



**CONFINDUSTRIA
BELLUNO DOLOMITI**

Associazione fra gli Industriali della Provincia di Belluno

L'e-commerce: evoluzioni del mercato e nuove opportunità

**Una panoramica tra strategie di comunicazione e di gestione,
normative obbligatorie, contratti, tutela autorale e delle proprietà,
profili fiscali**

**La contraffazione on-line: tutele dentro e
fuori dal web – AVV. CHIARA LUZZATO**

mercoledì 11 febbraio 2015 - ore 14.00
Belluno, Palazzo Doglioni Dalmas



SOMMARIO



- Registrazione di marchi, slogan, forme, colori, domini: la creazione del diritto è il primo passo per difendersi
- *Web watching* – monitoraggio di motori di ricerca, piattaforme di e-commerce, social networks, domain names ecc.: strumento di conoscenza essenziale per una pronta ed efficace azione di contrasto
- Vendita di prodotti contraffatti online, uso del marchio altrui come keywords, *cybersquatting* e altre violazioni di privative sul web: analisi delle fattispecie più ricorrenti e dei rimedi esperibili
- Rimozione di siti web: il ruolo della AGCOM per la tutela diritto d'autore e dell'AGCM per la tutela del consumatore contro pratiche commerciali scorrette

PARTIAMO DA QUALCHE NUMERO



- Siamo ad oltre 2.5 Miliardi di utenti in grado di accedere alla Rete, con una previsione di crescita a 3.6 Miliardi per il 2017.
- Il fortissimo sviluppo della rete ha determinato e creato l'affermarsi dell'*e-commerce*.
- tale fenomeno, benché abbia contribuito alla crescita economica, ha tuttavia alimentato l'attività dei contraffattori.
- Il mercato del falso (secondo una recente indagine svolta dal Ministero dello Sviluppo) fattura circa 7 miliardi di Euro.

LA CONTRAFFAZIONE ONLINE



cosa si può fare???

Step 1 : creazione del diritto

LA CREAZIONE DEL DIRITTO È IL PRIMO PASSO PER DIFENDERSI



Oggetto di tutela:

- segni distintivi (parole, disegni, slogan, lettere e numeri, combinazioni cromatiche, forme distintive, suoni ...)
- aspetto del prodotto/del packaging/del sito web/materiale pubblicitario ecc.
- pubblicazioni, audiovisivi, ecc.
- indirizzo del sito web

Strumenti di tutela:

- Marchi
- Disegni e Modelli
- Diritto d'Autore
- Nome a Dominio



LA CREAZIONE DEL DIRITTO È IL PRIMO PASSO PER DIFENDERSI

strategie di protezione



- Fase preliminare: ricerche
- Fase attuativa: depositi/registrazioni



IL MARCHIO



È il segno distintivo più importante.



È un mezzo di comunicazione SINTETICO capace di trasmettere un messaggio COMPLESSO e di evocare una relazione tra un prodotto (o un servizio) e una fonte imprenditoriale.



Reebok 



OUTDOORS IS EVERYWHERE

IL DESIGN

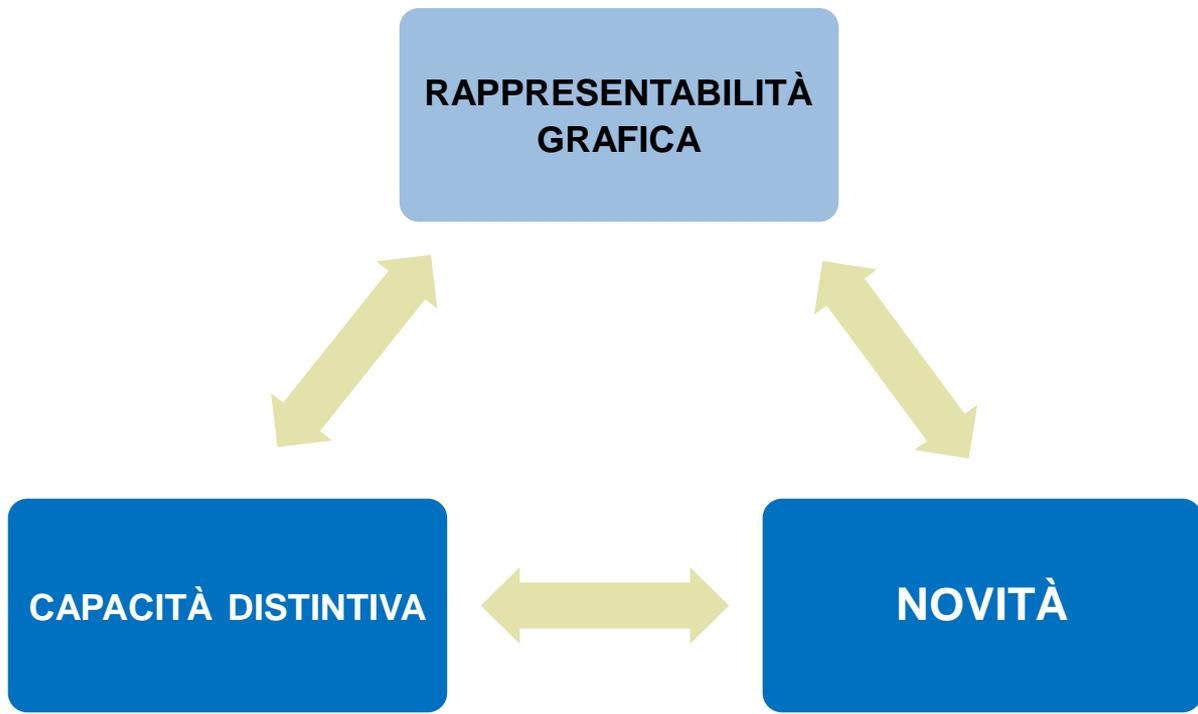


per “disegno o modello” s’intende l’aspetto di un prodotto o di una sua parte quale risulta in particolare dalle caratteristiche di ...



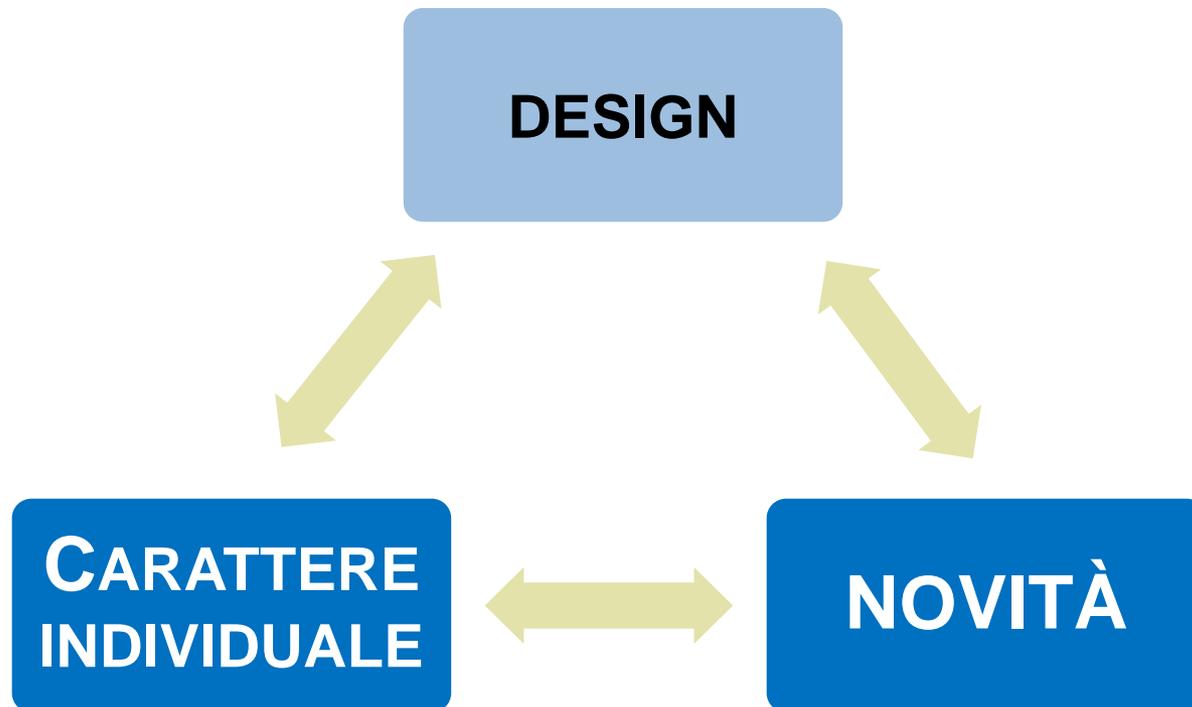


VALIDITÀ DEL MARCHIO: RAPPRESENTABILITÀ GRAFICA COMBINATA CON CAPACITÀ DISTINTIVA E NOVITÀ





VALIDITÀ DEL DISEGNO O MODELLO: CARATTERE INDIVIDUALE E NOVITÀ

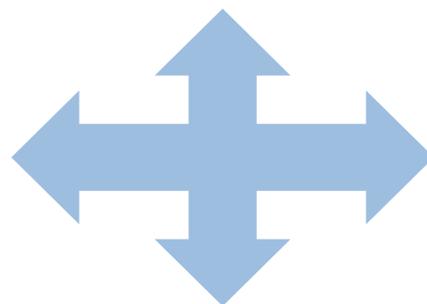


MARCHIO: TIPOLOGIE DI REGISTRAZIONE



marchio italiano

**marchio
nazionale
estero**



**marchio
comunitario**

unitario 28 Stati

marchio internazionale

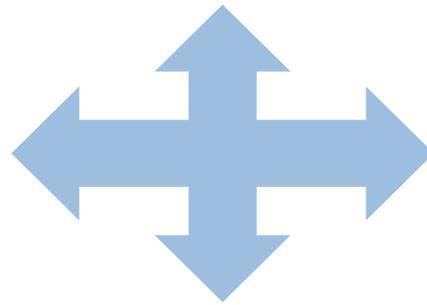
fascio di marchi nazionali

DESIGN: TIPOLOGIE DI REGISTRAZIONE



***design* italiano**

***design*
nazionale
estero**



***design*
comunitario
(registrato e
non
registrato)**

unitario 28 Stati

***design* internazionale**

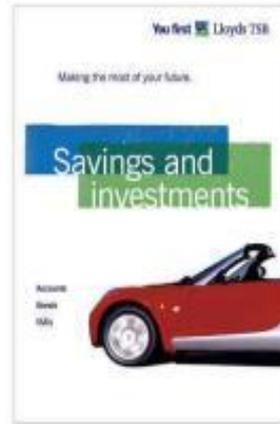
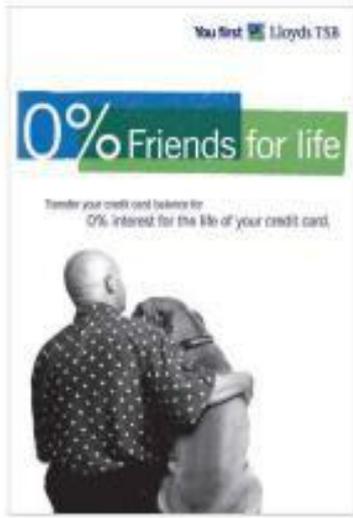
fascio di diritti nazionali



MARCHIO o DESIGN ?

In alcuni casi, nell'ambito della tutela come disegno o modello (alternativa o aggiuntiva a quella come marchio), si possono proteggere sia elementi grafici e figurativi puri sia anche una combinazione degli stessi con componenti denominative.

MARCHIO o DESIGN?



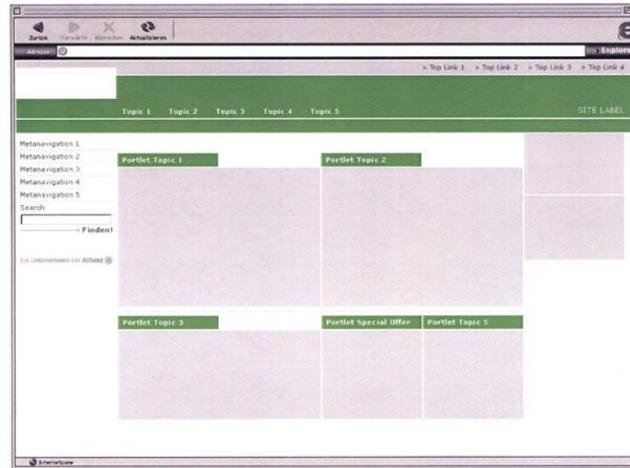
Locarno 19.08 - Materiale pubblicitario, Cartelloni pubblicitari, Avvisi pubblicitari, Inserti pubblicitari, Formulari [stampati]

16 Paper, cardboard and goods made from these materials, not included in other classes; printed matter; bookbinding material; photographs; stationery; adhesives for stationery or household purposes; artists' materials; paint brushes; typewriters and office requisites (except furniture); instructional and teaching material (except apparatus); plastic materials for packaging (not included in other classes); printers' type; printing blocks. **35** Advertising; business management services; business administration; office functions. **36** Insurance; financial affairs; monetary affairs; real estate affairs.

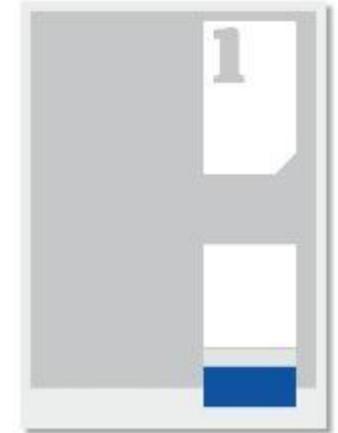
MARCHIO o DESIGN?



Locarno 14.04 - Estratti di progettazioni web



Locarno 14.04 - Websites



Locarno 18.03 – printing matrices



MARCHIO o DESIGN?



OFFICE FOR HARMONIZATION
IN THE INTERNAL MARKET
(TRADE MARKS AND DESIGNS)

Protect your intellectual property in the European Union



[Home](#) [Trade marks](#) [Designs](#) [Law & practice](#) [Learning](#)

eSearch plus

OHIM's database access

000894522-0001

Search

[Advanced search](#)

Trade marks (0) **Designs (1)** Owners (0) Representatives (0)



1 search result(s) in 1 page(s) in 0.234 seconds

000894522-0001

[+ info](#)



Design information

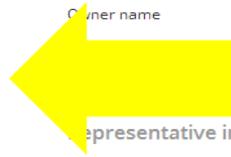
Design number **000894522-0001**
Filing date **27/02/2008**
Locarno class number **14.04**
Indication of the product **Extracts of web designs**
Design status **Design lapsed**
Reference **FC/AHB/Legal(Design)**

Owner information

Owner ID number **287522**
Owner name **The London Organising Committee of the Olympic Games and Paralympic Games Limited**

Representative information

Representative ID number **37643**
Representative name **Farisha Constable**





SITO WEB

TUTELA SECONDO IL DIRITTO D'AUTORE

Il diritto d'autore nasce con la creazione dell'opera

però in caso di contenzioso occorre poter dimostrare la data di creazione (**data certa**) e la paternità



a tale fine può essere utile depositare testi / contenuti presso il Ministero dei Beni Culturali

<http://www.librari.beniculturali.it/opencms/opencms/it/DepositoLegale/>



SITO WEB

TUTELA SECONDO IL DIRITTO D'AUTORE

Tutela di un apporto creativo maggiore / di insieme - diverso rispetto a quello che si ottiene dalla tutela delle singole componenti (tutela non dell'idea ma della sua concreta realizzazione)

DATA CERTA: DEPOSITO presso MINISTERO dei BENI CULTURALI



Legge 15 aprile 2004, n. 106

"Norme relative al deposito legale dei documenti di interesse culturale destinati all'uso pubblico"

pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 98 del 27 aprile 2004

Art. 1. (Oggetto)

1. Al fine di conservare la memoria della cultura e della vita sociale italiana sono oggetto di deposito obbligatorio, di seguito denominato "deposito legale", i documenti destinati all'uso pubblico e fruibili mediante la lettura, l'ascolto e la visione, qualunque sia il loro processo tecnico di produzione, di edizione o di diffusione, ivi compresi i documenti finalizzati alla fruizione da parte di portatori di handicap.
2. Il deposito legale è diretto a costituire l'archivio nazionale e regionale della produzione editoriale, rappresentata dalle tipologie di documenti di cui all'articolo 4, e alla realizzazione di servizi bibliografici nazionali di informazione e di accesso ai documenti oggetto di deposito legale. Dalla predetta disposizione non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.
3. I documenti destinati al deposito legale sono quelli prodotti totalmente o parzialmente in Italia, offerti in vendita o altrimenti distribuiti e comunque non diffusi in ambito esclusivamente privato; per quanto attiene ai documenti sonori e audiovisivi, sono destinati al deposito legale anche quelli distribuiti su licenza per il mercato italiano.
4. I documenti di cui al presente articolo sono depositati presso la Biblioteca nazionale centrale di Firenze e la Biblioteca nazionale centrale di Roma, nonché presso gli istituti individuati dal regolamento di cui all'articolo 5, anche ai fini dell'espletamento dei servizi di cui all'articolo 2, salvo quanto disposto dal medesimo regolamento per i documenti di cui all'articolo 4, comma 1, lettere o) e p).

Art. 2. (Finalità)

1. Per consentire il raggiungimento degli obiettivi di cui al comma 2 dell'articolo 1, il deposito legale si riferisce specificamente:
 - a) alla raccolta ed alla conservazione dei documenti di cui all'articolo 1;
 - b) alla produzione ed alla diffusione dei servizi bibliografici nazionali;
 - c) alla consultazione ed alla disponibilità dei medesimi documenti, nel rispetto delle norme sul diritto d'autore e sui diritti connessi, nonché sull'abusiva riproduzione di opere librarie;
 - d) alla documentazione della produzione editoriale a livello regionale.

DATA CERTA: DEPOSITO presso MINISTERO dei BENI CULTURALI



Art. 4.

(Categorie di documenti destinati al deposito legale)

1. Le categorie di documenti destinati al deposito legale sono: a) libri;
- b) opuscoli;
- c) pubblicazioni periodiche;
- d) carte geografiche e topografiche;
- e) atlanti;
- f) grafica d'arte;
- g) video d'artista;
- h) manifesti;
- i) musica a stampa;
- l) microforme;
- m) documenti fotografici;
- n) documenti sonori e video;
- o) film iscritti nel pubblico registro della cinematografia tenuto dalla Società italiana autori ed editori (SIAE);
- p) soggetti, trattamenti e sceneggiature di film italiani ammessi alle provvidenze previste dall'articolo 20 del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 28;
- q) documenti diffusi su supporto informatico;
- r) documenti diffusi tramite rete informatica non rientranti nelle lettere da a) a q).



DATA CERTA : WAYBACK MACHINE



Wayback Machine è l'interfaccia web utilizzata da Internet Archive per l'estrapolazione dagli archivi dei dati riguardanti siti web.

I siti archiviati rappresentano una sorta di "fermi immagine" raccolti al momento dell'acquisizione delle pagine tramite il software di indicizzazione di Internet Archive.

INTERNET ARCHIVE
WayBack Machine

435 billion web pages saved over time. DONATE

Tools
Wayback Machine Availability API
Build your own tools.
WordPress Broken Link Checker
Banish broken links from your blog.
404 Handler for Webmasters
Help users get where they were going.

Subscription Service
Archive-It enables you to capture, manage and search collections of digital content without any technical expertise or hosting facilities. Visit [Archive-It](#) to build and browse the collections.

Save Page Now
http:// SAVE PAGE
Capture a web page as it appears now for use as a trusted citation in the future.
Only available for sites that allow crawlers.



NOME A DOMINIO

è il nome che identifica un sito web ed è parte di un indirizzo URL (**indirizzo di una pagina Internet**)

ccTLD - Country Code Top Level Domain
name (.IT .FR .DE)

- gTLD Generici (.COM .ORG .GOV)
- “nuovi” (.SHOP .MOVIE .WEB .RESTAURANT ...)



REGISTRAZIONE

*La registrazione segue il principio del
“first come, first served”,*

salva la possibilità, in taluni casi, di usufruire del
sunrise period
riservato ai titolari marchi registrati

PRINCIPIO DI UNITARIETÀ DEI SEGNI DISTINTIVI



è vietato adottare come ditta, denominazione o ragione sociale, insegna e nome a dominio di un sito usato nell'attività economica o altro segno distintivo un segno uguale o simile all'altrui marchio se, a causa dell'identità o dell'affinità tra l'attività di impresa dei titolari di quei segni ed i prodotti o servizi per i quali il marchio è adottato, possa determinarsi un rischio di confusione per il pubblico che può consistere anche in un rischio di associazione fra i due segni.

SCOPO DELLA CREAZIONE DEL DIRITTO



avere diritti esclusivi sul segno / sul design / sul dominio e così poter:

- contrastare efficacemente la contraffazione e la concorrenza sleale
- vincere sui competitors
- valorizzare il patrimonio dell'impresa

LA CONTRAFFAZIONE ONLINE



cosa si può fare???

Step 2 : sorveglianza



SORVEGLIANZA DEI DATA-BASE

- attivazione di un servizio di sorveglianza mondiale dei marchi su banche dati elettroniche
- attivazione di un servizio di sorveglianza dei nomi a dominio : estensioni generiche (.com, .net, .org, ecc.); country codes (.fr, .de, .us, ecc.); “new generic TLD”

SORVEGLIANZA DEL WEB



- social networks (controllo su pagine/profili, accounts, gruppi, eventi, note ...);
- principali piattaforme di blogging come le pagine di Myspace, Wikipedia, ecc., i video su YouTube, gli accounts su Google+, Instagram, Pinterest;



SORVEGLIANZA DEL WEB

- uso del marchio come parola chiave (controllo sui principali motori di ricerca Google, Baidu, Naver, Yahoo, Yandex);
- “app” di android, apple, blackberry, window store;
- siti di e-commerce.



SCOPO DELLA SORVEGLIANZA



Possibilità di attivazione tempestiva del titolare di un marchio per difendere i propri diritti con azioni da valutarsi caso per caso.

LA CONTRAFFAZIONE ONLINE



cosa si può fare???

**Step 3 : individuare la fattispecie e
ricorrere ai rimedi esperibili**



VENDITE ONLINE



PRODOTTI CONTRAFFATTI ONLINE

OFFERTA / PRESENTAZIONE / VENDITA PRODOTTI
CONTRAFFATTI SU:

- ebay
- instagram/facebook
- amazon
- taobao
- ... altri siti di e-commerce



**Gli strumenti
di contrasto
offerti dalle
stesse
piattaforme**



ORIGINALE O FALSO?



cover modello moschino compatibile con iphone 5/5s zara ferragni

Condizioni dell'oggetto: Nuovo: altro (vedi dettagli)
Tempo rimasto: 2g 13h (29 mag 2014 07:09:44 CEST)

Prezzo: EUR 26,00

Compralo Subito

1 utente che osserva

Aggiungi a Oggetti che osservi

Spedizione: EUR 6,00 Standard | Vedi i dettagli
Luogo in cui si trova l'oggetto: San Nicola la Strada, CE, Italia
Spedizione verso: Italia

Consegna: Stimata tra mer. 28 mag. e gio. 29 mag. ©

Pagamenti: PayPal | Vedi le informazioni per il pagamento

Restituzione: Restituzione non accettata

Copertura: PROTETTI E RIMBORSATI con PayPal Condizioni

Aggiungi a Oggetti che osservi

Informazioni sul venditore

franciskiel07 (27 ☆)

100% Feedback positivo

Salva questo venditore

Vedi altri oggetti

Richiesta bloccata: sito

Ragione: Pubblicità e pop-up siti bloccati
Sito: http://ad-emea.doubleclick.net/
L'accesso a questo sito web è limitato in base alla tua sicurezza.

Indietro

AdChoice

Ne hai uno da vendere? Vendine uno uguale

Descrizione | Spedizione e pagamenti

Stampa | Segnala l'inserzione

Numero oggetto eBay: 181421775254



Il venditore si assume la piena responsabilità della messa in vendita dell'oggetto.

Specifiche dell'oggetto

Condizione: Nuovo: altro (vedi dettagli): Oggetto nuovo, non usato, senza alcun segno di deterioramento dovuto all'uso. L'oggetto può non ... [Maggiori informazioni](#)

Cover modello moschino a forma di gelato. Compatibile con iphone 5/5s. Completa di scatola esattamente come da foto.

Spedizione con raccomandata ! Paga oggi e in max 2 gg la cover è a casa tua!!!

Per acquisti di più cover, paghi una sola volta le spese di spedizione.

RESPONSABILITÀ DELL' HOSTING PROVIDER??



Art. 16 del D.Lgs. 70/2003 (in attuazione della Direttiva 2000/31/CE)

1. Il prestatore di servizi (hosting) non è responsabile delle informazioni memorizzate a richiesta del destinatario del servizio, a condizione che il medesimo (ISP):

a) non sia effettivamente a conoscenza del fatto che l'attività o l'informazione è illecita e, per quanto attiene ad azioni risarcitorie, non sia al corrente di fatti o circostanze che rendono manifesta l'illegalità dell'attività o dell'informazione;

c) non appena a conoscenza di tali fatti, su comunicazione delle Autorità competenti, agisca immediatamente per rimuovere le informazioni o per disabilitarne l'accesso.

RESPONSABILITÀ DELL' HOSTING PROVIDER??



Art. 17 del D.Lgs. 70/2003 (assenza di un obbligo generale di sorveglianza)

1. Nella prestazione dei servizi di cui agli articoli 14, 15 e 16, il prestatore non è assoggettato ad un obbligo generale di sorveglianza sulle informazioni che trasmette o memorizza, né ad un obbligo generale di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite.



COMUNICARE AGLI HOSTING PROVIDER LE SOSPETTE CONTRAFFAZIONI



NOTIFICA DELLA VIOLAZIONE E RICHIESTA
DI RIMOZIONE



sicurezza.ebay.it/contraffazione/

Outlook.com - raffa... OHIM - eSearch IT UIBM - ricerca Google Traduttore WIPO Romarin MGS • Gestore per p...

Questo sito usa cookie per fornirti un'esperienza migliore. Se usi eBay, acconsenti all'utilizzo dei cookie.

Ciao! Accedi o registrati | eBay Imperdibili Il mio eBay Ven

ebay Scegli la categoria

Cerca...

Home > Spazio Sicurezza > Lotta alla contraffazione

Spazio Sicurezza

- Contraffazione**
 - Introduzione
 - Informazioni per i venditori
 - Programma VeRO
- Acquirenti**
 - Come fare acquisti
 - Protezione acquirenti
- Venditori**
 - Vendere in sicurezza
 - PayPal per i venditori
 - Acquirenti non paganti
 - Fai attenzione a...
- Per tutti**
 - Il sistema dei feedback
 - Carte prepagate
 - Regole eBay
 - Forze dell'ordine
- Protezione account**

Lotta alla contraffazione

eBay combatte la contraffazione e desidera contribuire ad fenomeno per i seguenti motivi:

È illegale.
L'acquisto di un oggetto contraffatto rappresenta un'esperienza negativa. I prezzi medi di vendita dei venditori onesti si abbassano. La fiducia nel nostro sito è minacciata dalla presenza delle contraffazioni.

Quali sono le iniziative intraprese da eBay per il fenomeno?

eBay è costantemente impegnata nella ricerca di sistemi e tecnologie per prevenire la contraffazione sul sito. Di seguito sono elencati i sistemi:

- Rimozione proattiva** delle contraffazioni palesi
- Rimozione** delle inserzioni relative a oggetti contraffatti segnalati dai marchi
- Rimozione** dal sito dei venditori che offrono oggetti contraffatti
- Collaborazione** con le forze dell'ordine per fare in modo che i truffatori vengano perseguiti penalmente
- Applicazione** di limiti di vendita per gli oggetti maggiormente esposti alla contraffazione
- Limitazione** delle attività dei venditori in determinate categorie
- Fornitura** di strumenti gratuiti per i proprietari dei diritti che consentono in modo efficace le inserzioni e di segnalarle a eBay affinché vengano rimosse immediatamente

pages.ebay.it/vero/

Outlook.com - raffa... OHIM - eSearch IT UIBM - ricerca Google Traduttore WIPO Romarin MGS • Gestore per p... Agenzia delle Dogane UniCredit

Questo sito usa cookie per fornirti un'esperienza migliore. Se usi eBay, acconsenti all'utilizzo dei cookie.

Ciao! Accedi o registrati | eBay Imperdibili Il mio eBay Vendi Aiuto e contatti

ebay Scegli la categoria

Cerca... Tutte le categorie Cerca

Home > Community > Programma VeRO > Introduzione su VeRO

Programma VeRO

<h3>Venditori</h3> <ul style="list-style-type: none">Programma VeROIntroduzioneVantaggiIscrivitiNon sei titolare dei diritti di proprietàServizi protezioneLa mia pagina personalePartecipantiRegole proprietà intellettuale	<h3>Introduzione su VeRO</h3> <p>eBay non verifica e non può verificare che i venditori abbiano il diritto o la capacità di vendere o distribuire gli oggetti indicati nelle loro inserzioni ma, allo scopo di segnalare la proprietà intellettuale dei titolari dei diritti di proprietà, ha creato il Programma di verifica dei diritti di proprietà (VeRO) che consente ai titolari di un diritto di proprietà intellettuale (come copyright, marchi registrati o brevetti) di segnalare eventuali violazioni.</p> <p>I partecipanti a tale programma possono individuare le inserzioni potenzialmente non conformi alle norme e richiederne l'eliminazione. Il Programma VeRO serve a garantire che gli oggetti messi in vendita non violino il copyright, i marchi registrati o altri diritti di proprietà intellettuale di terze parti.</p> <p>eBay è stata una delle prime società ad adottare una procedura online che consente ai titolari dei diritti di proprietà intellettuale di segnalare violazioni. Tra gli attuali utenti del programma figurano oltre 10.000 società e persone che rappresentano tutti i tipi di proprietà intellettuale: dalle grandi società produttrici di software, agli sviluppatori di videogiochi, ai gruppi rock, alle società produttrici di beni di lusso e forze di polizia.</p>
<h3>Link utili</h3> <ul style="list-style-type: none">Guida di eBaySpazio SicurezzaForumDomande e risposte tra utentiToolbar di eBay	<p>Se sei il titolare di un diritto di proprietà intellettuale segnalaci quando un'inserzione viola i tuoi diritti.</p> <p>Notifica di violazione Scarica Adobe PDF Reader </p> <p>(Necessario per inviare la notifica)</p>

Notifica di violazione

eBay International AG
Attn Programma di verifica dei diritti di proprietà (VeRO) di eBay
Numero di fax +39 02 30 41 03 62

Data _____

Spettabile eBay,

Il sottoscritto, in qualità di titolare di diritti di proprietà intellettuale o di soggetto autorizzato a rappresentare gli aventi diritto, dichiara che le seguenti inserzioni (elencate per numero di oggetto qui di seguito) violano i diritti di proprietà intellettuale ai sensi delle legge italiana.

Titolare di diritti di proprietà intellettuale _____

Indirizzo del titolare di diritti di proprietà intellettuale _____

Queste sono le mie informazioni di contatto:

Nome e cognome _____

Carica _____

Azienda _____

Indirizzo _____

Indirizzo email *(per comunicazioni con eBay)* _____

Indirizzo email* *(per comunicazioni con i venditori)* _____



Codici

Marchio registrato - oggetto contraffatto.

1.1 Gli oggetti sono una riproduzione illegale di prodotti a marchio registrato.

Marchio registrato - contenuto dell'inserzione in violazione di un marchio registrato.

2.1 Le inserzioni contengono comparazioni illegittime con un prodotto a marchio registrato.

2.2 Nelle inserzioni viene fatto un uso illegale di marchi registrati (ad esempio, uso non autorizzato del logo nella descrizione dell'oggetto). (Specificare i dettagli).

Diritto d'Autore - oggetto in violazione del Diritto d'Autore.

3.1 Software offerto in vendita in violazione di un contratto di licenza valido che costituisce una violazione del copyright.

3.2 Oggetti che violano il copyright (ad esempio, un bootleg di uno spettacolo dal vivo, copie pirata di software, film, o copie illegali di opere coperte da diritto d'autore come testi, dipinti o sculture, ecc...).

Diritto d'Autore - contenuto dell'inserzione in violazione del Diritto d'Autore.

4.1 Inserzioni con copie illegali di testi coperti da diritto d'autore.

4.2 Inserzioni con copie illegali di immagini coperte da diritto d'autore.

4.3 Inserzioni con copie illegali di testi e immagini coperti da diritto d'autore.

Altro tipo di violazione di un diritto di proprietà intellettuale.

5.1 Gli oggetti violano un diritto di brevetto (è necessario indicare il numero di registrazione del brevetto).

5.3 Gli oggetti violano il diritto di sfruttamento dell'immagine di un personaggio pubblico.

5.4 Il contenuto delle inserzioni viola il diritto di sfruttamento dell'immagine di un personaggio pubblico.

6.1 Altro _____



A screenshot of an Instagram post from the account "missqfashionshop". The post features four items: two soft bags (one dark blue, one pink) and two iPhone cases (one dark blue, one pink), all featuring the Moschino heart logo. The caption includes the text "Misschino bag" and various hashtags. The comments section shows a conversation between the shop and a customer. A yellow arrow points to the bottom right corner of the post area.

Instagram

Instagram

missqfashionshop

missqfashionshop

2 mesi fa

Moschino bag 📷📷📷 請加我微信 wechat:mirocc
#Moschino#missq#koreangirls#stylenanda#taobao#onlinestore#hktaobao#bigbang#fashion#cute#korea#3ce#shopping#lady#韓國貨#韓國代購#淘寶#代購#instafashion#instashopping#dress#cloth#bag

samantha_goh, mirocc, ivyhsuu and 14 others like this.

sorafan_ How much?

missqfashionshop @sorafan_ chips bag¥150, Mcdonald bag ¥199 ,iPhone case¥50

eeyore1202 几时可以拿到? 加了你微信啊 快点付复

missqfashionshop @eeyore1202 加了噢

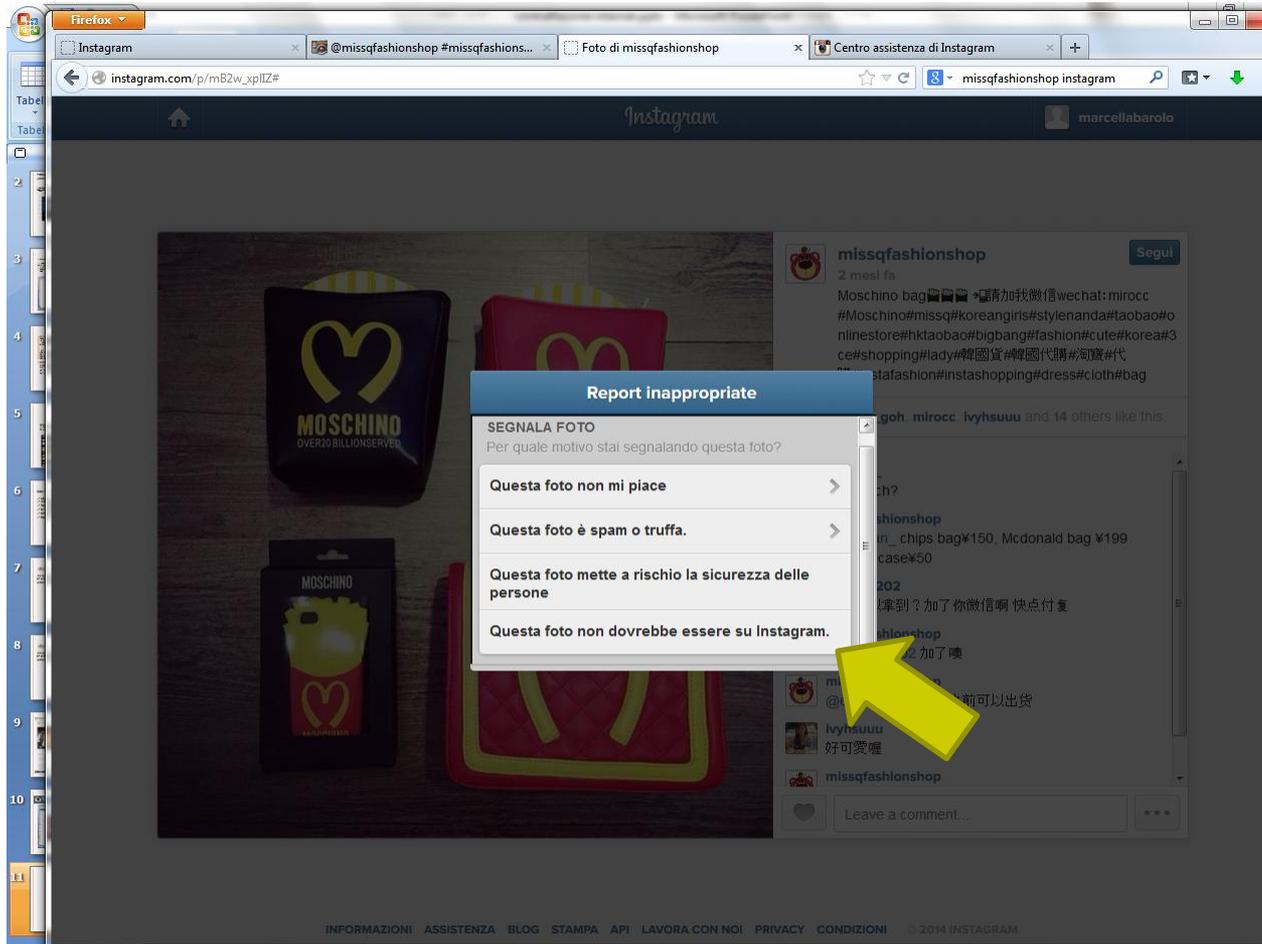
missqfashionshop @eeyore1202 听日之前可以出货

ivyhsuu 好可爱喔

missqfashionshop

Leave a comment...

INFORMAZIONI ASSISTENZA BLOG STAMPA API LAVORA CON NOI PRIVACY CONDIZIONI © 2014 INSTAGRAM





A screenshot of a Firefox browser window displaying the Instagram help page for intellectual property. The browser tabs include "Instagram", "@missqfashionshop #missqfashion...", "Foto di missqfashionshop", "Proprietà intellettuale | Centro assis...", and "Centro assistenza di Instagram". The address bar shows "https://help.instagram.com/535503073130320/". The page content includes a search bar, navigation links for "Centro assistenza di Instagram", "Privacy e centro per la sicurezza", and "Segnalazione di contenuti". A left-hand menu lists various categories, with "Proprietà intellettuale" selected. The main content area is titled "Proprietà intellettuale" and includes a sub-section "Segnalazione di violazioni" with a link for "Marchio commerciale" highlighted by a yellow arrow. The footer contains links for "INFORMAZIONI", "ASSISTENZA", "API", "LAVORA CON NOI", "BLOG", "CONDIZIONI", and "PRIVACY", along with the copyright notice "© 2013 INSTAGRAM, INC." and a URL "https://help.instagram.com/help/instagram/222826637847963".



- Funzioni di base di Instagram >
- Qualcosa non funziona >
- Privacy e centro per la sicurezza >

Segnalazione di una violazione dei tuoi diritti: marchio

Per essere sicuri che tu sia nella pagina giusta, puoi verificare quale delle affermazioni seguenti descrive meglio il tuo problema?

- Ho individuato un account falso che finge di essere me
- Il mio account è stato violato
- Ho individuato dei contenuti che potrebbero violare i miei diritti d'autore e/o i diritti connessi
- Ho individuato dei contenuti che potrebbero violare i miei diritti sul marchio
- Ho una richiesta relativa ai nomi utente
- Voglio redimere un account per la mia azienda

Inviare un reclamo di violazione del marchio rappresenta una seria questione legale. Prima di inviarti un reclamo di violazione del marchio, potresti contattare colui che ha pubblicato il contenuto. Potresti risolvere la questione semplicemente richiamando l'attenzione della persona che ha pubblicato il contenuto.

Comprendo e voglio continuare

Informazioni di contatto

Fornisci di seguito le tue informazioni di contatto

(Ti segnaliamo che potremmo fornire le tue informazioni di contatto e/o i contenuti della tua segnalazione all'utente che ha pubblicato i contenuti che hai segnalato)

Il tuo nome (nome e cognome)

La tua organizzazione o il tuo cliente (se disponibile)

La tua posizione professionale (se disponibile)

Indirizzo postale

Numero di telefono



Firefox

Intellectual Property Protection Sys... x Amazon.co.jp: [COSOTO]iphone5... x Amazon.co.jp - 商標権または意匠... x Amazon.com - Report Infringement x Amazon.com: MOSCHINO Cute Fu... x

www.amazon.com/MOSCHINO-Silicone-French-Samsung-Galaxy/dp/B00JKBPBZY/ref=sr_1_8?s=wireless&ie=UTF8&qid=1401201520&srs=1

Click to open expanded view

Have one to sell? [Sell on Amazon](#)

Customers Who Viewed This Item Also Viewed Page 1 of 12



Lovestall Moschino
McDonald 3D Fries Silicone Protective Case for Apple iPhone ...
★★★★★ (1)
\$4.55



Huaxia Datacom New
Fashion Chips McDonald 3D French Fries Silicone Protective ...
★★★★★ (2)
\$4.87



New Moschino Fashion
Design 3D French Fries Soft Silicone Protective Case for Samsung Galaxy S4 IV
\$5.20



Moschino Mcdonald 3d
Fries Silicone Protective Case for Samsung Galaxy S4 - Red / Yellow
\$6.89

Technical Details

Weight: 2.56 ounces
[See more technical details](#)

Product Details

Item Weight: 2.6 ounces
Shipping Weight: 8.8 ounces ([View shipping rates and policies](#))
ASIN: B00JKBPBZY
Average Customer Review: [Be the first to review this item](#)
← 53,698 in Cell Phones & Accessories (See Top 100 in Cell Phones & Accessories)
 Would you like to [give feedback on images](#) or [tell us about a lower price?](#)

Product Description

Features:

- French fries design case by MOSCHINO
- Designed especially for Samsung Galaxy S4
- Cute type, a lot of fun!
- Protect your phone from scratches, shocks, dirt and sudden bumps
- Made of high quality silicone rubber, flexible and durable
- Access to all buttons, cameras, earphone plug, stylus pen and charging port
- To retail package a funny gift for your family and friends!



Report Infringement

About this Page

This form is intended for use by intellectual property rights owners and their agents to notify Amazon of alleged intellectual property infringements such as copyright and trademark concerns. If you are not an intellectual property rights owner or their agent, Amazon will not be able to process complaints submitted through this form. Please report your concerns to Amazon through the appropriate venue:

- Sellers may use [this form](#) to report inappropriate listings, other sellers, policy violations, etc.
- Buyers may use [this form](#) to report problems with orders, seller policy violations, etc.

We Do Not Enforce

Detail Page Ownership and Image Restrictions: When a detail page is created, it becomes a permanent catalog page on Amazon.com that will remain even if the creator's inventory sells out. Additionally, when you add your copyrighted image to a detail page, you grant Amazon and its affiliates a non-exclusive, worldwide, royalty-free, perpetual, irrevocable right to exercise all rights of publicity over the material.

Other sellers can list their items for sale against pages that you have created or added your copyrighted images to. However, we do require sellers to list only against detail pages that exactly match their items. If you believe sellers are listing against detail pages that do not exactly match their items, we ask that you report the violation [here](#).

If your copyrighted image has been added to our catalog without your consent, please complete the form below.

Exclusive or Selective Distribution: Amazon respects a manufacturer's right to enter into exclusive distribution agreements for its products. However, violations of such agreements do not constitute intellectual property rights infringement. As the enforcement of these agreements is a matter between the manufacturer and the retailers, it would not be appropriate for Amazon to assist in enforcement activities.

Allegation of Infringement

Identify the ASIN (Amazon Standard Identification Number) or the URL of the product you are reporting.

ASIN/ISBN-10 OR Product URL

Located under "product details"

Your Contact Details

This is the contact Amazon will use.

*Are you a seller on Amazon?
 Yes No



Firefox

知识产权保护平台 | 淘宝网 × moschino_淘宝搜索 × Moschino夏季包包苹果iPhone5/5s手... × Moschino麦当劳薯条手机壳iPhone5/... ×

qinquan.taobao.com/SME

淘宝网 知识产权保护平台

NOTE: Generally, we only accept complaints via the online reporting system in Chinese. For small and medium enterprises which are located overseas and have no entities within the PRC territory, English complaints via email are acceptable. Justified complaints submitted through the e-mail channel will result in removal of the links identified in the complaint. However, we encourage complaints to be submitted through the formal online complaint platform, available here: <http://qinquan.taobao.com>. English step-by-step instructions are available here: <http://qinquan.taobao.com/report/iprOperation.htm>.

What kind of documents shall I submit to support my complaint?

Your identification:

1. Individuals should provide a copy of valid ID card(eg.passport)
2. Enterprises should provide a copy of valid business license or incorporation certificate.
3. Agents should provide authorization letter as well.

Supporting documents:

Proof of Copyright (worldwide) or PRC registered Trademark or Patent.

Notice of IPR Infringement:

[Download the Notice](#)

*All documents should be scanned and uploaded as email attachment.

[Click Here to Submit Complaints](#)

NOTICE OF IPR INFRINGEMENT



To: Taobao

1. _____ of registered address _____, a company established and existing under the laws of _____ (the "Company") is the sole beneficial owner of _____, the licensee of others _____ (please tick) the trademark, copyrights, or patent and other related rights (please tick).

2. Hereby, the Company informs Taobao in this notice, the products and the links hereinafter from the seller infringe our company's IPR herein. Please see details as follows:

(a). Description of Infringement:

(b). As of the date ____ [M] ____ [D] ____ [Y], all infringing listings and information are as follows:

Membership Name of Seller	Infringing Listings (Please list URLs)	Historical Complaints Data. e.g. date, links removed, etc. (If this seller used to be reported, please fill out this vertical table)

(If information is not fully described, please use the same format to add new table.)

4 The Company represents and warrants and agrees that:

(a) The Company has listed all existing infringing information. Other listings which have not been reported in the sellers' shops are not involved in IP infringement.

(b). The Company is qualified as an SME (small and medium enterprise) which means the Company is located overseas and has no entities within the PRC territory.

(c) All statements contained in this Notice are correct and complete. All consequences and responsibilities therefrom shall be borne by the Company.

Please contact us according to the following information if Taobao requires further information or the seller seeks for a negotiation:



ULTERIORI RIMEDI POSSIBILI

– da valutare caso per caso -

- lettere di diffida
- accordi stragiudiziali
- allerta dogane / blocco
- azioni giudiziali civili : provvedimento urgenza / causa di merito (con eventuale richiesta di risarcimento)
- azioni giudiziali penali laddove la fattispecie contraffattiva integri gli estremi del reato



CYBERSQUATTING



CYBERSQUATTING

appropriazione abusiva di un dominio coincidente con il nome o il marchio di una società o ente che gode di una certa notorietà presso il consumatore/pubblico di riferimento da parte di un soggetto palesemente in mala fede.



Oltre alla tutela giudiziale è esperibile una procedura amministrativa c.d. “riassegnazione” condotta da una delle organizzazioni accreditate dal Registro Italiano dei nomi a dominio .it che può avere ad oggetto soltanto il trasferimento del nome a dominio all’avente diritto ma non anche il risarcimento di eventuali danni



RIASSEGNAZIONE DOMINI.IT

- il nome a dominio contestato è identico o confondibile rispetto ad marchio di cui il ricorrente è titolare; **e**
- chi ha registrato il nome a dominio oggetto di contestazione non ha diritti e/o interessi legittimi sullo stesso; **e**
- il nome a dominio oggetto di contestazione è stato registrato ed è usato in **mala fede**.

identici presupposti valgono per la riassegnazione
WIPO



MALA FEDE - ESEMPLIFICAZIONI

- cessione per un corrispettivo più elevato delle spese di registrazione e mantenimento
- registrazione a danno di un concorrente
- registrazione per impedire al titolare del corrispondente nome o marchio di farne uso come nome a dominio
- registrazione allo scopo di attrarre utenti di Internet, per trarne profitto, ingenerando confusione con diritti altrui



MALA FEDE - ESEMPLIFICAZIONI

- il dominio coincide con un nome proprio o con la denominazione di un ente pubblico o privato e non esiste alcun collegamento con chi lo abbia registrato nome a dominio identico a nome/marchio famoso;
 - registrazione di un dominio identico a nome/marchio altrui, senza mai usarlo
 - registrazione con nome e/o indirizzo falso
 - dominio che punta su sito pornografico
- ...

RIASSEGNAZIONE DOMINI.EU e GENERICI



- riassegnazione domini .eu: procedura ADR gestita dalla Corte Arbitrale di Praga nelle lingue ufficiali dell'Unione Europea (Reg. CE n. 874/2004).
- riassegnazione domini generici + alcuni nazionali: procedura di riassegnazione gestita dal Centro di Arbitrato e Mediazione OMPI
- URS-Uniform Rapid Suspension – procedura riservata ai nuovi domini generici (simile ad una riassegnazione - maggiormente semplificata).



USO DEL MARCHIO ALTRUI COME KEYWORDS



KEYWORDS/ADWORDS e USO DEL MARCHIO ALTRUI

I motori di ricerca offrono un servizio a pagamento che consente, mediante l'acquisto di parole chiave (keywords / adwords Google) di far apparire il proprio annuncio come “link sponsorizzato” ogni volta che, attraverso un motore di ricerca, si inizia una ricerca con quella parola chiave

ADWORDS DI GOOGLE



← → ↻ 🏠 https://accounts.google.com/ServiceLogin?service=adwords&continue=https://adwords.google.com/um/identity?ltpm%3Djfk%26hl%3Dit_IT&hl=it_IT<r ☰

Applicazioni Outlook.com - raffa... OHIM - eSearch IT UIBM - ricerca Google Traduttore WIPO Romarin MGS • Gestore per p... Agenzia delle Dogan... UniCredit: Conti cor...

Google Desideri supporto gratuito per creare la tua prima campagna? Chiamaci: 800 917 740 **FAI CLIC QUI PER INIZIARE**

AdWords

Fatti trovare da chi ti sta cercando

Google AdWords ti offre risultati perfettamente misurabili. Avrai un controllo totale sul target, sulla spesa e sul rendimento di tutti i tuoi annunci.



Accedi Google

Email

Password

Accedi Resta connesso

[Non riesci ad accedere al tuo account?](#)

Come funziona

Perché funziona

Costi e pagamento

Per le attività commerciali locali

Casi di successo

Sei tu che crei gli annunci

Sei tu che crei gli annunci e scegli le parole chiave, ovvero parole o frasi correlate al tuo esercizio commerciale. Trova idee per le parole chiave

I tuoi annunci vengono pubblicati su Google

Quando un utente esegue una ricerca su Google con una delle parole chiave che hai specificato, il tuo annuncio può essere pubblicato in corrispondenza dei risultati di ricerca. Finalmente puoi indirizzare la tua pubblicità a un pubblico già interessato al prodotto o servizio che proponi.

Attira clienti

Gli utenti possono semplicemente fare clic sull'annuncio per effettuare acquisti o saperne di più sulla tua azienda.

⏪ ⏩ **Inizia ora**



Le **parole chiave** sono i termini utilizzati per fare ricerche su Google.



Il tuo **annuncio** viene pubblicato accanto a risultati di ricerca



USO LECITO O ILLECITO?

LA RISPOSTA DIPENDE DA CASO A CASO.

Esempi:

Distributore ufficiale che usa il marchio dell'impresa di cui rivende i prodotti

Concorrente che usa il marchio altrui per promuovere prodotti analoghi/similari

Il titolare del marchio ha diritto di opporsi all'uso come keyword?

IL CASO INTERFLORA MARKS&SPENCER

vs



IL CASO: uso della parola “INTERFLORA” (marchio registrato di Interflora) come *keyword* per pubblicizzare l’annuncio relativo a vendita e consegna di fiori a domicilio di MARKS & SPENCERS

Interflora affermava il diritto in qualità di titolare del marchio, così ampio da a coprire tutte le funzioni del marchio, anche quelle di impedire l’uso del marchio



KEYWORDS

M&S affermava che il diritto del titolare del marchio INTERFLORA a un uso esclusivo non poteva pregiudicare la libera concorrenza e diventare un modo per impedire l’ingresso di altri soggetti in un mercato; il marchio INTERFLORA

MARKS &
SPENCER

“immediatamente visibile” sul sito di M&S

CASO INTERFLORA - INTERVENTO DELLA CORTE DI GIUSTIZIA



Corte Giustizia , sentenza 22.09.11, caso C-323/09 PRINCIPI GENERALI:

Il titolare di un marchio registrato ha il diritto di vietare ad un concorrente l'uso del proprio marchio nell'ambito del “key-word advertising” quando tale uso è idoneo a violare una delle funzioni del marchio.

Viene violata la funzione del marchio di “indicazione di origine” quando la pubblicità non consente (o consente solo difficilmente) all'utente di sapere se i prodotti o servizi menzionati nell'annuncio provengano dal Titolare del marchio (o da un'impresa economicamente collegata a quest'ultimo) oppure, al contrario, da un terzo.

Il titolare di un marchio che gode di notorietà ha il diritto di vietare ad un concorrente l'uso del proprio marchio da parte di un terzo nell'ambito di un servizio di posizionamento su Internet, qualora detto concorrente tragga così indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o dalla notorietà del marchio (parassitismo) oppure qualora tale pubblicità arrechi pregiudizio a detto carattere distintivo (diluizione) o a detta notorietà (corrosione).



CASO INTERFLORA - DECISIONE

theguardian

Google Custom Search Search

News Sport Comment Culture Business Money Life & style Travel Environment Tech TV Video Dating Offers Jobs

Business Marks & Spencer

Interflora wins trademark case against Marks & Spencer

The high court has ruled M&S' use of the Interflora logo to advertise its florist service is trademark infringement

Simon Neville

The Guardian, Tuesday 21 May 2013 17.29 BST



Interflora ruling could lead to more cases brought by businesses where rivals' adverts appear above their links on Google. Photograph David Levene for the Guardian

Marks and Spencer has lost a five-year legal battle with Interflora after it bought advertising space tied to Google searches for the flower delivery network's name.

Mr Justice Arnold at the high court in London ruled that M&S's use of the Interflora trademark to advertise its flowers and gifts range was trademark infringement.

Share

Tweet this

+1 4

Pin it

Share 3

Email

Print

Article history

Business

Marks & Spencer - Retail industry

Law

Media

Advertising

More news

More on this story



Bank of England MPC member warns UK faces years of weak growth
Director for markets Paul Fisher says economy's transition to tougher post-crisis climate is not yet complete

UK investment fall

Our selection of best buys

Mortgages Savings

Lender	Initial rate	More
HSBC	1.49%	More
Chelsea Building Society	1.55%	More
HSBC	0.99%	More

See more mortgage best buys
Get a personal quote

Today's best video





CASO INTERFLORA - DECISIONE

La High Court of England and Wales ha quindi applicato i principi generali e le indicazioni della Corte di Giustizia nella causa C-323/09

Secondo i giudici inglesi Marks and Spencer avrebbe generato confusione tra i consumatori digitali con l'inclusione della parola chiave "INTERFLORA" nelle sue campagne AdWords, in quanto era difficile comprendere se Marks e Spencer erogasse il servizio con una struttura propria o tramite Interflora.

La presentazione del servizio poteva far credere che Vi fossero dei legami tra la catena di fioristi ed il retailer britannico.



ADWORDS e ADSENSE di Google

Fatta salva la possibilità di agire giudizialmente, è utile sapere che Google ha adottato una policy per tutelare i titolari dei marchi dall'uso indebito di **AdWords** e **AdSense** coincidenti con marchi registrati altrui

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://support.google.com/adsense/answer/76231?hl=it>. The page title is "NOZIONI DI BASE SU ADSENSE" and the main heading is "Differenze tra AdWords e AdSense".

Navigation links include: < SUCCESSIVA: PUBBLICITÀ SUI SITI ADSENSE >

Il programma Google AdWords ti permette di creare annunci pubblicitari che vengono visualizzati sulle pagine dei risultati di ricerca pertinenti di Google e sulla nostra rete di siti partner. Per ulteriori informazioni su AdWords e per iniziare subito a pubblicare annunci, visita il sito web www.adwords.google.it.

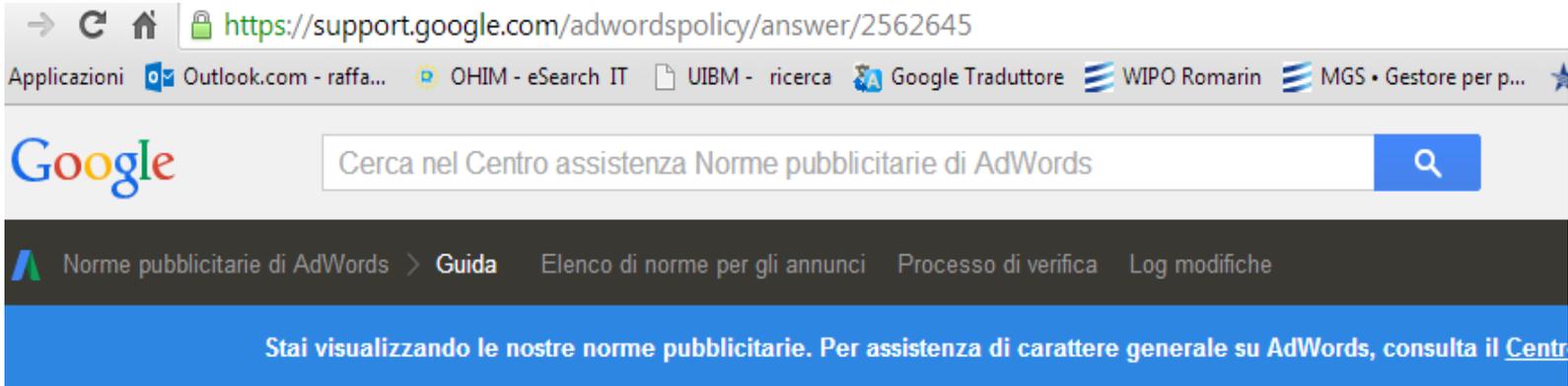
Il programma Google AdSense è diverso per il fatto che pubblica gli annunci Google AdWords su siti web di singoli. Google paga poi i publisher web per i clic eseguiti dagli utenti sugli annunci o per le impressioni degli annunci pubblicati sui loro siti, in base al tipo di annuncio.

There are two buttons: "Prova AdSense >" and "Prova AdWords >".

On the right side, there is a sidebar with the following links:

- Nozioni di base su AdSense
- Perché AdSense?
- Che cosa differenzia AdSense di Google dalle altre reti pubblicitarie?
- Lingue supportate da AdSense
- In che modo la partecipazione a questo programma può influire sulla posizione del sito tra i risultati di ricerca di Google?
- Differenze tra AdWords e AdSense
- Pubblicità sui siti AdSense
- Entrate AdSense

At the bottom of the sidebar, there is a section titled "Accedi ad AdSense" with a user icon and the text: "Per ottenere assistenza e suggerimenti specifici per l'account esegui l'accesso con l'indirizzo email del tuo account AdSense oppure scopri come iniziare a utilizzare AdSense."



The screenshot shows a browser window with the URL <https://support.google.com/adwordspolicy/answer/2562645>. The search bar contains the text "Cerca nel Centro assistenza Norme pubblicitarie di AdWords". Below the search bar, there are navigation links: "Norme pubblicitarie di AdWords", "Guida", "Elenco di norme per gli annunci", "Processo di verifica", and "Log modifiche". A blue banner at the bottom of the screenshot reads: "Stai visualizzando le nostre norme pubblicitarie. Per assistenza di carattere generale su AdWords, consulta il [Centro](#)".



Guida sui marchi per gli inserzionisti

[Norme per la tutela dei marchi di AdWords](#) | [Guida per i proprietari di marchi](#)



Google dà molta importanza ai marchi. In base a quanto stabilito dai [Termini e condizioni di AdWords](#) è vietato agli inserzionisti violare i diritti di proprietà intellettuale. Gli inserzionisti sono responsabili delle parole chiave scelte per attivare i propri annunci e del testo che scelgono di utilizzare in tali annunci.

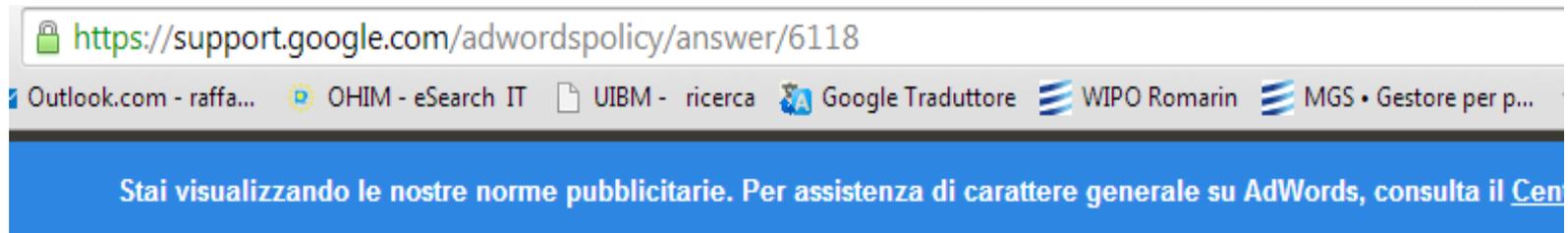
Panoramica della procedura relativa a un marchio



Se il proprietario di un marchio invia un reclamo a Google sull'uso del suo marchio, Google può applicare determinate restrizioni sull'uso di tale marchio negli annunci di testo di AdWords. Queste restrizioni influenzeranno gli annunci di testo delle campagne indirizzate alle aree geografiche in cui il proprietario del marchio rivendica diritti sul marchio.

Se non lo hai già fatto, [consulta le nostre norme per la tutela dei marchi](#) per scoprire in quali casi e in che modo gli annunci possono esserne interessati.

AD WORDS e AD SENSE di Google: INVIO DI UN RECLAMO



Norme per la tutela dei marchi di AdWords

[Guida per gli inserzionisti](#) | [Guida per i proprietari di marchi](#)

Filosofia di Google per i marchi

Se il proprietario di un marchio invia un reclamo a Google sull'uso di tale marchio negli annunci AdWords, Google si riserva di svolgere indagini ed eventualmente applicare restrizioni sull'uso del marchio negli annunci di testo AdWords. [Ulteriore assistenza per i proprietari di marchi](#)

PRESENTARE un RECLAMO:

da <https://support.google.com/adwordspolicy/answer/2562124>



“Google non limita l'uso del tuo marchio negli annunci di testo di AdWords, a meno che non presenti un reclamo valido, anche se il tuo marchio è registrato.

Puoi presentare a Google un reclamo relativo a un marchio se sei il proprietario dei diritti di marchio sul termine in questione nel Paese in questione.

*In genere, accettiamo i reclami relativi ai marchi dalla sede del proprietario del **marchio registrato**, dagli agenti autorizzati del proprietario, dal consulente legale del proprietario o da un organismo che funge da primo punto di contatto.*

Marchi registrati: per i marchi registrati, abbiamo bisogno di un **numero di registrazione del marchio** o una copia della registrazione prima di poter procedere con l'esame del reclamo.

Marchi non registrati: per il termine in questione devi dimostrare di possedere diritti di marchio validi in tutte le regioni citate nel tuo reclamo. La procedura per diventare proprietario di un marchio, sia tramite registrazione che tramite diritti d'uso, varia da un'area geografica all'altra. Google non può registrare i marchi per conto tuo. Per ulteriori informazioni, contatta il tuo consulente legale”



IL RUOLO DELLA AGCOM PER LA TUTELA DIRITTO D'AUTORE



www.agcom.it/tutela-del-diritto-d-autore

Outlook.com - raffa... OHIM - eSearch IT UIBM - ricerca Google Traduttore WIPO Romarin MGS • Gestore per p... Agenzia delle Dogan... UniCredit: C

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

ricerca avanzata

Home Autorità Documentazione Attività **Aree tematiche** Autorità trasparente Area stampa

PER GLI UTENTI ▶ PER GLI OPERATORI ▶

Tu sei qui: Aree tematiche | [Servizi media](#) | [Diritti digitali](#) | Tutela del diritto d'autore

Tutela del diritto d'autore

In materia di tutela del diritto d'autore, l'Autorità ha visto accrescere progressivamente il proprio ruolo grazie a diversi interventi del legislatore rinvenibili nella [legge sul diritto d'autore n. 633/41](#), come modificata in particolare dalla [legge n. 248/2000](#), nel [decreto legislativo sul commercio elettronico n. 70/2003](#), per le violazioni online, e nel [Testo unico dei servizi di media audiovisivi n. 177/2005](#), come modificato dal [decreto legislativo n. 44/2010](#), per quanto riguarda specificamente i servizi radiotelevisivi.

Ai fini dell'esercizio delle competenze summenzionate, con la delibera n. [680/13/CONS](#) del 12 dicembre 2013, l'Autorità ha adottato il "Regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica e procedure attuative ai sensi del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70".

Il provvedimento è stato approvato a valle di un percorso che ha visto l'Autorità svolgere tre consultazioni pubbliche:

- la prima, indetta con [delibera n. 668/10/CONS](#) del 17 dicembre 2010, sui "Lineamenti di provvedimento concernente l'esercizio delle competenze dell'Autorità nell'attività di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica",
- la seconda, avviata con [delibera n. 398/11/CONS](#) del 6 luglio 2011, ha avuto l'obiettivo di acquisire tutte le proposte e le osservazioni dei soggetti interessati sul testo del primo schema di regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica,
- la terza, con [delibera n. 452/13/CONS](#) del 25 luglio 2013, ha riguardato la "Consultazione pubblica sullo schema di regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di

AREE TEMATICHE

- Mercati
- Reti
- Servizi media**
 - Fornitori di servizi media
 - Diritti digitali**
 - Produzione audiovisiva europea e indipendente e i diritti secondari
 - Diritti sportivi
 - Tutela del diritto d'autore**
 - Workshop "Il diritto d'autore: modelli a confronto"
 - Interventi dell'Autorità a tutela del diritto d'autore
 - Indici di ascolto e sondaggi
 - Contenuti dei servizi media

AGCOM – IL NUOVO REGOLAMENTO



Delibera n. 680/13/CONS Regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica e procedure attuative ai sensi del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 - **In vigore da marzo 2014**

Il Regolamento intende tutelare le opere digitali (di carattere sonoro, audiovisivo, fotografico, editoriale, letterario, video ludico, software ...) diffuse attraverso reti di comunicazione elettronica attraverso due azioni complementari tra loro ed ugualmente importanti:

- a) il sostegno allo sviluppo del mercato dei contenuti mediante campagne informative e alla diffusione dell'offerta legale;
- b) **la lotta alla pirateria "professionale" attraverso procedure di *enforcement* effettive**, proporzionate e dissuasive che, pur tutelando il diritto d'autore, non comprimono in alcun modo gli altri diritti rilevanti.



**BLOCCO e OSCURAMENTO di siti
in violazione di diritti d'autore**

AGCOM – IL NUOVO REGOLAMENTO <https://www.ddaonline.it/>



IL DIRITTO D'AUTORE ONLINE

HOME | **REGOLAMENTO** | COMPILA MODULO | MANUALE D'USO | FAQ



ATTIVITÀ DEL COMITATO

Il Comitato per lo sviluppo e la tutela dell'offerta legale di opere digitali promuove la cultura della legalità nella fruizione delle opere digitali.

Il Comitato, inoltre, monitora lo sviluppo dell'offerta legale e la sua distribuzione sul mercato e cura iniziative a tutela della creatività e dell'industria culturale.

Regolamento

In vigore dal 31 marzo 2014, il [Regolamento in materia di tutela del diritto d'autore](#) promuove lo sviluppo dell'offerta legale di opere digitali e la loro corretta fruizione e definisce le procedure per l'accertamento da parte dell'Autorità delle violazioni commesse sulle reti di comunicazione elettronica.

Interventi dell'Autorità

L'Autorità può disporre l'archiviazione degli atti oggetto di un'istanza se ritiene che non sussista alcuna violazione. In caso contrario, nel rispetto dei criteri di gradualità, proporzionalità e adeguatezza, ordina ai prestatori di servizi di impedire o porre fine alla violazione. Consulta l'[elenco degli interventi dell'Autorità](#).

Come adeguarsi

La rimozione selettiva delle opere o la disabilitazione dell'accesso al sito devono essere realizzate entro tre giorni - due per i procedimenti abbreviati - dalla notifica dell'ordine. Prima dell'adozione di un ordine da parte dell'Autorità, i prestatori di servizi, i gestori delle pagine o dei siti internet e gli *uploader* possono rimuovere spontaneamente l'opera oggetto di violazione.

CODICI DI AUTOREGOLAMENTAZIONE

Puoi chiedere la rimozione dell'opera digitale diffusa illegalmente anche direttamente ai gestori di siti che hanno adottato apposite procedure. [Segnala i tuoi codici](#). Consulta l'[elenco](#).



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

MAPPA SITO | ACCESSIBILITÀ | CONTATTI

AGCOM – IL NUOVO REGOLAMENTO

<https://www.ddaonline.it/>



Il modulo per la richiesta di intervento è disponibile online:

<https://www.ddaonline.it/modulo/#opereDigitali>

DOCUMENTAZIONE DA ALLEGARE

- Modulo elettronico dell'istanza e dichiarazione di veridicità dei dati forniti.
- **Atto comprovante la titolarità del diritto d'autore** o dei diritti connessi o relativa dichiarazione da parte del soggetto istante.
- Copia del mandato, della procura o della delega conferiti al soggetto istante da ogni titolare del diritto riportato nel modulo elettronico.
- Screenshot, ovvero l'immagine che cattura l'istantanea di ciò che viene visualizzato su un dispositivo video (monitor del pc, televisore, ecc.).
- Ulteriore documentazione utile a comprovare le dichiarazioni effettuate.



IL RUOLO DELLA AGCM PER LA TUTELA DEL CONSUMATORE CONTRO LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

AGCM – AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO



INTERVENTI A TUTELA DEL CONSUMATORE
L'AGCM CONTRO LE PRATICHE
COMMERCIALI SCORRETTE



L'Autorità può accertare e bloccare, d'ufficio o su segnalazione dei soggetti interessati, le pratiche commerciali scorrette e le pubblicità ingannevoli e comparative illecite.

AGCM – AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO



INTERVENTI A TUTELA DEL CONSUMATORE L'AGCM CONTRO LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

IL QUOTIDIANO ON LINE DELL'ECONOMIA DIGITALE I

Mercoledì 29 Ottobre 2014

PA DIGITALE | TLC | IT WORLD | E-PAYMENT | CLOUD | JOB & SKILL | TECH ZONE
MEDIA | SMART CITY | PROTAGONISTI | ICT & LAW

HOME » IT World » Agcm oscura 1.600 vetrine web pirata



GIRO D'AFFARI DA 65 MLN L'ANNO

Agcm oscura 1.600 vetrine web pirata

Chiusi dall'Authority 112 siti Internet di vendita di orologi contraffatti: generavano un giro d'affari di 65 milioni di euro l'anno di LM.



L'Agcm oscura 112 siti Internet destinati alla vendita di orologi contraffatti, che producevano un giro d'affari complessivo di 65 milioni di euro l'anno. L'azione dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato è stata portata a termine in collaborazione con la Guardia di Finanza, su istanza di Indicam, l'Istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione dei marchi.

Ogni piattaforma web oggetto del provvedimento disponeva di numerose versioni linguistiche che, complessivamente, si traducono in almeno 1.600 vetrine virtuali attraverso le quali entrare in contatto con i consumatori di tutto il mondo per commercializzare orologi contraffatti di una ventina tra i più conosciuti marchi di fascia media. La capacità di offerta della rete di contraffattori, stando alle stime elaborate da Convey (società specializzata nella Internet brand protection che ha individuato l'esistenza di questo "agglomerato illegale" dimostrandone l'elevata pericolosità per i marchi) ammonterebbe a oltre 200mila pezzi l'anno.

"I marchi interessati - si legge in un comunicato dell'Agcm - sono 47 e vanno dal prodotto più semplice a quello di extralusso. Tutti i siti oscurati erano strutturati come outlet che proponevano, in diverse

AGCM – AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO



INTERVENTI A TUTELA DEL CONSUMATORE L'AGCM CONTRO LE PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

www.agcm.it/stampa/news/6445-made-in-italy-lantitrust-con-la-collaborazione-del-nucleo-speciale-tutela-mercati-della-gua

MARCHI CONTRAFFATTI AGCM



COMUNICATO STAMPA

MADE IN ITALY: L'ANTITRUST, CON LA COLLABORAZIONE
DEL NUCLEO SPECIALE TUTELA MERCATI DELLA GUARDIA
DI FINANZA, OSCURA DUE SITI DI OCCHIALI CONTRAFFATTI A MARCHIO RAY BAN

Quarto procedimento dell'Autorità a difesa di chi acquista sul web convinto di comprare prodotti di marca a prezzi scontati. Intervento anche a tutela della salute dei consumatori perché lenti di dubbia qualità avrebbero potuto provocare danni alla vista.

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, in collaborazione con il Gruppo Antitrust del Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza, ha oscurato due siti che vendevano occhiali contraffatti a marchio Ray Ban. Dei due siti, discountraybansunglasses.org e raybanstores.com, risulta essere titolare nonché *registrant* il Sig Huang Jianhai.

L'intervento dell'Antitrust si è reso necessario per tutelare i tanti consumatori che acquistavano sui siti, convinti di scegliere prodotti originali del famoso marchio offerti a prezzi outlet. L'interruzione si è rivelata particolarmente urgente anche perché gli occhiali in vendita, di dubbia qualità, avrebbero potuto provocare danni alla vista.

Secondo le segnalazioni presentate dall'associazione dei consumatori Adoc e dall'Indicam, Istituto Centromarca per la lotta alla contraffazione, che ha inoltrato la denuncia del titolare del marchio, i consumatori venivano tratti in inganno dalla struttura dei siti, "costruiti" in modo da apparire rivenditori ufficiali dei prodotti pubblicizzati: non solo i nomi, ma le immagini e le foto inserite, a fronte di sconti dal 50 al 70% dei prezzi ufficiali, rendevano credibili le offerte. Si trattava in sostanza di siti che per l'allestimento e la grafica costituivano cloni di quelli originali. I siti non fornivano le informazioni prescritte dalla legge sui diritti degli acquirenti in tema di recesso e di ripensamento ed in tema di garanzia (che evidentemente non poteva essere riconosciuta perché si trattava di merce contraffatta), inoltre mancavano del tutto le informazioni sui professionisti o gli indirizzi precisi cui potersi rivolgere in caso di reclami.

Con questa decisione salgono a quattro gli interventi effettuati dall'Antitrust a tutela dei consumatori che acquistano sul web: l'oscuramento dei siti segue quello già effettuato per siti cloni di prodotti a marchio Prada e Gucci mentre per i beni contraffatti a marchio Hogan, dopo l'avvio del procedimento per pratica commerciale scorretta da parte degli uffici dell'Antitrust, il titolare ha autonomamente provveduto a inibire l'accesso al sito stesso dal territorio italiano.



AGCM – AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

www.agcm.it/stampa/news/6921-lotta-alla-contraffazione-antitrust-dispone-la-chiusura-di-50-siti-che-vendevano-falsi-prodo

MARCHI CONTRAFFATTI AGCM

Comunicati stampa News Progetto scuola Video istituzionali

Lotta alla contraffazione: Antitrust dispone la chiusura di 50 siti che vendevano falsi prodotti di grandi marchi

12 Maggio 2014

COMUNICATO STAMPA

LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE: ANTITRUST DISPONE LA CHIUSURA DI 50 SITI CHE VENDEVANO FALSI PRODOTTI DI GRANDI MARCHI

L'oscuramento dei siti scatterà il 16 maggio 2014 se i titolari dei siti stessi non sospenderanno autonomamente l'attività.

Tre giorni per sospendere autonomamente l'attività: è il tempo concesso dall'Antitrust a tre gestori di siti *on line* che vendono beni di grandi marchi contraffatti, prodotti con materiali non a norma e potenzialmente dannosi per la salute. Trascorso il termine l'Autorità procederà all'oscuramento dei siti grazie alla collaborazione del gruppo Antitrust del Nucleo Speciale Mercati della Guardia di Finanza.

Il nuovo intervento dell'Antitrust interessa tre soggetti stranieri, Sig Huang Jia (23 nomi a dominio), il Sig Newwfsf Niw, (13 nomi a dominio) e il Sig Qingxia Chen (14 nomi a dominio) che prospetterebbero ai consumatori italiani la possibilità di acquistare *on-line* abbigliamento, scarpe ed accessori di grandi marchi come Gucci, Hogan, Moncler, Burberry, Woolrich, Belstaff, Louis Vuitton, Prada, Nike, Carrera e Alviero Martini. In realtà i prodotti, secondo le segnalazioni ricevute dall'associazione dei consumatori Adoc e dall'Indicam, Istituto Centromarca per la lotta alla contraffazione, sarebbero contraffatti e potrebbero, addirittura, essere dannosi per la salute. Sui siti mancherebbero tutte le informazioni sull'identità ed l'indirizzo geografico dei venditori, oltre a qualsiasi indicazione sui diritti previsti a tutela del consumatore nella fase post vendita. Preclusa, essendo i prodotti contraffatti, anche la possibilità per gli acquirenti di usufruire della garanzia legale di conformità

Roma, 12 maggio 2014

- Provvedimento [PS9476](#)
- Provvedimento [PS9477](#)
- Provvedimento [PS9478](#)



COME SEGNALARE

- tramite posta ordinaria a *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Piazza Giuseppe Verdi 6/A – 00198 Roma*;
- via fax al numero dell'Ufficio Protocollo 06 85821256;
- compilando e inviando *on line* il modulo cui si accede tramite il *link* [segnala on line](#).

COME SEGNALARE



Sei qui: Home :: [Invia segnalazione online](#)

[Home](#) | [Concorrenza](#) | [Consumatore](#) | [Conflitto di interessi](#) | [Attività di segnalazione](#) | [Moduli](#) | [Stampa e comunicazione](#)

Segnalazione in materia di tutela del consumatore e di pubblicità ingannevole e comparativa

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Piazza Verdi, 6/a
00198 Roma

[Sezione 1](#) | [Sezione 2](#) | [Sezione 3](#) | [Sezione 4](#) | [Sezione Invio](#)

Sezione 3. FATTO CHE SI VUOLE SEGNALARE

Breve descrizione del fatto segnalato (massimo 12000 caratteri)
(Descrivere l'accaduto evidenziando i contenuti del problema riscontrato e, ove possibile, le date in cui si sono verificati i fatti)

COME SEGNALARE



IL MESSAGGIO È RITENUTO INGANNEVOLE RIGUARDO A:

le caratteristiche dell'offerta:

- indisponibilità/disponibilità limitata
- assistenza post vendita
- consegna
- caratteristiche, funzioni e/o risultati prospettati
- proprietà salutistiche e terapeutiche
- proprietà ecologiche
- trattamento reclami
- altro (specificare)

le condizioni economiche:

- prezzo/sconto
- modalità calcolo prezzo/sconto
- spese accessorie
- modalità pagamento
- false affermazioni di gratuità
- finanziamento finalizzato al consumo
- costi/penali per l'esercizio del diritto di

recesso

- altro (specificare)

le qualifiche dell'impresa:

- capacità/autorizzazione a svolgere l'attività
- titolarità marchi, brevetti o altri riconoscimenti
- la sua riconoscibilità (pubblicità occulta)
- il pericolo per la salute e la sicurezza dei consumatori
- i destinatari (messaggio diretto a bambini o adolescenti)



b) Altri comportamenti scorretti

(N.B. Indicare, ove possibile, l'esatta denominazione del prodotto o del servizio al fine di consentire un intervento tempestivo e mirato)

Prodotto/servizio



Avv. Chiara Luzzato
STUDIO TORTA
luzzato@studiotorta.it