



Report Amazon sulla protezione dei marchi



Publicato Giugno 2022

Introduzione

Amazon è nota per la sua estrema attenzione verso il cliente, la cui componente fondamentale è rappresentata dal concetto di guadagnarne e mantenerne la fiducia. Per questo motivo siamo ogni giorno così impegnati nella creazione di un'esperienza di acquisto affidabile. Oggi noi e i nostri milioni di partner di vendita - la stragrande maggioranza dei quali sono piccole e medie imprese - serviamo centinaia di milioni di clienti in tutto il mondo che si aspettano di ricevere un prodotto autentico quando comprano nel nostro store direttamente da Amazon o da uno dei nostri venditori terzi.

Nel 2021 Amazon ha investito oltre 900 milioni di dollari e ha impiegato più di 12.000 persone - tra cui personale esperto nell'apprendimento automatico o machine learning, sviluppatori di software e investigatori esperti -, che si dedicano alla protezione dei clienti, dei marchi, dei partner di vendita e dello store da contraffazioni, frodi e altre forme di abuso. Sono orgoglioso degli incredibili risultati raggiunti dal nostro team - in collaborazione con i titolari dei diritti, le forze dell'ordine e altri soggetti - per garantire che il nostro negozio sia un luogo in cui i clienti possono continuare a fare acquisti con fiducia.

Questo è il nostro secondo report di Amazon sulla protezione dei marchi e illustra in dettaglio tutti gli entusiasmanti progressi che abbiamo fatto. Rimaniamo concentrati sulle stesse tre aree chiave della nostra strategia che abbiamo menzionato l'anno scorso: (i) controlli proattivi solidi ed estremamente efficaci per proteggere il nostro store, (ii) strumenti innovativi nel settore per consentire ai titolari dei diritti di collaborare con noi allo scopo di proteggere meglio i loro marchi, e (iii) perseguire i contraffattori nelle opportune sedi giuridiche per aiutare l'intero settore a liberarsi dei contraffattori. Di seguito alcuni dei punti salienti:

1. I nostri solidi controlli di venditori e prodotti, uniti agli sforzi affinché i contraffattori vengano riconosciuti responsabili per le loro condotte, li stanno dissuadendo dal tentare di vendere sul nostro store. Nel 2021 abbiamo bloccato oltre 2,5 milioni di tentativi di creare nuovi account di vendita, prima che pubblicassero una sola offerta di vendita. Questo dato è in calo rispetto agli oltre 6 milioni di tentativi dell'anno precedente.
2. Abbiamo registrato una continua crescita dell'adozione e dell'efficacia degli strumenti automatici di protezione del marchio; tale crescita continua a ridurre il numero di problematiche che i marchi sono in grado di identificare e segnalarci. Nel 2021 il servizio Brand Registry è cresciuto fino a comprendere oltre 700.000 marchi attivi, con un aumento del 40% rispetto all'anno precedente. Al contempo, il numero medio di notifiche di violazione per contraffazione valide presentate da un marchio incluso nel Brand Registry è diminuito del 25% rispetto all'anno precedente.
3. Continuiamo a impegnarci per garantire che i contraffattori siano ritenuti responsabili, impedendo loro di commettere violazioni ai danni del nostro store e di quelli di altri rivenditori del settore.
 - L'Unità di Amazon per i crimini di contraffazione (la Counterfeit Crimes Unit, CCU) ha citato in giudizio o segnalato alle forze dell'ordine oltre 600 contraffattori tra Stati Uniti, Regno Unito, UE e Cina, con un aumento del 300% rispetto all'anno precedente.

- Abbiamo individuato, messo in quarantena e smaltito in modo appropriato oltre 3 milioni di prodotti contraffatti, impedendo in tal modo che raggiungessero i clienti o che venissero rivenduti in altri punti della catena di approvvigionamento al dettaglio. Tale operazione ha riguardato sia i prodotti contraffatti che i truffatori hanno tentato di immettere nella nostra rete di distribuzione, sia le situazioni in cui abbiamo collaborato con marchi e forze dell'ordine per individuare i magazzini e gli stabilimenti dei contraffattori e farli chiudere.
- Sulla base di quanto appreso e dei progressi compiuti nel proteggere il nostro store, abbiamo pubblicato delle raccomandazioni sui passi da compiere per porre fine alla contraffazione grazie alla collaborazione fra settore pubblico e privato. Tali raccomandazioni mettono in evidenza il ruolo dello scambio di informazioni tra i rivenditori del settore privato per fermare i contraffattori, la collaborazione con le dogane per proteggere le frontiere e l'importanza di aumentare le risorse destinate alle forze dell'ordine per perseguire i contraffattori. Sebbene sia ancora presto, siamo molto entusiasti del dialogo costruttivo con altri attori scaturito anche da tali raccomandazioni, così come del nostro impegno in molteplici progetti pilota di condivisione dei dati e delle prime vittorie legali ottenute.

Quest'anno abbiamo incluso una quarta area di interesse: l'educazione e il supporto dei clienti. Abbiamo lanciato diverse nuove iniziative per informare i consumatori sul motivo per cui dovrebbero acquistare solo prodotti autentici. Continueremo a investire per affrontare sia in modo proattivo che reattivo eventuali problemi che si dovessero presentare affinché i clienti si sentano sempre tutelati.

Da quando abbiamo lanciato il nostro business nel 1995, la fiducia è sempre stata alla base di tutto ciò che facciamo. Quasi 27 anni dopo siamo più determinati che mai nel proteggere i clienti, i marchi, i partner di vendita e il nostro store. Nonostante siamo soddisfatti dei progressi compiuti, non ci fermeremo finché non avremo azzerato le contraffazioni nel nostro store, e continueremo a investire e innovare fino al raggiungimento di questo obiettivo. Apprezziamo anche il coinvolgimento crescente e le collaborazioni nel settore della lotta alla contraffazione. Siamo entusiasti di ciò che possiamo fare insieme per assicurare che i contraffattori vengano ritenuti responsabili delle proprie azioni, e garantire che l'intero settore si liberi dalla contraffazione.

Vi invito a leggere il nostro Report 2021 sulla protezione dei marchi.

Grazie,



Dharmesh Mehta

*Vicepresidente, Worldwide Selling
Partner Services, Amazon*

Sommario

Introduzione	02
Sezione 1: Solidi controlli proattivi	06
Sezione 2: Strumenti efficaci per Proteggere i Marchi	08
Sezione 3: Azioni legali nei confronti dei contraffattori	12
Sezione 4: Educazione dei clienti	15

Il nostro impegno per la protezione del marchio

Iniziamo questo report come abbiamo fatto l'anno scorso, con l'obiettivo costante di essere l'azienda più incentrata sul cliente al mondo, dove le persone possono trovare e scoprire la più ampia selezione possibile di prodotti autentici. Lavoriamo duramente per guadagnare e mantenere la fiducia dei clienti e vietiamo rigorosamente la vendita di prodotti contraffatti. Innoviamo costantemente per individuare i prodotti contraffatti e impedire che raggiungano i nostri clienti.

La nostra strategia di protezione del marchio rimane focalizzata su tre pilastri: controlli proattivi, strumenti efficaci per i marchi e azioni legali nei confronti dei contraffattori. E quest'anno abbiamo aggiunto un nuovo pilastro incentrato sull'informazione e sul supporto ai clienti. Siamo orgogliosi di condividere i nostri progressi e le ultime innovazioni in questo report sulla protezione dei marchi.



Sezione 1:

Solidi controlli proattivi

Vendere nello store Amazon apre un mondo di opportunità agli imprenditori. Rendiamo semplice la creazione di un account di vendita per i venditori onesti, mentre lo rendiamo estremamente difficile per i malintenzionati.

Amazon ha ideato strumenti innovativi nel settore 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. I nostri sistemi proprietari analizzano centinaia di dati unici per verificare le informazioni e rilevare potenziali rischi.

Verifica dei venditori

Nel 2021 abbiamo reso ancora più difficile per i malintenzionati registrare un account di vendita. Una parte fondamentale del nostro processo di verifica degli account che ha reso possibile questo risultato è il nostro programma di verifica in persona, che richiede ai potenziali venditori di avere colloqui individuali con uno dei membri del nostro team per verificare la loro identità e la loro documentazione. Questo processo è ulteriormente rafforzato dalla verifica dell'ubicazione fisica del venditore e degli strumenti di pagamento. Ci avvaliamo anche di modelli di machine learning che utilizzano centinaia di dati relativi al potenziale cliente per individuare i rischi, tra cui le relazioni con contraffattori identificati e bloccati.

Nel 2021:



Abbiamo continuato a estendere la procedura di verifica di persona, e alla fine dell'anno il 100% dei nuovi venditori ha dovuto superare questo controllo per poter vendere nei nostri store negli Stati Uniti (Amazon.com), nel Regno Unito, in Canada, nei paesi membri dell'UE, in Giappone e in molte altre nazioni.



Abbiamo bloccato oltre 2,5 milioni di account di vendita sospetti prima che pubblicassero una singola offerta di vendita, in calo rispetto agli oltre 6 milioni di tentativi dell'anno precedente. Il nostro solido controllo dei venditori e le nostre azioni legali nei confronti dei contraffattori stanno dissuadendo i contraffattori dal tentare di accedere al nostro store.

Monitoraggio continuo

Monitoriamo costantemente il nostro store alla ricerca di potenziali violazioni. Dal momento in cui un venditore inserisce un prodotto in vendita nel nostro store, la nostra tecnologia avanzata esegue una scansione continua alla ricerca di potenziali contraffazioni, frodi e abusi, incluse le modifiche successive che vengono inviate per il prodotto. Quando abbiamo bisogno di verificare più da vicino un potenziale problema, selezioniamo e mettiamo da parte i prodotti in questione per una revisione dettagliata da parte dei nostri esperti investigatori. E, quando individuiamo un problema, agiamo rapidamente per proteggere clienti e marchi, anche attraverso la rimozione dei contenuti o delle offerte dubbie, il blocco degli account, il blocco dei fondi e la segnalazione dei malintenzionati alle forze dell'ordine.

- La tecnologia automatizzata di Amazon ha scansionato più di 8 miliardi di tentativi al giorno di modifica delle pagine di dettaglio dei prodotti alla ricerca di segnali di potenziali abusi, rispetto agli oltre 5 miliardi nel 2020.
- Amazon ha bloccato più di 4 miliardi di offerte sospette prima che venissero pubblicate nel nostro store. Si tratta di offerte sospettate di essere fraudolente, illecite, false, a rischio di altre forme di abuso o che presentavano notevoli problemi di qualità del prodotto.

Fermare i malintenzionati attraverso lo scambio di informazioni con l'USPTO

Amazon sostiene gli obiettivi dell'Ufficio brevetti degli Stati Uniti (United States Patent and Trademark Office, USPTO) per prevenire frodi e abusi. La presentazione di domande di registrazione di marchio fatta in maniera puntuale va a vantaggio di tutte le aziende, grandi e piccole, in quanto assegnano rapidamente le registrazioni ai creatori e innovatori.

INel 2021 abbiamo migliorato la comunicazione e il supporto all'USPTO. Amazon ora acquisisce direttamente dall'USPTO le informazioni in merito allo stato delle registrazioni e alle parti che sono state oggetto di sanzioni proprio dall'USPTO, inclusi avvocati collusi, per garantire che le domande e le registrazioni fraudolente di marchio non vengano utilizzate per iscriversi a Brand Registry. Inoltre, ci avvaliamo di queste informazioni per far emergere segnali di potenziali abusi all'interno dei nostri store. Allo stesso modo, Amazon condivide informazioni relative a comportamenti e tendenze abusive all'interno dei nostri store con l'USPTO, per supportare le loro indagini su potenziali frodi da parte di richiedenti e registranti.

Questo canale di comunicazione è a vantaggio di tutti: l'USPTO è in grado di migliorare la qualità delle proprie informazioni e Amazon è in grado di migliorare l'accuratezza di Brand Registry. Nel 2021, questo dialogo sempre più approfondito ci ha permesso di fermare 2000 tentativi di utilizzo di un marchio segnalato come fraudolento dall'USPTO per registrarsi in Brand Registry. Ci auguriamo di poter continuare a supportare l'USPTO e di estendere il nostro sostegno anche ad analoghi uffici a livello globale.



Philips e Amazon continuano la loro collaborazione per valorizzare l'integrità del marchio PHILIPS su Amazon, approfondendo l'analisi dei comportamenti abusivi dei venditori per creare maggiori opportunità di applicazione della legge da parte di entrambe le aziende.”

PHILIPS

Sezione 2:

Strumenti efficaci per Proteggere i Marchi

Brand Registry

Nel 2017 abbiamo lanciato Brand Registry di Amazon, un servizio gratuito che fornisce ai titolari di marchi, indipendentemente dal fatto che vendano o meno nel nostro store, l'accesso a una serie di efficaci strumenti che li aiutano a gestire e proteggere i propri diritti di proprietà intellettuale. Attraverso lo strumento di segnalazione delle violazioni, i titolari di marchio possono cercare, identificare e segnalare le violazioni e, successivamente, tenerne traccia all'interno di una dashboard dedicata. Brand Registry consente inoltre ad Amazon di tutelare i marchi in modo più efficace attraverso protezioni automatizzate che sfruttano il machine learning e i dati forniti. Le nostre protezioni automatizzate scansano continuamente gli store di Amazon per individuare prodotti potenzialmente contraffatti. Nel 2021:

- Brand Registry è cresciuto fino a comprendere oltre 700.000 marchi attivi, rispetto agli oltre 500.000 del 2020, con un aumento del 40%.
- Grazie ai continui miglioramenti delle nostre protezioni automatizzate, i marchi hanno rilevato un minor numero di prodotti contraffatti nello store di Amazon. Il numero medio di notifiche di violazione valide presentate da un marchio in Brand Registry è diminuito del 25% rispetto al 2020.

“In quanto importante piattaforma di e-commerce internazionale, Amazon tiene in grande considerazione le voci e le richieste dei titolari dei diritti. Brand Registry consente di gestire le richieste di rimozione e fornisce un servizio di serializzazione tramite strumenti come “Transparency” e “Project Zero”, grazie ai quali i titolari dei diritti possono agire per proteggere i propri marchi. Tutti questi sforzi garantiscono molta comodità al nostro lavoro di protezione del marchio e anticontraffazione e costituiscono un buon modello per altre aziende di e-commerce. Non vediamo l'ora di continuare ad approfondire il lavoro con Amazon per creare insieme un ambiente di e-commerce più affidabile per i consumatori di tutto il mondo”.



“Proteggere i marchi dalle contraffazioni è un lavoro che richiede una vigilanza costante e un'innovazione continua. Le preziose informazioni fornite dai marchi tramite il Brand Registry ci consentono di prevenire proattivamente la comparsa di prodotti contraffatti nei nostri store in tutto il mondo. Siamo molto orgogliosi della nostra missione di proteggere marchi e clienti”.



Raj Kizhakkekalathil,
Direttore, Brand Registry, Amazon

 amazon brand registry

IP Accelerator

IP Accelerator aiuta le aziende a ottenere più rapidamente il riconoscimento dei propri diritti di proprietà intellettuale, e a proteggerli ovunque, non solo su Amazon. Queste aziende possono registrarsi su Brand Registry anche con un marchio in attesa di registrazione, avendo quindi la possibilità di beneficiare di alcuni degli strumenti di Amazon per proteggere il proprio marchio. IP Accelerator mette in contatto le aziende con una rete scelta di studi legali di fiducia che si occupano di proprietà intellettuale, affinché le aiutino a usufruire dei servizi di alta qualità per la registrazione di marchi, a prezzi competitivi. Nel 2021:

- Tramite IP Accelerator abbiamo messo in contatto più di 5.900 piccole e medie imprese (PMI) con la nostra rete di studi legali di fiducia. Dal lancio del programma nel 2019, oggi abbiamo oltre 12.000 marchi registrati al Brand Registry tramite IP Accelerator.
- Abbiamo lanciato IP Accelerator in altri cinque paesi: Australia, Brasile, Canada, Messico e Singapore, dopo averlo reso disponibile negli Stati Uniti, Europa, India, Giappone e Regno Unito.
- Abbiamo ampliato il team di avvocati di IP Accelerator, per essere ora in grado di servire le PMI in 11 lingue: inglese, francese, tedesco, giapponese, coreano, mandarino, spagnolo, hindi, gujarati, italiano e portoghese.

“Noi di MAVEN IP abbiamo avuto un’esperienza straordinaria con il programma IP Accelerator. Questo programma, che offre ai venditori Amazon una corsia preferenziale per il Brand Registry con una domanda in sospeso per la registrazione federale del marchio, ha aperto gli occhi agli imprenditori sull’importanza e la rilevanza della protezione dei diritti di marchio. Non solo vediamo proprietari di piccole e medie imprese impegnati a garantire i diritti di marchio, ma abbiamo notato il loro interesse nel creare marchi distintivi che garantiscano la massima protezione”.

Janet Moreira,
Maven IP

MAVEN[®] **ip**
Protecting your creative capital[™]

“IP Accelerator fornisce ai venditori esordienti e a quelli esperti gli strumenti di cui hanno bisogno per affrontare il processo di creazione di un brand. È stato un piacere assistere i venditori nelle operazioni di ricerca e documentazione necessarie per permettere loro di mettere in pratica le proprie idee e costruire con fiducia i propri marchi”.

Meichelle MacGregor,
Cowan, Liebowitz & Latman PC

**COWAN
LIEBOWITZ
&
LATMAN**



Project Zero

Project Zero combina la tecnologia avanzata di Amazon con la sofisticata conoscenza che i marchi hanno della loro proprietà intellettuale e di come individuare le contraffazioni dei loro marchi. Ciò avviene attraverso i nostri efficaci strumenti, tra cui la possibilità senza precedenti per i marchi di rimuovere direttamente le inserzioni dal nostro store. Nel 2021:

- Altri 2.000 marchi hanno aderito a Project Zero, portando il numero totale a oltre 20.000.
- Tra i marchi iscritti a Project Zero, per ogni offerta rimossa da un marchio, le protezioni automatizzate di Amazon hanno rimosso proattivamente più di 1.000 sospette violazioni.

“Project Zero è una fantastica iniziativa di Amazon. Lo strumento ha portato sollievo tra i proprietari dei marchi e funziona senza problemi. Siamo molto riconoscenti ad Amazon per aver avviato programmi proattivi di protezione del marchio. Ci sentiamo sicuri sapendo che il nostro marchio e i nostri clienti sono protetti”.



Transparency

Transparency è un servizio di serializzazione che impedisce ai prodotti contraffatti di raggiungere i clienti di tutto il mondo. I marchi applicano a 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. Sebbene qualsiasi rivenditore possa scegliere di verificare questi codici, per i prodotti registrati in Transparency è Amazon che verifica il 100% delle unità di prodotto. Gli articoli privi di un codice valido vengono identificati e bloccati, in modo che solo i prodotti autentici raggiungano i clienti. Nel 2021:

- Più di 23.000 marchi hanno usato Transparency a livello globale, con un aumento del 35% rispetto al 2020.
- Transparency ha consentito di proteggere oltre 750 milioni di unità di prodotto, con un aumento del 50% rispetto al 2020.

Nel 2021 abbiamo lanciato il servizio Track and Trace, che consente ai marchi di rintracciare i prodotti nei loro canali di distribuzione, e accedere ad analisi avanzate sui resi dei clienti. Questo servizio aiuta i marchi ad individuare eventuali difetti ricorrenti nei prodotti a livello di fabbrica o di lotto di produzione, e ad intervenire sulle cause principali.

“Transparency ci dà sicurezza. Ogni singolo prodotto che vendiamo ha un codice univoco, in modo che potenziali malintenzionati non possano trarre profitto dal nostro duro lavoro”.



“Il programma Transparency ci ha dato la sicurezza di spostare l'attenzione dalla protezione del nostro marchio alla crescita del nostro marchio”.



Per sapere di più sul modo in cui il servizio Transparency è stato messo direttamente in pratica da questi marchi, leggete i seguenti casi di studio:

[➤ Caso di studio Koala Babycare](#)

[➤ Caso di studio Mindbeast](#)

Amazon Patent Evaluation Express

Nel 2018 Amazon ha lanciato il progetto pilota di valutazione espressa dei brevetti (Amazon Patent Evaluation Express, APEX) che offre ai titolari di brevetti per modello di utilità un forum per risolvere in modo più efficace le controversie per violazione di brevetto, e ridurre significativamente l'onere dei costi per entrambe le parti. Nel 2021 APEX è stato lanciato ufficialmente come funzione all'interno dello strumento di segnalazione delle violazioni di Brand Registry, consentendo ai marchi di richiedere valutazioni per le controversie sui brevetti per modello di utilità e seguire il processo decisionale.

A causa della complessità tecnica di molti brevetti per modello di utilità, può essere complicato determinare se un prodotto è in violazione sulla base delle sole indicazioni visive, e tale processo decisionale può richiedere competenze sia tecnologiche che di diritto brevettuale. Per questo motivo, lo strumento APEX prevede l'intervento di una terza parte esperta che stabilisca se un prodotto è in violazione. Questi avvocati non sono associati ad Amazon, e Amazon non è coinvolta nel processo di valutazione.

- I casi APEX vengono decisi in media in 7 settimane, molto più velocemente rispetto ai due anni necessari per arrivare al processo nella media delle cause sui brevetti statunitensi.

APEX è gratuito per la parte vincente. I partecipanti depositano 4.000 dollari ciascuno, al termine del processo il valutatore restituisce al vincitore la cifra in deposito. I 4.000 dollari della controparte vengono versati al valutatore per il suo lavoro. Un'azione legale per violazione di brevetto può costare da centinaia di migliaia a milioni di dollari e durare diversi anni, il che rende APEX un'opzione conveniente e veloce per contestare le rivendicazioni di brevetto.



Abbiamo sempre saputo che il ricorso al tribunale era un'opzione disponibile per far valere la nostra proprietà intellettuale, ma le cause per violazione di brevetto possono consumare una piccola impresa, distrarre dall'innovazione e generare ingenti spese legali. Con Amazon Patent Evaluation Express le cose sono diverse. Si tratta di un processo semplice e conveniente, con un punto di arrivo chiaro, che si è rivelato efficace nel far rispettare il nostro brevetto. APEX è un punto di svolta per le piccole imprese.”

– Adam Fazackerley,
COO e co-fondatore di Lay-n-Go

LAY/N/GO.

Sezione 3: Azioni legali nei confronti dei contraffattori

Unità di Amazon per i crimini di contraffazione

Per potenziare gli sforzi nelle controversie e intensificare la collaborazione con le forze dell'ordine di tutto il mondo, nel 2020 Amazon ha istituito la Counterfeit Crimes Unit (CCU, Unità dedicata ai Crimini di Contraffazione). Il team della CCU è composto da ex pubblici ministeri, ex agenti della polizia, investigatori con anni di esperienza e data analyst. La CCU, le agenzie doganali e le forze dell'ordine condividono le informazioni per rintracciare i contraffattori, chiudere gli account di malfattori, sequestrare le scorte contraffatte e perseguire i soggetti coinvolti. La CCU ha smantellato le attività dei contraffattori e distrutto le loro reti attraverso cause civili, azioni congiunte per l'applicazione delle norme e sequestri in collaborazione con le forze dell'ordine in tutto il mondo, anche nei confronti di distributori, fornitori di servizi logistici, influencer dei social media e fornitori di fatture false. Nel 2021:

- Amazon ha intentato cause civili nei confronti di oltre 170 contraffattori nei tribunali degli Stati Uniti.
- Amazon ha citato in giudizio o deferito oltre 600 truffatori negli Stati Uniti, nel Regno Unito, nell'UE e in Cina, con un aumento di oltre il 300% rispetto al 2020.
- Abbiamo collaborato con marchi come Yeti, GoPro, Hanesbrands, Valentino, Weber, Salvatore Ferragamo, Whirlpool e Procter & Gamble, per perseguire i contraffattori a livello globale.
- Nell'ottobre 2021, le indagini della CCU di Amazon hanno portato a un'operazione congiunta con il U.S. Customs and Border Protection (CBP) e il Los Angeles Sheriff's Department (LASD) che ha avuto come risultato il sequestro di beni automobilistici contraffatti per un valore di oltre 1,2 milioni di dollari. Questi beni contraffatti costituivano un rischio potenziale per i consumatori, in quanto rappresentavano un ostacolo per i sensori di sicurezza delle automobili. Il blocco delle spedizioni non ha protetto solo i clienti di Amazon, ma anche quelli che fanno acquisti presso altri rivenditori dove i contraffattori intendevano vendere i loro prodotti.
- Le autorità cinesi di vigilanza e amministrazione del mercato (MSA) con sede nella città di Yiwu, nella provincia di Zhejiang, hanno fatto irruzione in un magazzino e sequestrato cinture e accessori per fibbie contraffatti, grazie alle indagini congiunte di Amazon e Salvatore Ferragamo. Grazie a questo sequestro, si è impedito che prodotti contraffatti venissero venduti attraverso i canali di vendita al dettaglio in tutto il mondo.

“Siamo orgogliosi del lavoro che abbiamo svolto con Amazon per combattere la contraffazione online e di essere stati pionieri nel farlo anche offline. Ora siamo lieti di vedere altre aziende seguire il nostro esempio, a dimostrazione di una tendenza rafforzata nelle attività offline che servono al meglio come forte deterrente per i malintenzionati”.

“In due anni la CCU si è affermata come partner globale dei marchi e delle forze dell'ordine grazie alla nostra azione aggressiva contro i contraffattori. La nostra missione è interrompere e smantellare queste reti perseguendo i loro proventi illeciti, promuovendo azioni in sedi legali e ottenendo sentenze e ingiunzioni civili per garantire che i consumatori acquistino solo prodotti autentici e sicuri e che i malintenzionati siano chiamati a rispondere delle loro azioni”.


VALENTINO
GARAVANI



Kebharu Smith,
Direttore e
Associate General
Counsel – CCU
Amazon

Collaborazione tra settore pubblico e settore privato per fermare la contraffazione

La vendita – o il tentativo di vendita – di prodotti contraffatti è un reato che noi vogliamo fermare alla fonte, e ciò richiede un profondo coordinamento con tutti i nostri partner in questo campo. I settori pubblico e privato, così come il settore della vendita al dettaglio e gli enti pubblici, devono collaborare per fermare i contraffattori e proteggere i consumatori, i titolari dei diritti e gli operatori dei negozi da questi criminali.

Per questo motivo, nell'ottobre 2021, Amazon ha lanciato un progetto di collaborazione tra settore pubblico e settore privato per fermare le contraffazioni. Le raccomandazioni di Amazon sono contenute nel [Position Paper](#) del nostro progetto, in cui condividiamo tre opportunità principali per una maggiore collaborazione, tra cui:

- Condividere informazioni sull'attività di contraffazione per contribuire a bloccare i prodotti contraffatti alle frontiere.
- Condividere le informazioni sui contraffattori bloccati per aiutare il settore a fermarne un maggior numero in tempi più veloci.
- Incrementare le risorse a disposizione delle forze dell'ordine per perseguire i contraffattori.

Il progetto ha stimolato un dialogo tra Amazon e i responsabili politici sulla cooperazione tra il settore retail e gli enti pubblici, in particolare per quanto riguarda la condivisione delle informazioni sulle reti criminali di contraffazione e sui tentativi di importazione di prodotti contraffatti.

Il progetto ha stimolato un dialogo tra Amazon e i responsabili politici sulla cooperazione tra il settore retail e gli enti pubblici, in particolare per quanto riguarda la condivisione delle informazioni sulle reti criminali di contraffazione e sui tentativi di importazione di prodotti contraffatti.

“Il Servizio Analisi Criminale promuove progetti integrati interforze in chiave anticontraffazione, con il coinvolgimento delle Prefetture e con il fondamentale apporto delle Forze di polizia e delle Polizie locali. L'evoluzione dei mercati online ha creato nuove sfide che stiamo affrontando con una multidisciplinare collaborazione con attori pubblici e privati. In quest'ambito, spicca la collaborazione con Amazon, che si è dimostrato partner importante per approfondire la conoscenza del fenomeno al fine di elaborare mirate strategie di contrasto”.



**Ministero dell'Interno
– Dipartimento della
Pubblica Sicurezza
– Direzione Centrale
Polizia Criminale**

Rimuovere le contraffazioni lungo tutta la rete di distribuzione

La lotta alla contraffazione è una questione globale, che riguarda tutti i canali di vendita al dettaglio. Amazon vuole garantire che, al momento della scoperta di un prodotto contraffatto, questo venga correttamente smaltito e non possa essere reimmesso in nessun punto della rete di distribuzione. In tal modo i clienti hanno la certezza di acquistare prodotti autentici, indipendentemente da dove decidono di fare acquisti (negozi Amazon o altrove), e serve anche come importante deterrente per impedire ai contraffattori di trarre profitto da quei prodotti in altri mercati.

Nel 2021 abbiamo individuato, messo in quarantena e smaltito correttamente oltre 3 milioni di prodotti contraffatti, impedendo che raggiungessero i clienti o che venissero rivenduti in altri punti della rete di distribuzione. Tale operazione ha riguardato sia i prodotti contraffatti che i truffatori hanno tentato di inviare alla nostra rete di distribuzione, sia le situazioni in cui abbiamo collaborato con marchi e forze dell'ordine per individuare i magazzini e gli stabilimenti dei contraffattori e farli chiudere.

Condividere le buone pratiche e continuare a migliorare insieme

Amazon collabora con le principali associazioni di settore e organizzazioni no profit per continuare a migliorare i programmi, condividere le buone pratiche per aiutare gli altri ad avere più successo, individuare trend, sperimentare nuove funzionalità e, in definitiva, proteggere meglio clienti e marchi. Di seguito riportiamo alcune di queste collaborazioni.

“Amazon continua a predisporre un impressionante regime di protezione della proprietà intellettuale grazie al lavoro del team di protezione del marchio e della Counterfeit Crime Unit (CCU). I team sono aperti ad accettare feedback e ad apportare significativi cambiamenti positivi per i titolari dei diritti. Abbiamo visto attraverso la nostra stretta collaborazione che stanno costantemente migliorando i loro strumenti di applicazione e che stanno investendo nei loro programmi che proteggono proattivamente i marchi”.



“Negli anni Confindustria Moda ha realizzato con Amazon una solida collaborazione, che è ancora in evoluzione. Amazon ha dimostrato una forte volontà di aiutare le nostre aziende associate a difendere i loro diritti di proprietà intellettuale e i loro marchi. Apprezziamo il fatto che Amazon stia continuando a implementare il suo sistema di protezione del marchio e che continui a sostenere le aziende del settore moda nella lotta alla contraffazione online”.



“Il rapporto tra INDICAM e Amazon è iniziato 4 anni fa. Inizialmente abbiamo avuto bisogno di creare fiducia, ma condividiamo un obiettivo comune che ha portato a miglioramenti tangibili e risultati migliori. Si tratta di uno sforzo congiunto che possiamo sempre intensificare, ma è uno sforzo positivo che va nella giusta direzione”.



“ACG lavora costantemente con Amazon per impedire l'ingresso di merci contraffatte nel Regno Unito e nei mercati internazionali, che minacciano sempre più i consumatori, le nostre preziose attività e l'economia. Lavorando insieme, ACG e Amazon stanno sviluppando un rapporto di collaborazione ancora più stretto ed efficace. Questa collaborazione in evoluzione sta sviluppando una conoscenza e una consapevolezza più approfondite su come operano i contraffattori e sta fornendo una risposta efficace ai criminali coinvolti nello sfruttamento dei sistemi online”.



Sezione 4: Educazione dei clienti

Garanzia per i clienti

Nonostante le nostre solide protezioni del marchio, non siamo perfetti, e possono verificarsi rari casi in cui un cliente acquista un prodotto contraffatto nel nostro negozio. Da decenni, la nostra Garanzia dalla A alla Z assicura ai clienti il rimborso completo per qualsiasi articolo acquistato che ritengano contraffatto, indipendentemente dal fatto che abbiano acquistato il prodotto da Amazon o da un partner di vendita. Nel 2019 siamo andati oltre, e se capiamo che un cliente ha acquistato un prodotto contraffatto da Amazon o da un venditore terzo, lo contattiamo proattivamente, lo informiamo che ha acquistato un prodotto contraffatto e lo rimborsiamo interamente, senza che il cliente debba intraprendere alcuna azione.

“Sono orgogliosa di tutto il lavoro che facciamo per prevenire le violazioni, ma sono soprattutto orgogliosa del nostro programma che proattivamente comunica e rimborsa i clienti che hanno ricevuto un prodotto contraffatto. Abbiamo creato questo programma perché è la cosa giusta da fare per proteggere i clienti e spero che altri store online seguano l'esempio di Amazon in questo senso”.



Annasara Purcell,
Consulente Aziendale Senior,
Amazon



Educazione dei clienti

Prima delle festività natalizie del 2021, Amazon ha collaborato con il Global Innovation Policy Center (GIPC) della Camera di Commercio degli Stati Uniti e con la U.S. Customs and Border Protection (CBP), per educare i consumatori su come effettuare con fiducia un acquisto ed evitare prodotti contraffatti. La campagna ha individuato dieci consigli per fare acquisti intelligenti, per proteggere i consumatori dal pericolo della contraffazione.

Nell'ambito della [campagna](#), Amazon, CBP e GIPC sono stati intervistati da emittenti televisive in oltre 200 paesi, raggiungendo i consumatori di tutti gli Stati Uniti. Inoltre, l'USPTO ha ospitato dirigenti di Amazon che hanno parlato dei nostri strumenti e programmi di protezione del marchio durante due webinar condotti nell'ambito dell'iniziativa STOPfakes del governo degli Stati Uniti.

“Tuttavia, è sempre più chiaro che per una completa protezione dei consumatori, le aziende non possono pensare di agire da sole. Hanno bisogno di partner, in particolare di collaborazioni tra i settori pubblico e privato. Insieme, il governo e l'industria possono perseguire una migliore applicazione della legge contro i contraffattori”.

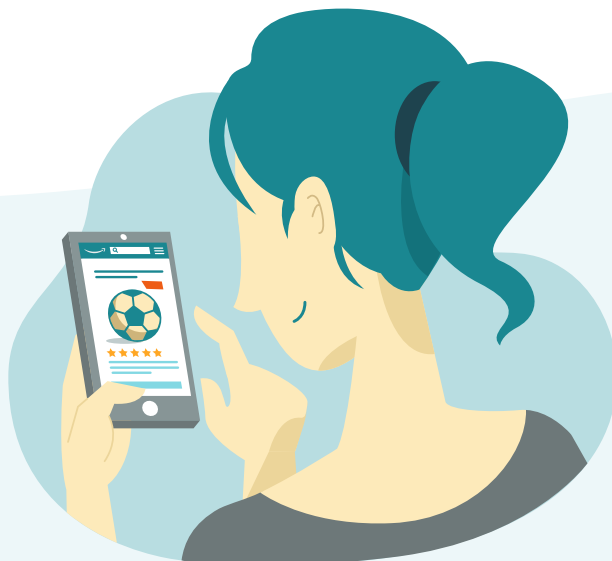
**Kasie Brill,
vicepresidente della
protezione del marchio, GIPC**

Informare i consumatori più giovani sul tema della contraffazione è sempre più importante. Nel 2021 Amazon ha collaborato con la Campagna Unreal dell'International Trademark Association (INTA) e le Girl Scouts of Greater Los Angeles per creare un programma di sensibilizzazione dei consumatori chiamato Unreal Patch Program, raggiungendo migliaia di ragazze scout di età compresa tra 13 e 18 anni.

Grazie a questa collaborazione, le giovani partecipanti sono state sfidate a costruire un marchio, a salvaguardare la loro invenzione con i nomi commerciali, e a spiegare cosa significherebbe per loro se qualcuno provasse a rubare la loro idea. Al termine, ciascuna scout ha ricevuto una patch in edizione limitata. Il programma Unreal Patch ha promosso i valori di autenticità e imprenditorialità, oltre all'importanza dei marchi e dei nomi commerciali.

“Wow! Che collaborazione straordinaria tra INTA e le Girls Scout of Greater Los Angeles (GSGLA), con il supporto di Amazon!”

**Etienne Sanz de Acedo,
CEO di INTA**



amazon

The Amazon logo is centered at the bottom of the image. It consists of the word "amazon" in a white, lowercase, sans-serif font. Below the text is a curved orange arrow that starts under the letter 'a' and ends under the letter 'n', pointing to the right.