

PREVENZIONE E CONTRASTO DELLA CONTRAFFAZIONE *ONLINE*: AZIONI E *TOOLS* DEI PRINCIPALI INTERMEDIARI DEL *WEB*

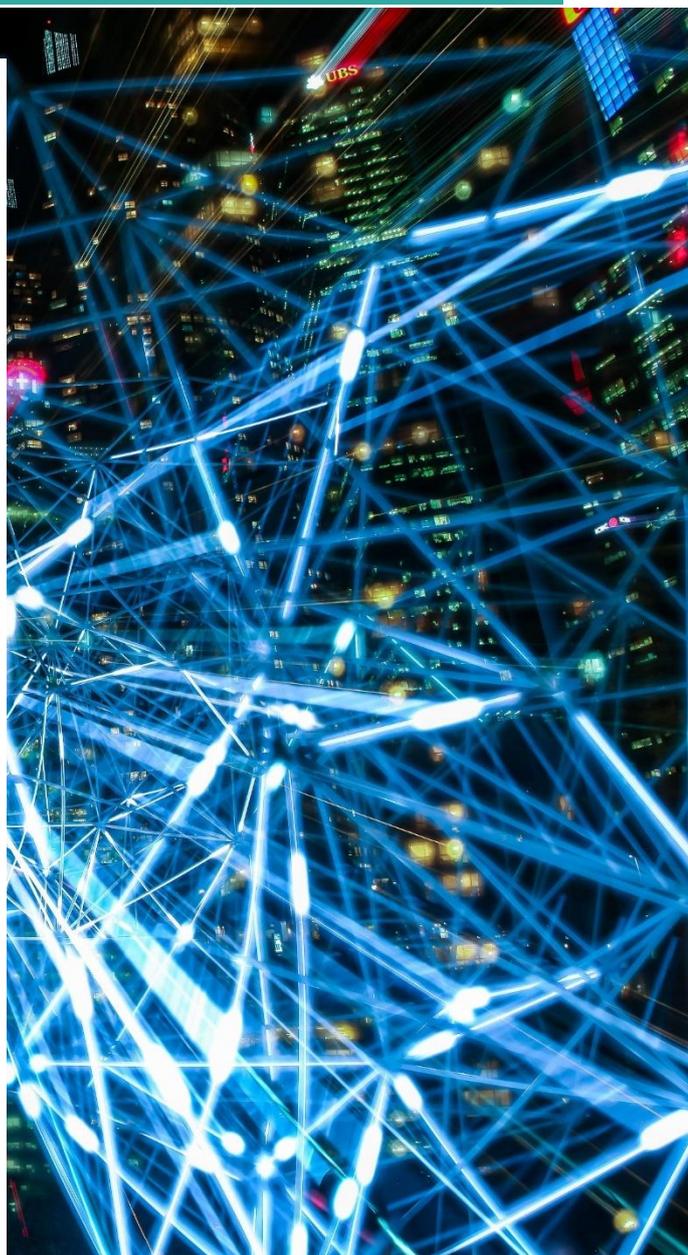
SETTEMBRE 2022

Ministero dello Sviluppo Economico
Direzione Generale per la Tutela della Proprietà
Industriale
Ufficio Italiano Brevetti e Marchi



Ministero dello
sviluppo economico

UIBM



Indice

Introduzione.....p.3

Finalità del documento.....p. 6

Azioni e tools dei principali intermediari del web.....p. 8

- **Alibaba.....p. 9**
- **Amazon.....p. 13**
- **E-Bay.....p. 16**
- **Google.....p. 18**
- **Meta.....p. 19**
- **TikTok.....p. 21**
- **Yoox.....p. 23**

INTRODUZIONE

I **numeri della contraffazione** sono ormai noti. I recenti studi realizzati da OCSE e EUIPO confermano che nonostante l'impegno delle parti interessate pubbliche e private per invertire il trend, la contraffazione continua a prosperare. Per quanto riguarda il **territorio italiano**, le **importazioni** di merci contraffatte ammontano ad una cifra che raggiunge quasi **9 miliardi di euro**: oltre il **2%** delle importazioni italiane è costituito da beni falsi. Un altro dato interessante quanto preoccupante è quello relativo al commercio globale dei prodotti in violazione di marchi registrati italiani, che ha raggiunto la cifra di **oltre 24 miliardi di euro**, pari al **3%** delle vendite totali della produzione italiana nei settori colpiti. L'Italia è ancora tra gli Stati i cui marchi sono tra i più violati nel commercio internazionale¹.

Gli studi hanno inoltre evidenziato la crescita dell'abuso dei **canali online** e un aumento considerevole di **nuovi marketplace e piattaforme**, talvolta nate per sfruttare anche le opportunità generate dalla pandemia. Basti pensare che, tra il 2018 e il 2020, le **vendite retail online** sono **creciute del 41%**, a fronte di un aumento inferiore all'1% nel totale delle vendite retail². Con il balzo dell'e-commerce, è aumentata anche la **contraffazione sui canali online**, come attestano gli esiti dell'attività di contrasto nell'Unione europea: il **34%** dei sequestri ha riguardato le calzature, il **17%** l'abbigliamento, **10%** profumi e cosmetici, **9%** articoli in pelle, **7%** dispositivi elettronici, **6%** giocattoli, **5%** orologi³.

Il **27%** dei giovani In Italia (rispetto al 37% nell'UE) ha acquistato intenzionalmente un prodotto contraffatto e il **24%** (rispetto al 21% nell'UE) ha effettuato l'accesso a contenuti piratati in modo consapevole. È quanto emerge dalla recente indagine⁴ effettuata dall'Osservatorio EUIPO su circa 22 mila giovani di età compresa tra i 15 e i 24 anni nei 27 Stati membri dell'UE, tra il 7 e il 28 febbraio 2022, lanciata in occasione della Giornata Mondiale della Lotta alla Contraffazione l'8 giugno 2022. Più della metà (**52%**) degli europei intervistati ha riferito di aver **acquistato almeno un prodotto contraffatto online** nell'ultimo anno, intenzionalmente o accidentalmente, e un terzo (**33%**) ha riferito di aver effettuato l'accesso a **contenuti digitali da fonti illegali**.

Sebbene il **trasporto marittimo** in container continui ad essere il principale mezzo di spedizione di merci contraffatte, il commercio elettronico favorisce la modalità di consegna di

¹ OCSE-MISE, *Il commercio di beni contraffatti e l'economia italiana, 2021*

² OECD-EUIPO, *Illicit Trade Misuse of E-Commerce for Trade in Counterfeits, 2021*

³ *Ut supra.*

⁴ EUIPO, *Intellectual Property and Youth Scoreboard 2022, 2022*

prodotti tramite **pacchi di piccole dimensioni**, che rendono più oneroso e complesso individuare e intercettare le merci contraffatte. I dati dimostrano che il **91%** dei sequestri di prodotti contraffatti legati all'e-commerce riguardano merce inviata, in piccole quantità, attraverso il **sistema postale**: tale modus operandi rende ancora meno tracciabile e camaleontico il traffico⁵.

La **pandemia** ha dato ulteriore spinta alla contraffazione online: con il boom dell'e-commerce e la proliferazione di nuovi marketplace e piattaforme, i contraffattori possono più agevolmente usufruire della rete internet e delle nuove tecnologie per pubblicizzare, vendere e distribuire i loro prodotti, talvolta servendosi degli strumenti messi a disposizione dalle **piattaforme, vittime** anch'esse di un uso illecito del proprio servizio.

Inoltre, il **carattere transnazionale** della contraffazione in generale, e di quella online in particolare, rende ancora più ardue le azioni di contrasto. È pertanto fondamentale la **cooperazione** tra **piattaforme, titolari dei diritti di Proprietà Industriale (DPI), consumatori e istituzioni**.

Riconoscendo il ruolo fondamentale della valorizzazione e tutela dei diritti di Proprietà Industriale per l'innovazione e la crescita economica del paese e in linea con il *Piano d'azione sulla proprietà intellettuale per sostenere la ripresa e la resilienza* dell'UE, il MISE ha adottato le **Linee di intervento strategiche sulla proprietà industriale per il triennio 2021 – 2023** (DM 23 giugno 2021) che rappresentano il primo provvedimento di natura programmatica di attuazione in Italia del PNRR, che annovera la “riforma del sistema della proprietà industriale” all'interno della missione 1, componente 2 “Digitalizzazione, innovazione e competitività del sistema produttivo” e che ha destinato ad un pacchetto di azioni un finanziamento straordinario di 30 milioni di euro.

Nella consapevolezza degli ingenti rischi causati dalla crescente diffusione della contraffazione online a danno di imprese, titolari dei diritti di PI e consumatori, il Consiglio Nazionale per la lotta alla contraffazione e all'Italian Sounding (**CNALCIS**), insediato il 27 ottobre 2021 e presieduto dal Ministro dello Sviluppo Economico On. Giancarlo Giorgetti, ha condiviso e approvato un' **Agenda di interventi e settori prioritari** per il biennio 2021-2023, in cui è stato identificato, anche per la particolare rilevanza ed attualità in relazione alle sfide e alle

⁵ OECD-EUIPO, *Illicit Trade Misuse of E-Commerce for Trade in Counterfeits*, 2021

minacce acuitesi durante la fase emergenziale legata al Covid, il “**Commercio online**” tra i settori su cui intervenire prioritariamente.

Nello specifico, il Consiglio per tale settore ha condiviso di:

- supportare la rapida attuazione del Regolamento europeo sul mercato unico per i servizi digitali “Digital Services Act”, con l’implementazione di nuove e più stringenti regole per contrastare i “contenuti illegali” nel web, tra cui quelli relativi ai prodotti contraffatti;
- prevedere e potenziare i Piani Operativi delle Forze dell’Ordine con specifiche azioni di contrasto;
- promuovere il dialogo con le piattaforme online, sia Business to Business (B2B) che Business to Consumer (B2C), anche incoraggiando la stipula di accordi volti a bloccare la commercializzazione di prodotti falsi tramite la rete e promuovendo iniziative proattive degli operatori del web.

Tale ultimo obiettivo è stato ulteriormente confermato nell’ambito dei **Gruppi operativi di lavoro** (GdL) a partecipazione ristretta – **Prevenzione, Repressione e Legislativo** – nei quali è stata ribadita l’utilità di un **confronto con gli intermediari del web** per valutare possibili misure o eventuali ulteriori azioni di prevenzione e contrasto alla contraffazione online da mettere in campo, favorire la cooperazione e la condivisione delle informazioni e incrementare l’efficacia degli interventi.

Il **25 febbraio 2022**, i componenti dei GdL hanno audito i rappresentanti dei principali intermediari del web: piattaforme di e-commerce, social network e motori di ricerca.

Altri che non hanno preso parte all’audizione sono stati invitati a rispondere ad una serie di domande che consentissero di avere un riscontro puntuale sulla percezione reale del fenomeno da parte dei marketplace e le contromisure pianificate o già messe in atto per contrastare o quanto meno contenerlo.

Pur consapevoli della disponibilità e dei notevoli passi avanti fatti nella lotta al fenomeno da ciascuno degli intermediari del web che hanno preso parte all’iniziativa di confronto, è emerso che la complessità e la inarrestabile mutevolezza delle tecniche contraffattive esigono azioni proattive ancora più efficaci che certamente non si prestano a standardizzazione.

Tuttavia, la messa in comune, quanto meno di *best practices*, può indubbiamente costituire un allineamento sui sistemi di contrasto evitando così la “migrazione” di prodotti contraffatti da una piattaforma ad un’altra per effetto di rilevazione di misure disomogenee e come tali differientemente aggredibili dal fenomeno.

FINALITÀ DEL DOCUMENTO

Obiettivo del presente **documento** è illustrare le **azioni** e i **tools** che i principali intermediari del web adottano nelle prassi quotidiane di contrasto e prevenzione della contraffazione online, al fine di individuare - al di là degli obblighi giuridici e degli standard minimi uniformi a livello Europeo, oggetto di valutazione nelle opportune sedi - **sinergie** e **nuovi elementi** volti da un lato a offrire **maggior tutela** ai **titolari dei diritti** e ai **consumatori**, **prevenendo** per quanto possibile **comportamenti illeciti**, **rafforzando** e sistematizzando i **flussi informativi** da e verso le piattaforme ed **ampliandone**, ove possibile, i **contenuti** e i **destinatari**; d'altro lato a **favorire l'iter repressivo**, anche ai fini di investigazioni o di analisi dei profili di rischio.

In particolare, dal punto di vista operativo, potrebbero essere **rafforzati** gli **strumenti di monitoraggio** dei contenuti contraffatti che le piattaforme potrebbero utilizzare volontariamente garantendo che siano rispettati i principi della trasparenza (nell'utilizzo di algoritmi e sistemi automatizzati) e della tracciabilità degli operatori commerciali che utilizzano le piattaforme per vendere i propri prodotti (principio del Know Your Business Customer, KYBC⁶), al fine di **facilitare l'individuazione** dei **contenuti illeciti** e **colpire** la **reiterazione** della vendita di falsi, anche attraverso una più strutturata cooperazione e condivisione delle informazioni. Da tempo, e da più parti, si propone inoltre l'**introduzione del meccanismo** cosiddetto di **stay down**, che rilevi cioè contenuti identici o equivalenti ad altri già precedentemente riconosciuti come illeciti e ne preveda l'automatica eliminazione; parimenti viene richiamata l'attenzione, sulle piattaforme social, verso gli annunci sponsorizzati di prodotti contraffatti (*ads*).

Al fine di rendere il contrasto più effettivo su ogni fronte, inoltre, si potrebbe prevedere la possibilità di esperire eventuali **azioni legali congiunte** tra titolari dei diritti e piattaforme, così come di informare i consumatori che hanno acquistato beni illegali inconsapevolmente, una volta accertata la natura contraffatta dei prodotti.

Da ultimo è senz'altro da considerare l'importanza, ai fini preventivi, di un'azione di **informazione e sensibilizzazione** sulla contraffazione online, rivolta in particolare ai consumatori⁷ e alle PMI, al fine di innalzare il livello di consapevolezza delle imprese e dei titolari dei diritti sulle modalità già operative di tutela online.

⁶ Espressione con cui si indica un processo di riconoscimento utilizzato dalle aziende per verificare l'identità dei propri clienti e valutare potenziali rischi o intenzioni illegali nel rapporto con il cliente.

⁷ In tale prospettiva è opportuno che le piattaforme prestino grandissima attenzione agli utenti più giovani, soggetti deboli sempre più utilizzatori dei loro servizi.

Un **Memorandum of Understanding** (MOU) o un **protocollo di intesa** potrebbe rappresentare la più ambita cornice per mettere a sistema l'impegno di tutti gli stakeholders (piattaforme, circuiti di pagamento, istituzioni e titolari di diritti) e delineare i settori che necessitano di un approfondimento comune sugli strumenti di contrasto alla contraffazione online.

AZIONI E TOOLS DEI PRINCIPALI INTERMEDIARI DEL WEB

Sulla base dell'incontro svoltosi il 25 febbraio 2022 e delle informazioni reperibili online sulle pagine delle varie piattaforme, la presente sezione del documento presenta in maniera sintetica le principali azioni e i relativi strumenti adottati sul web per prevenire e contrastare il fenomeno della contraffazione online.

In generale, si rileva che le piattaforme prevedono una policy per la tutela della proprietà intellettuale e mettono a disposizione dei titolari dei diritti alcuni strumenti gratuiti e facilmente attivabili per segnalare le inserzioni di prodotti sospetti di contraffazione e chiederne l'immediata rimozione (procedura c.d. di *notice and take down*).

Tali strumenti, come riportato nella sezione dedicata del sito web di EUIPO "[Protecting your IP rights on e-commerce marketplaces](#)", sono classificati in tre gruppi principali:

1. **Sistemi di notifica:** strumenti che consentono di effettuare segnalazioni tramite moduli, web o scaricabili, nei quali è necessario inserire informazioni sull'azienda, sui diritti di proprietà intellettuale posseduti e sulle presunte violazioni online;
2. **Programmi di protezione della Proprietà Industriale (PI):** strumenti che forniscono un processo semplificato per notificare annunci di presunta violazione dei DPI, mettendo a disposizione dei titolari dei diritti una dashboard per tenere traccia delle notifiche e del loro stato di lavorazione. Nei programmi, promossi da un numero limitato di marketplace per rafforzare la cooperazione con i proprietari di diritti di PI, possono essere incluse alcune funzionalità che facilitano la ricerca di elenchi di presunte violazioni online;
3. **Contact point:** strumenti di assistenza diretta sulle presunte violazioni online di DPI messi a disposizione da alcune piattaforme.



Il sofisticato sistema di protezione dei DPI di Alibaba è il risultato di quasi due decenni di esperienza e si fonda su un sistema con quattro principi chiave.

I quattro pilastri della protezione dei DPI di Alibaba

- A. Segnalazione e rimozione avanzata:** ricezione e trattamento delle richieste di rimozione provenienti dai titolari dei diritti (si veda: <https://ipp.alibabagroup.com/> e la schermata sotto);
- B. Misure proattive:** identificazione proattiva e rimozione di sospetti beni contraffatti e di altre inserzioni potenzialmente problematiche tramite un sistema tecnologicamente avanzato e senza alcuna necessità di intervento dei titolari dei diritti;
- C. Iniziative offline:** utilizzo dell'analisi dei dati per la lotta offline contro i contraffattori allo scopo di eliminare la contraffazione alla radice;
- D. Collaborazione con le parti interessate:** maggiore coinvolgimento delle parti interessate esterne.

A. Procedura di segnalazione e rimozione avanzata

I titolari dei diritti possono chiedere di eliminare le inserzioni illecite utilizzando le procedure di segnalazione e rimozione. I titolari dei diritti o i loro rappresentanti autorizzati possono avviare la procedura inviando tramite la **piattaforma IPP** di Alibaba le proprie richieste di rimozione basate sulla constatazione di violazioni di marchi, diritti d'autore, diritti di disegno e diritti di brevetto (vedere la schermata sotto), oppure utilizzando l'apposito modulo online. Nel corso del 2021, il 98% delle segnalazioni ricevuta sulla piattaforma IPP è stato gestito entro 24 ore durante i giorni lavorativi.



B. Uso di tecnologie all'avanguardia per misure proattive

Oltre a rispondere alle richieste di rimozione dei titolari dei diritti, Alibaba utilizza da tempo tecnologie all'avanguardia per esaminare **proattivamente** eventuali inserzioni problematiche. Le misure proattive consistono in un'attività di **rimozione delle inserzioni** senza alcuna necessità di intervento da parte dei titolari dei diritti e restano uno dei meccanismi più efficaci di applicazione dei diritti. Alibaba sfrutta **tecnologie affidabili**, come la verifica avanzata in tempo reale dei venditori, **algoritmi sofisticati** per l'individuazione dei rischi e capacità di calcolo all'avanguardia per identificare gli utenti ad alto rischio, per salvaguardare il buon funzionamento delle piattaforme e contribuire a scoraggiare i venditori non graditi dal fare ritorno.

Alibaba continua a sviluppare anno dopo anno queste tecnologie di punta per identificare proattivamente e rimuovere le inserzioni potenzialmente problematiche; ogni anno il numero di inserzioni rimosse proattivamente da Alibaba è superiore al numero di inserzioni rimosse in seguito alle richieste dei titolari dei diritti. Le sofisticate tecnologie di Alibaba intercettano e rimuovono efficacemente le inserzioni potenzialmente illecite dai propri siti di e-commerce. Alibaba affina continuamente le sue tecnologie e la capacità di gestione dei dati per contribuire a garantire l'accuratezza e la legittimità delle informazioni relative ai prodotti presenti sulle proprie piattaforme. Un dato importante è che il 93% delle rimozioni proattive effettuate nel 2021 sono avvenute prima del verificarsi di qualsiasi vendita, proteggendo sia i consumatori sia i titolari dei marchi.

C. Iniziative offline per la lotta alla contraffazione

Considerato che le vendite online di prodotti contraffatti sono un riflesso delle attività di contraffazione offline, Alibaba integra il controllo delle sue piattaforme online con l'esecuzione di **indagini offline**. Il team di Alibaba, dedicato alle indagini offline, utilizza **strumenti altamente tecnologici** per individuare potenziali attività illecite e supporta i titolari dei marchi e le forze dell'ordine nell'identificazione e nell'indagine delle strutture di produzione e di distribuzione di merci contraffatte per le relative azioni penali.

Nel 2021, Alibaba ha collaborato con le autorità giudiziarie, aiutando nell'analisi di indizi in 2.685 casi. Con il proprio supporto, Alibaba ha contribuito all'arresto di 1.968 sospetti criminali. Il valore totale di questi sforzi è stimato a 3.8B RMB (oltre 600M USD).

A livello nazionale, europeo ed internazionale, Alibaba **collabora con le forze dell'ordine** fornendo la formazione sull'applicazione dei DPI e scambiando informazioni e condividendo le migliori pratiche nell'applicazione dei DPI. Alibaba collabora regolarmente con le forze

dell'ordine in tutta Europa, tra cui Guardia Civil, Policia Nacional, Guardia di Finanza, dogane italiane, dogane francesi e Gendarmeria francese. La forte partnership di Alibaba con le forze dell'ordine a livello internazionale include anche il supporto per Europol e Interpol

D. Maggiore coinvolgimento delle parti interessate

Alibaba collabora attivamente con i titolari dei diritti, le associazioni industriali, le autorità governative, il mondo accademico e i leader del settore industriale per creare una comunità inclusiva e globale per la protezione dei DPI. Il risultato di questa collaborazione evoluta è la creazione ed il sostegno, da parte di Alibaba, a numerose iniziative all'avanguardia e programmi di buone pratiche, tra cui la **Alleanza anticontraffazione** di Alibaba: <https://aaca.alibabagroup.heyneo.net/>. L'AACA nasce dalla collaborazione tra Alibaba e vari titolari di marchi ed è la prima alleanza al mondo tra una grande piattaforma di e-commerce e i titolari dei diritti.

Dalla sua fondazione nel 2017, l'AACA è cresciuta da 30 a 207 membri nel 2021. Attraverso la collaborazione dell'AACA, vengono protetti oltre 1.000 marchi di 21 Paesi. Attualmente aderiscono società, che fanno parte di 14 gruppi di lavoro (IWG), tra questi, marchi universalmente noti quali Luxottica, Salvatore Ferragamo e Valentino. L'elenco completo dei membri dell'AACA può essere consultato alla pagina: <https://aaca.alibabagroup.heyneo.net/membership>.

Nel settembre 2020, Alibaba ha formalmente lanciato un **comitato consultivo di PMI** (SAC, SME Advisory Committee) per assicurare che gli interessi delle piccole e medie imprese vengano rappresentati e considerati all'interno dell'AACA. Secondo Alibaba, si tratta del primo comitato consultivo di PMI istituito da una piattaforma di e-commerce. Il SAC ha permesso ad Alibaba di raccogliere le preoccupazioni ed i suggerimenti delle PMI in materia di protezione della proprietà intellettuale e di introdurre nuove iniziative pensate per proteggere specificatamente gli interessi delle PMI.

Gli IWG ed il SAC si sono evoluti fino a diventare importanti **forum del mondo industriale** per l'esame delle nuove tendenze nelle pratiche di repressione online, nelle indagini offline, nelle strategie e tattiche di risoluzione delle controversie e negli sforzi di protezione dei DPI. I membri dell'AACA partecipano all'AACA per proporre iniziative non solo per conto delle singole aziende che rappresentano, ma anche a beneficio dei settori industriali di cui fanno parte. Gli sforzi sostenuti hanno accreditato Alibaba quale leader globale nella protezione dei DPI. Continuerà a dare un contributo significativo alla protezione dei DPI ed alla collaborazione con le parti interessate a livello globale.

Alibaba collabora attivamente anche con le associazioni industriali europee che si battono per la protezione dei diritti di proprietà intellettuale dei propri membri. In Italia, ad esempio, Alibaba collabora attivamente con l'Istituto di Centromarca per la Lotta Alla Contraffazione ("INDICAM") e Confindustria Moda. Allo stesso modo, Alibaba sostiene le PMI in Cina ed il 13 ottobre 2022, a Pechino, Alibaba parlerà con la Camera di Commercio Cina-Italia per aiutare ad educare le PMI italiane sulle loro strategie DPI in Cina. L'evento sarà moderato dall'Addetto dell'Ambasciata d'Italia in Cina.

Dal 2016, Alibaba ha sottoscritto un **Memorandum of Understanding ("MoU") con il Ministero dell'Agricoltura italiano, Ispettorato centrale per la repressione delle frodi ("ICQRF")**. La collaborazione di Alibaba con l'ICQRF si concentra sulla tutela delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche. Attualmente sono 42 le denominazioni di origine protette dal MoU, tra queste alcune delle più iconiche e di valore come la Mozzarella di Bufala Campana, l'Aceto Balsamico di Modena, Olio Extravergine di Oliva Toscano, Prosecco e Chianti Classico.



AMAZON

La **strategia anticontraffazione** di Amazon si basa su tre pilastri:

1. **Controlli proattivi:** grazie alla combinazione di tecnologie di apprendimento automatico e competenze del team dedicato, Amazon lavora per prevenire la vendita di prodotti contraffatti e contrastare i tentativi di aggirare i controlli in atto;
2. **Strumenti per i marchi:** grazie alla cooperazione con i titolari di DPI, Amazon ha perfezionato alcuni strumenti come il Brand Registry, il Transparency e il Project Zero, che sono stati sviluppati a partire dalla tecnologia avanzata della piattaforma e dalla conoscenza dei prodotti da parte dei titolari dei marchi;
3. **Denuncia dei contraffattori:** nel 2020 Amazon ha istituito l'Unità per i crimini di contraffazione (Counterfeit Crime Unit) per raccogliere prove e segnalare casi di presunte contraffazioni alle Forze dell'Ordine, intraprendere indagini indipendenti o congiunte con i titolari dei marchi e perseguire cause civili.

Gli strumenti di tutela della PI di Amazon

Oltre alla possibilità di compilare un **modulo online**, anche in italiano, per segnalare le violazioni, sono tre i principali strumenti che Amazon mette a disposizione dei titolari di DPI o dei loro rappresentanti autorizzati per effettuare segnalazioni di presunte violazioni online:

1. Il **Brand Registry**, un servizio gratuito che fornisce ai titolari di un marchio l'accesso a una serie di strumenti di supporto nella gestione e protezione dei propri DPI controllando testi, immagini e contenuti delle pagine di dettaglio dei propri prodotti. Iscrivendosi al **Brand Registry**, i titolari di DPI possono utilizzare uno strumento che permette di effettuare una ricerca per immagini, parole chiave o numeri di identificazione standard di Amazon (ASIN), per individuare più facilmente le inserzioni di presunti prodotti contraffatti, segnalandole e chiedendone la rimozione. Nel 2021 il servizio Brand Registry è cresciuto fino a comprendere oltre 700.000 marchi attivi, con un aumento del 40% rispetto al 2020;
2. **Project Zero**, cui sono iscritti oltre 20 mila brand, combinando la tecnologia di Amazon con la conoscenza che i titolari di DPI hanno dei propri prodotti e delle modalità di individuazione delle possibili contraffazioni, si articola in tre strumenti:
 - o **Protezioni automatiche:** attivate da Amazon grazie all'apprendimento automatico, consentono di bloccare in maniera proattiva le offerte sospette di prodotti contraffatti prima della pubblicazione;

- **Rimozione diretta delle offerte dal negozio:** tramite la rimozione da parte dei titolari di DPI, sono aggiornate le protezioni automatiche che consentono la più facile individuazione futura delle potenziali offerte contraffatte;
- **Serializzazione dei prodotti:** abilitata tramite un codice univoco che i titolari di DPI applicano sul prodotto o sul packaging, il servizio è opzionale.

3. **Transparency:** un servizio di **serializzazione** che impedisce ai **prodotti** contraffatti di raggiungere i clienti di tutto il mondo. I titolari di DPI applicano su ogni singola unità del prodotto selezionato un codice univoco, che può essere scansionato per verificare l'autenticità dell'unità lungo tutta la catena di distribuzione. Più di 23.000 marchi hanno usato a livello globale Transparency, che nel 2021 ha consentito di proteggere oltre 750 milioni di unità di prodotto.

Oltre a questi strumenti, nel 2020 Amazon ha lanciato il programma **IP Accelerator**, progettato specificamente per le PMI per rendere più semplice e conveniente proteggere l'unicità dei prodotti e la PI. Lo strumento mette in contatto gli imprenditori con una rete selezionata di studi legali specializzati in PI che li supportano, con tariffe fisse e competitive, nel deposito della registrazione di un marchio. Quando gli imprenditori si avvalgono di questi studi legali per depositare la domanda di registrazione di un marchio, Amazon fornisce loro accesso immediato al Brand Registry e ai suoi strumenti di protezione dei marchi.

Sempre nel 2020, Amazon ha istituito l'**Unità contro i crimini di contraffazione** potenziando il proprio impegno nei contenziosi e la collaborazione con le forze dell'ordine di tutto il mondo. Si tratta di un team globale dedicato ad assicurare alla giustizia i malintenzionati raccogliendo prove, intraprendendo indagini indipendenti o congiunte con i marchi e intentando cause civili ove opportuno. Grazie a una stretta collaborazione, l'Unità contro i crimini di contraffazione ha intentato molte cause congiunte con i marchi. Nel 2021, Amazon ha intentato cause civili nei confronti di oltre 170 contraffattori nei tribunali degli Stati Uniti, e ha citato in giudizio o deferito oltre 600 truffatori negli Stati Uniti, nel Regno Unito, nell'UE e in Cina

Nel 2021 Amazon ha sottoscritto un **MoU con Mipaaf-Icqrif** che formalizza una collaborazione già in essere da tempo. Il MoU ha consentito l'avvio di una serie di sessioni formative con il Mipaaf-Icqrif e l'affinamento degli strumenti di notifica di presunte violazioni, oltre a dare ulteriore impulso alla collaborazione nel contrasto della contraffazione nel settore agroalimentare e sul fenomeno dell'Italian Sounding.

Al fine di migliorare i **controlli proattivi**, la piattaforma ha, inoltre, ideato **strumenti innovativi per verificare l'identità** dei potenziali venditori utilizzando una combinazione di tecnologia di apprendimento automatico e di revisione da parte di persone esperte. I potenziali

partner di vendita sono tenuti a fornire un documento d'identità con foto rilasciato dallo Stato e dati sulla loro identità, posizione, informazioni fiscali, conto bancario, carta di credito e altro.



eBAY

Sin dalla sua nascita nel 1995, eBay si impegna a **garantire** la **sicurezza** dei propri utenti e a **proteggere l'integrità dei prodotti** venduti sulla propria piattaforma. La strategia e le attività di eBay per la lotta alla contraffazione hanno come fondamento l'**Accordo per gli utenti** e le diverse policy ad esso associate. Prima di utilizzare i servizi di eBay, ogni utente deve leggere e accettare l'Accordo, che richiede esplicitamente che gli utenti si astengano dal violare le leggi in vigore, i diritti di terzi, e le politiche di eBay. Tali **politiche** costituiscono parte integrante dell'Accordo e sono ugualmente **vincolanti** per gli utenti eBay. In questo modo, eBay acquisisce la facoltà di imporre **sanzioni contrattuali** (ad esempio bloccare o rimuovere le inserzioni, limitare o sospendere account, ecc.) nei casi in cui ritenga che gli utenti abbiano compiuto delle violazioni, e può perseguire in maniera più efficace gli obiettivi di **proteggere** i propri **utenti** e **fornire indicazioni** chiare ai **venditori** su ciò che può o non può essere venduto sulla propria piattaforma, e a quali condizioni.

Nel contrasto al fenomeno della contraffazione eBay **coinvolge attivamente** anche la **community** di utenti presenti sulla piattaforma, offrendo loro la possibilità di **inviare segnalazioni** circa potenziali violazioni delle norme e policy tramite un'apposita sezione presente in ogni inserzione.

In aggiunta, eBay si affida all'utilizzo di **innovative tecnologie**, al fine di riuscire a **bloccare** in modo **proattivo** casi di sospette contraffazioni e **rimuovere** eventuali **inserzioni** o **prodotti** sulla piattaforma a seguito di verifiche da parte di personale dedicato.

In affiancamento a questi strumenti è presente, infatti, il **Global Asset Protection Team** che compie investigazioni sulla piattaforma per individuare abusi e possibili casi di violazioni nelle inserzioni e proattivamente informa le autorità competenti. A questo proposito, eBay gestisce anche un portale specifico rivolto alle forze dell'ordine per facilitare l'invio di richieste e segnalazioni alla piattaforma eBay in modo rapido e sicuro.

Fulcro del sistema messo in piedi da eBay al fine di garantire la sicurezza e l'affidabilità del proprio marketplace, è il **Verified Rights Owner (VeRO)**. Si tratta di un **programma** adottato a partire dal 1998, per consentire ai **titolari** di **diritti di proprietà intellettuale** di inviare **segnalazioni**, in maniera semplice e veloce, circa le inserzioni o i prodotti presenti sulla piattaforma che violano i loro diritti, chiedendone la rimozione. Se l'oggetto è contraffatto o viola in altro modo i diritti di proprietà intellettuale del titolare, eBay lo **rimuove** prontamente e lo comunica al venditore e agli eventuali offerenti; inoltre gli account dei venditori associati

a tali oggetti vengono esaminati al fine di valutare eventuali ulteriori azioni di contrasto. Infine eBay mantiene **relazioni stabili** e **collaborative** con i **marchi**, i loro rappresentanti e le associazioni di categoria, al fine di perfezionare costantemente i propri processi e migliorare in maniera proattiva la lotta ai prodotti contraffatti sulla piattaforma. I titolari di diritti sono incoraggiati a fornire **feedback** e a condividere la loro esperienza, per migliorare le capacità di eBay di contrastare gli episodi di contraffazione. Ad oggi, eBay collabora con oltre 102.000 titolari di diritti, registrati al programma VeRO.



GOOGLE

Google offre ai propri utenti la possibilità di inviare **segnalazioni** e **richieste di rimozioni** su contenuti relativi a presunte violazioni di varia natura per richiederne la rimozione in base ai diversi servizi della piattaforma in cui sono presenti (tra cui, *Ricerca Google, Blogger/Blogspot, Google Maps e prodotti correlati, Google Play: App, YouTube, Google Immagini, annunci Google, Drive e Documenti, Google Photos and Picasa Web Albums Google Shopping*).

Una volta selezionato il prodotto Google (Ricerca Google, Google Play, YouTube, Drive e Documenti, ecc.) rispetto al quale è stata riscontrata la presunta violazione di proprietà intellettuale (marchi e copyright) o altre questioni legali, è possibile selezionare la tipologia di problema da segnalare, rispetto a cui, a seconda del prodotto, è possibile scegliere l'opzione: "Vorrei segnalare un problema di Proprietà Intellettuale (violazione del copyright, circonvenzione e così via)" o "Vorrei segnalare la vendita o la promozione di prodotti contraffatti". Sulla base delle informazioni inserite dall'utente, Google potrà effettuare accertamenti in merito alla richiesta al fine di rimuovere l'URL dai propri risultati di ricerca.

Novità sostanziale introdotta da Google è la possibilità di segnalare tra i problemi di natura legale, la presunta vendita di prodotti contraffatti al fine della rimozione degli stessi dai risultati di ricerca.

Nell'elenco dei prodotti Google previsti dalla procedura di segnalazione non compare Google Ads (Google Advertising), servizio rispetto al quale si rinvencono solitamente le violazioni di marchio da parte dei titolari dei diritti. Google ha dedicato a tale servizio una **procedura guidata specifica** che consente di inviare una segnalazione direttamente online.

Gli **algoritmi di intelligenza artificiale** utilizzati da Google rappresentano il 99% dei controlli effettuati su contenuti di prodotti contraffatti. Ci sono poi le **segnalazioni** degli utenti: consumatori o titolari dei DPI.



META (Facebook e Instagram)

Facebook e Instagram prevedono, nei Termini di servizio e nelle Condizioni d'uso delle piattaforme, il divieto di pubblicazione di contenuti e annunci che violano i diritti di proprietà intellettuale.

Tramite il “**Programma di protezione della PI**”, Facebook e Instagram hanno sistematizzato le proprie azioni di tutela dei diritti di PI, sviluppando anche il “**Commerce & ads IP Tool**”, uno strumento di reporting relativo ai contenuti commerciali che consente alle aziende iscritte di cercare, utilizzando testo e immagini, per annunci e inserzioni commerciali pertinenti, eventuali violazioni di DPI nei vari annunci pubblicati su Facebook o Instagram, nei contenuti di negozi, post Instagram con tag di prodotti, Facebook Marketplace e post di vendita nei vari gruppi Facebook.

Sia Facebook, sia Instagram, inoltre, dedicano una pagina specifica ai marchi nella quale, oltre a fornire informazioni di base su cosa è un marchio registrato e sulla contraffazione dei marchi, sono elencate le procedure da seguire per effettuare le segnalazioni di presunte violazioni dei DPI.

Sia i titolari di marchi registrati, sia i loro rappresentanti, possono inviare segnalazioni di presunte violazioni tramite la compilazione di un **modulo** online.

Per quanto riguarda “**Facebook Marketplace**”, la piazza virtuale in cui venditori e potenziali acquirenti possono incontrarsi in modo diretto, è prevista una procedura di segnalazione dedicata.

Sono **cinque** i **livelli** principali sui quali si basano le azioni e gli strumenti di **lotta alla contraffazione** di Meta:

1. **Regole, condizioni d'uso e standard della community**: proibiscono violazioni della proprietà intellettuale, includendo la vendita e promozione di prodotti contraffatti;
2. **Collaborazione con i detentori di DPI**: grazie a tale collaborazione si è riusciti a sviluppare dei **team** e dei **prodotti specifici** che vanno incontro alle esigenze dei titolari di diritti in merito alle segnalazioni che ricevono (**Tutela dei diritti del brand**) e a perseguire delle **cause congiunte** contro individui o gruppi di individui che avevano ripetutamente violato la proprietà intellettuale tramite le piattaforme Meta;
3. **Segnalazioni**: i titolari dei diritti possono inviare segnalazioni di prodotti che violano i propri brand. Meta dispone di un team globale dedicato al contrasto della contraffazione;

4. **Tutela dei diritti del brand:** dà la possibilità a titolari di brand e aziende di:

- fare ricerche all'interno di tutte le inserzioni presenti su Facebook e Instagram e di tutti i post presenti su Marketplace;
- inviare segnalazioni;
- monitorare lo stato delle segnalazioni;
- aggiungere foto e descrizioni utili al team di controllo per rafforzare le revisioni dei contenuti illeciti;

5. **Sistemi proattivi di contrasto:** si basano su sistemi di intelligenza artificiale e apprendimento automatico prendendo in considerazione indicatori di due tipologie: contenuti e comportamento di chi mette in campo la condotta illecita.

Meta possiede, infine, una **policy sulla recidività**: se si violano gli standard e le regole della comunità si arriva alla sospensione, al blocco e alla cancellazione definitiva dell'account. Sul tema della contraffazione Meta è più stringente: verificata la violazione dei DPI, l'account viene direttamente eliminato e vengono raccolte le informazioni rilevanti per "allenare" i servizi automatizzati, si avviano delle investigation più mirate ed approfondite che portano alla rimozione anche delle pagine connesse all'account principale, al blocco dei sistemi di pagamento connessi e dei devices tramite i quali questi account si connettono.



TIKTOK

I **Termini di Servizio** di TikTok e le **Linee Guida della Comunità** non consentono di pubblicare, condividere o inviare sulla piattaforma contenuti che violino o ledano il diritto d'autore, i marchi o altri diritti di proprietà intellettuale di terzi, salvo le eccezioni previste dal "fair use" vigente negli USA e taluni utilizzi permessi dal "fair dealing" in UE.

Tutti i contenuti caricati su TikTok sono sottoposti a **moderazione** attraverso i propri **sistemi tecnologici automatizzati**, progettati per rilevare i contenuti che violano le Linee Guida della Comunità e che, pertanto, vengono sottoposti a **revisione umana**.

Come parte dell'impegno a garantire la **trasparenza** sulle **pratiche** di **sicurezza** dei propri **utenti** e di **moderazione** dei **contenuti**, TikTok pubblica anche **rapporti trimestrali** sulla trasparenza, che includono dettagli sul volume di contenuti rimossi per aver violato le Linee Guida.

Il **meccanismo di detenzione** di TikTok di **contenuti in violazione** è fondato su **tre** diversi **metodi**:

1. **Filtri automatici**: TikTok è in grado di rilevare parole chiave nei testi di video, utenti e bio che potrebbero indicare la presenza di beni contraffatti. Questo avviene attraverso indicatori per così dire espliciti, e cioè video, hashtag, o riferimenti testuali a termini come "fake", "replica", "mirror quality", "dupe", "1:1", crack, factory extra, eccetera. Circa 1500 termini rientrano al momento all'interno di questo meccanismo automatico di detenzione. I contenuti che contengono tali termini vengono portati all'attenzione dei moderatori di TikTok per verificarne la liceità;
2. **Segnalazioni**: se un utente ritiene che un contenuto promuova beni contraffatti può segnalarlo a TikTok utilizzando un apposito form o la funzione di segnalazione presente in-app. I titolari dei diritti possono utilizzare uno dei due moduli web dedicati per Copyright e Marchi/contraffazione per inviare segnalazioni di violazione. Il team mira a rivedere ed elaborare i rapporti di un elenco di partner ad alta priorità entro 24 ore. Inoltre, il team delle operazioni di proprietà intellettuale lavora costantemente per identificare e implementare miglioramenti dei processi per consentire al team e a TikTok di servire meglio i titolari dei diritti. Ad esempio, i titolari dei diritti sono invitati a condividere con TikTok le migliori pratiche, il che migliora l'efficienza e l'efficacia di TikTok nella gestione delle richieste dei titolari dei diritti;

3. **Moderazione dei contenuti:** i moderatori di TikTok sono formati specificamente per considerare l'eventualità che un contenuto contenga riferimenti a beni contraffatti, anche durante verifiche riconducibili originariamente ad altre potenziali violazioni delle Linee Guida della Comunità. Oltre ai filtri automatici e alle segnalazioni degli utenti, i moderatori prendono in considerazione riferimenti impliciti, come il riferimento a prezzi particolarmente bassi di beni di lusso o comunque di marca, la call to action all'acquisto di tali beni (ad esempio testi come "scrivetemi in privato per conoscere il venditore", o link a siti di e-commerce esterni), e la messa a disposizione di codici sconti, voucher e buoni regalo.

Quando un **contenuto viola le Linee Guida della Comunità**, viene **rimosso**. In alcuni casi, tenendo in considerazione **recidività** e **gravità** dei comportamenti, anche l'account viene sospeso o eliminato dalla piattaforma.

L'ultimo rapporto di TikTok sull'applicazione delle Linee guida della community ha mostrato che nell'ultimo trimestre, di tutti i video che hanno violato le Linee guida della community sulle attività illegali e sulle merci regolamentate, il 95,7% è stato rimosso entro 24 ore dalla pubblicazione, il 92,3% è stato rimosso prima che il contenuto ricevesse qualsiasi visualizzazione e il 97,1% è stato rimosso prima che il contenuto ricevesse segnalazioni degli utenti.



La strategia anticontraffazione di YOOX NET - A - PORTER si basa su un approccio centralizzato al tema che mira ad una **gestione integrata e sinergica** delle diverse minacce verso l'integrità e l'autenticità dei prodotti.

I **team dedicati** ai temi della **contraffazione** e delle **frodi** operano in modo coordinato e centralizzato in seno all'area Security e per tutta l'azienda al fine di creare una **mappa** esaustiva dell'intero ecosistema che permette alle attività fraudolente di prosperare. Tale approccio si è reso necessario alla luce della stretta e consolidata connessione tra le varie tipologie di **frode online**, quali per esempio le frodi sui sistemi di pagamento, quelle nell'ambito logistico, le frodi sui rimborsi etc., e il tradizionale ecosistema della **contraffazione** che ha trovato nel web un canale di espansione che ulteriormente potenzia la sua proposta storicamente più locale.

Il risultato dell'azione integrata è una stretta correlazione basata sull'**analisi comportamentale del frodatore**. Tale correlazione e il relativo monitoraggio end - toend permettono di seguire e mappare le nuove strategie adottate prima che si consolidino in pratiche fraudolente diffuse.

Un approccio centralizzato che mette a fattor comune le specifiche competenze dei vari team, ma che può contare anche su specifici approcci innovativi ai temi delle frodi e della contraffazione. Le iniziative più rilevanti in questo ambito sono tre:

1. Introduzione di **coefficienti di rischio dinamici** associati ai vari prodotti lungo il loro ciclo di vita e stretta connessione con il sistema automatico di instradamento dei resi. Questa innovativa soluzione, oggi rilasciata in servizio per l'hub di Bologna, permette di sfruttare l'attribuzione di un valore di rischio ai vari prodotti per pilotare il sistema di automazione al fine di far arrivare il prodotto reso dal cliente o dal potenziale frodatore al team più adatto rispetto ai controlli anticontraffazione.
2. **Controllo pervasivo del prodotto lungo l'intero ciclo di vita e lungo tutta la catena distributiva**. Non vi è un unico momento per il controllo del prodotto, ma specifici checkpoint guidati anche dal rischio dinamico assegnato ai prodotti. Quando il rischio associato ad un prodotto specifico sale oltre una certa soglia definita, anche i prodotti simili a quello considerato "ad alto rischio" vengono mandati al controllo anticontraffazione.

3. Introduzione del concetto di **unicità del prodotto** che supera, rinforzando per profondità, il concetto di autenticità. Si tratta di un'idea più vicina all'identità del prodotto. Tale nuovo **approccio sperimentale** si avvale di **tecnologie di mappatura digitale** di ogni **prodotto serializzato** per mezzo di **reti neurali**. Tale mappatura dettagliata permette di seguire l'evoluzione del prodotto attraverso la sua prima scansione, la vendita e poi l'eventuale reso. In ogni fase è possibile registrare variazioni micrometriche che possono segnalare un prodotto contraffatto, ma anche un'anomalia rispetto allo stato precedente come, per esempio, un difetto o un danno subito. Tramite la mappatura storica del prodotto è quindi possibile effettuare una valutazione oggettiva del suo stato e della sua evoluzione. Questo tipo di attività permette anche uno sviluppo sicuro del mercato del second hand dove i segni del tempo e dell'uso sul prodotto sono parte del prodotto stesso e della sua identità. Il concetto di identità permetterà di superare le tradizionali tecnologie basate su tag e in generale su ogni elemento esterno al prodotto. La garanzia dell'autenticità sarà assicurata dall'identità stessa del prodotto raccolta in modo sicuro dalla sua rappresentazione attraverso una rete neurale.

Innovazione tecnologica, analisi comportamentale applicata dei frodatori, identità dei prodotti e tutte le altre misure adottate possono sicuramente offrire nuove possibilità nel campo della lotta alla contraffazione e le frodi online ma da sole non possono rappresentare la soluzione al problema.

YOOX NET - A - PORTER considera l' **azione coordinata dei vari stakeholder** dell'ambito della moda e del lusso come l'unica strada che possa fornire risultati duraturi e tutelare di fatto il consumatore. Le nuove tecnologie in fase di adozione faciliteranno questa azione di sistema rispetto alle iniziative isolate che venivano utilizzate in passato perché permetteranno una condivisione istantanea dei pattern fraudolenti e delle evidenze di reato tra i vari attori coinvolti, rendendo così più rapida e puntuale l'azione di contrasto.