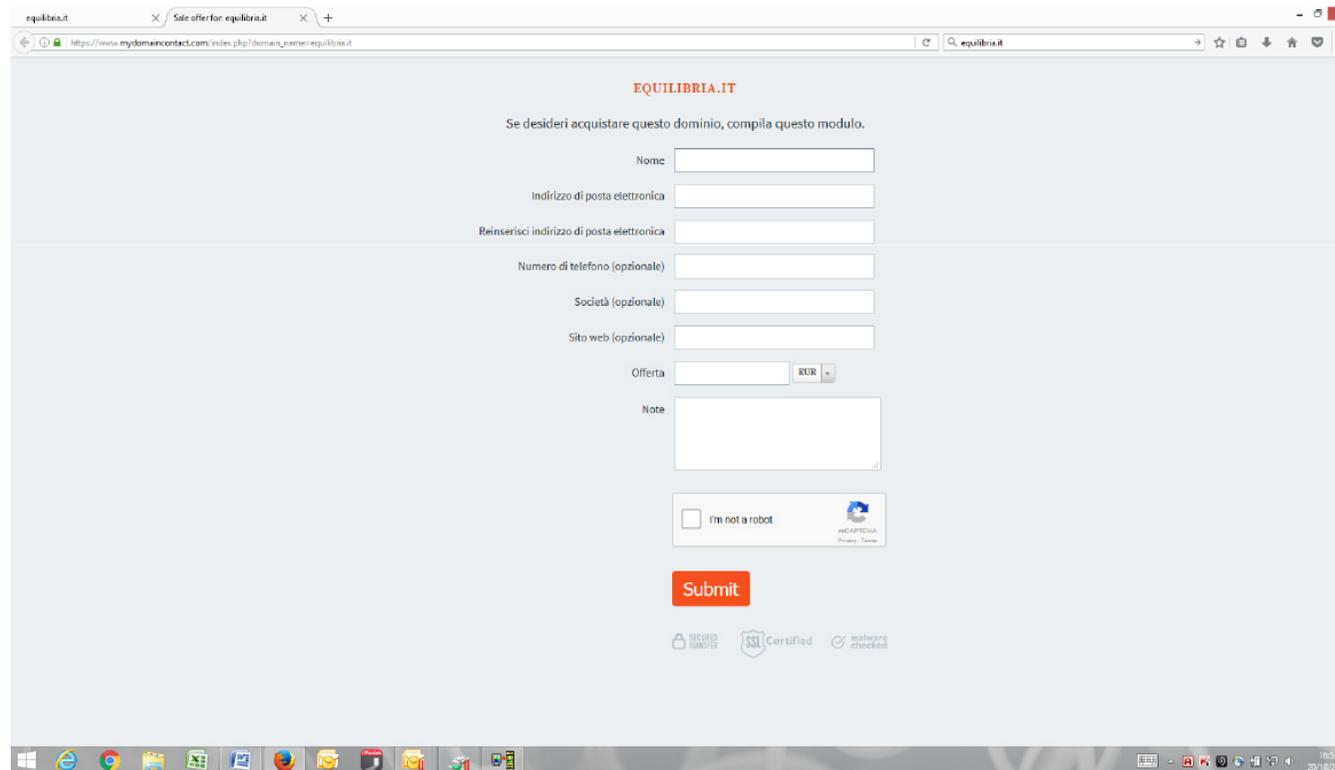
Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'e-commerce ai *flagship store*

Equilibria.it



Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'e-commerce ai flagship store

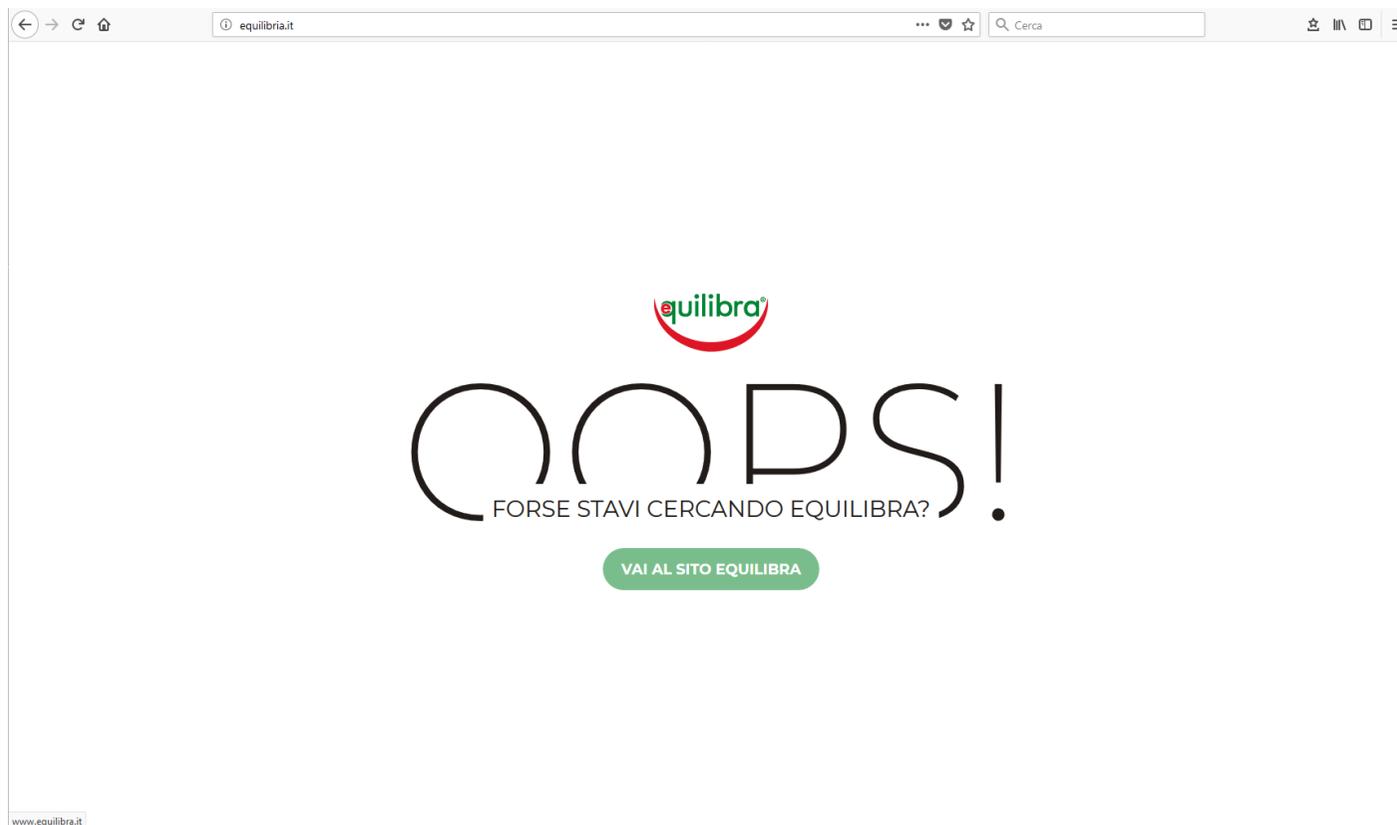
Equilibria.it



The screenshot shows a web browser window with the URL https://www.mydomaincontact.com/index.php?domain_name=equilibria.it. The page title is "EQUILIBRIA.IT". Below the title, the text reads: "Se desideri acquistare questo dominio, compila questo modulo." (If you want to purchase this domain, fill out this form). The form contains several input fields: "Nome" (Name), "Indirizzo di posta elettronica" (Email address), "Reinserisci indirizzo di posta elettronica" (Re-enter email address), "Numero di telefono (opzionale)" (Optional phone number), "Società (opzionale)" (Optional company), and "Sito web (opzionale)" (Optional website). There is also a dropdown menu for "Offerta" (Offer) set to "EUR" and a "Note" (Notes) text area. A reCAPTCHA "I'm not a robot" checkbox is present, along with a "Submit" button. At the bottom of the form, there are security logos for "SECURED HARVEST", "SSL Certified", and "malware checked". The Windows taskbar is visible at the bottom of the browser window.

Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'e-commerce ai *flagship store*

Equilibria.it



Nomi a dominio e nuove realtà di mercato dall'e-commerce ai flagship store

Equilibria.it



BARZANÒ & ZANARDO

INTELLECTUAL PROPERTY STRATEGIC CONSULTING

BARZANÒ & ZANARDO

INTELLECTUAL PROPERTY STRATEGIC CONSULTING

Laura Di Iorio

l.diiorio@barzano-zanardo.com

*A special thanks to
Alessandra Chies*

Ufficio B&Z di VICENZA

Via del Commercio, 56

36100 Vicenza, Italia

Tel. +39 0444 348210

Fax +39 0444 348147

b-zvicenza@barzano-zanardo.com

Roma • Milano • Torino • Vicenza • Biella • Rimini • Pordenone

barzano-zanardo.com