

PIÙ VOCI
CONTRO LA

CONT



RAFFAZIONE



CAMERA
DI COMMERCIO
INDUSTRIA
ARTIGIANATO
TURISMO
E AGRICOLTURA
DI TRENTO

Pronti all'impresa



CAMERA DI COMMERCIO, INDUSTRIA,
ARTIGIANATO, TURISMO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

in collaborazione con:

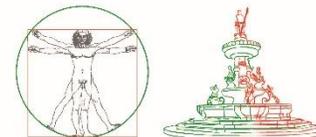


COMANDO REGIONALE
TRENTINO-ALTO ADIGE
GUARDIA DI FINANZA



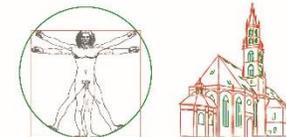
CENTRO DI
RICERCA E
TUTELA DEI
CONSUMATORI
E DEGLI UTENTI

CASA DEL
MADEin**ITALY**



TRENTO

CASA DEL
MADEin**ITALY**



BOLZANO

21 OTTOBRE 2025

il tuo punto digitale

PAOLA BRUNETTI

Dirigente
Lotta alla contraffazione e
proprietà industriale
UIBM - MIMIT



PIÙ VOCI
CONTRO LA
CONTRAFFAZIONE

ANDREA DE ZORDO

Presidente
Camera di Commercio
di Trento



Pronti all'impresa



PIÙ VOCI
CONTRO LA
CONTRAFFAZIONE

MICHL EBNER

Presidente
Camera di Commercio
di Bolzano



Col.
**DANILO
NASTASI**

Comandante Provinciale
Guardia di Finanza
di Trento



CONTRAFFAZIONE ONLINE LE STRATEGIE DI PROTEZIONE DELL'IMPRESA

RELATRICE

ROSSELLA MASETTI

Avvocato

Esperta in materia di
Proprietà Intellettuale



CONTRAFFAZIONE ONLINE

Le strategie di protezione dell'impresa

CCIATA Trento – 21 ottobre 2025



CONTRAFFAZIONE ONLINE

L'acquisto online ha sostituito le tradizionali modalità di commercializzazione di prodotti e servizi e questo ha comportato che la contraffazione stia spostando il centro dei propri interessi criminali sui mercati online, aumentando significativamente il **danno arrecato ai consumatori e alle imprese.**

*Il termine **contraffazione** è spesso utilizzata nel linguaggio comune per identificare fenomeni diversi e tra loro non omogenei. Si può far coincidere la definizione di contraffazione genericamente **all'attività di chi produce qualcosa in modo tale che possa essere scambiato per l'originale.***

*Da un punto di vista giuridico il concetto di contraffazione è un concetto ampio che abbraccia le **ipotesi di fraudolenta imitazione o falsificazione di qualsiasi bene***



LE DIMENSIONI DEL FENOMENO

Impatto economico dei prodotti falsificati

Uno studio dell'EUIPO ha evidenziato che ogni anno i **prodotti contraffatti costano alle industrie dell'abbigliamento, dei cosmetici, dei giocattoli** ben 16 miliardi di EUR in termini di vendite e quasi 200 000 posti di lavoro.

Da stime recenti di Coldiretti sale a 120 miliardi il valore del falso Made in Italy agroalimentare.

Salute e sicurezza

La contraffazione alimenta la criminalità organizzata, minando la fiducia nello Stato di diritto e incidendo negativamente sull'ambiente.

La contraffazione nei settori dei cosmetici, dei medicinali (10% dei farmaci in commercio) e dei giocattoli **comporta rischi considerevoli per la salute e la sicurezza dei consumatori.**



USO ILLECITO DEL MARCHIO NEL WEB

Accade frequentemente che taluni soggetti utilizzino illecitamente marchi noti o segni distintivi simili a marchi noti e non. Tali pratiche configurano ipotesi di concorrenza sleale o di contraffazione, inducono il consumatore in confusione e provocano ingenti danni a coloro che hanno investito sul rafforzamento della propria immagine e dei segni distintivi.

Tra le pratiche più diffuse on line di utilizzo difforme e non autorizzato dei marchi:

- **l'uso di marchi altrui nei siti web o sui social**
- **il fenomeno del cybersquatting**
- **Il fenomeno del keywords advertising.**



USO ILLECITO DEL MARCHIO NEL WEB

cybersquatting

Per cybersquatting o domain grabbing si intende la pratica di registrazione ed utilizzo illecito di un marchio e/o segno distintivo in un nome di dominio, al fine di sfruttare la notorietà del marchio e quindi ottenere vantaggi economici a danno del soggetto titolare del marchio originario.

Un esempio: il caso ESSELUNGA. Esselunga S.p.a. lamentava la creazione di nomi di dominio quali "esslunga.it" o "esselunga.it" (in luogo di "esselunga.it") volti ad indurre in errore il consumatore e trarne profitto tramite la tecnica del **typosquatting** consistente nella registrazione di nuovi nomi di dominio con apparenti errori di battitura. La Camera Arbitrale di Milano con decisione del 31/05/2017 ha configurato un'ipotesi di **cybersquatting** disponendo la riassegnazione dei nomi di dominio (quelli con gli errori) ad Esselunga S.p.a. e quindi impedendone l'uso a coloro che li avevano illecitamente registrati.

USO ILLECITO DEL MARCHIO NEL WEB

keywords advertising.

Consiste nell'acquisizione da parte di inserzionisti di parole chiave (keywords) o termini che si attivano quando un utente compie una ricerca online.

L'attività del keywords advertising costituisce un illecito sanzionabile qualora l'uso delle parole o del marchio altrui, produce un effetto di confusione nel pubblico in rete, inducendo in errore il consumatore che non saprà più se il sito web visitato è riconducibile al titolare del marchio oppure ad un terzo.



COME TUTELARSI?

BRAND PROTECTION si riferisce alle attività messe in atto da un'impresa per proteggere la sua identità, i suoi prodotti/servizi da violazioni, frodi e contraffazioni.

I diritti di proprietà intellettuale come strumenti di brand protection :

Marchi

Nomi a dominio



MARCHI, NOMI A DOMINIO E DIRITTI DI PROPRIETA' INTELLETTUALE QUALI STRUMENTI PER LA BRAND PROTECTION

La costruzione di una strategia di brand protection efficace parte da un'analisi del portafoglio IP dell'organizzazione.

Marchio: Segno distintivo che contraddistingue i prodotti e i servizi di un'impresa

Nome a dominio: il nome a dominio (detto anche *domain name* o *host name*) è l'indirizzo in formato alfabetico di un "sito web"

La corretta registrazione di marchi e domini è idonea scongiurare casi di domain grabbing o, persino, di illegittimi usi di segni identici e/o confondibili da parte di terzi.

MARCHI VS NOMI A DOMINIO

Il nome di dominio non ha la funzione propria di identificare un prodotto o un servizio e tuttavia, in un mondo in cui l'impresa usa il sito come vetrina virtuale delle proprie attività, finisce per avere pur sempre una "funzione mediata" di associazione tra impresa titolare del dominio e i suoi prodotti o servizi, e comunque di attrazione di utenti sul sito stesso.



Marchio IT den. N. 642634
del 28.12.1994
Marchio IX n. 634504 del
28.12.1994
<https://www.lasportiva.com>



<https://www.menz-gasser.it>
<https://www.menz-gasser.com>
Marchio IT n. 302013902217137
Marchio IX n. 1198122/2013



<https://www.falconeri.com>
Marchio IX n. 1714567 del
02.12.2022 (cl.3,25,35)
Marchio IX n. 1164282 del
18.04.2013 (cl. 3,4)



Marchio IX n. 1371866 18.09.2027
Marchio UE n. 001593938 del
05.04.2000

<https://www.franz-haas.it>
<https://www.franz-haas.com>

MARCHI VS NOMI A DOMINIO

I diritti sul marchio in Italia si acquisiscono con la registrazione all'[Ufficio Italiano Brevetti e Marchi \(UIBM\)](#).

L'**assegnazione** di un dominio soggiace invece a regole e procedure del tutto differenti e autonome. Non esiste in primo luogo un registro unico – nazionale, europeo o internazionale – presso il quale chiedere l'assegnazione. Esistono per contro una **pluralità di organizzazioni** – le cd. *Registration Authorities* – che sono delegate da un **ente centrale di controllo sul sistema dei nomi a dominio** – l'*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* ([ICANN](#)) – ad assegnare ai richiedenti i nomi a dominio in base a un **mero criterio di tempestività**, il c.d. "*first come first served*".



MARCHI E NOMI A DOMINIO: DESTINI INCROCIATI

Il principio di unitarietà dei segni distintivi art. 22. C.P. comporta che l'adozione di un segno, in qualunque delle sue funzioni distintive, conferisce al suo titolare il diritto di utilizzarlo anche in relazione alle altre funzioni distintive

In forza di tale principio, da un lato sussiste il divieto di registrare un marchio interferente con un precedente segno distintivo già noto quale nome a dominio, e dall'altro è vietato utilizzare un segno distintivo interferente con un precedente marchio.

Caso GRAZIA vs www.grazia.net

Con ordinanza n.4721/20 la Suprema Corte evidenzia come "... la registrazione di un domain name che riproduca o contenga il marchio altrui costituisce una contraffazione del marchio poiché permette di ricollegare l'attività a quella del titolare del marchio, sfruttando la notorietà del segno e traendone, quindi, un indebito vantaggio. Ne consegue che solo il titolare di un marchio registrato potrebbe legittimamente utilizzarlo sul proprio sito o come nome di dominio ...".



***PREVENIRE L'USO ILLECITO DEI PROPRI SEGNI DISTINTIVI
ATTIVITA' CONSIGLIATE***

- **Registrare il marchio nei territori di interesse;**
- **Registrare il proprio dominio;**
- **Sorveglianza del marchio sul web.**
- **Condizioni Generali d'Uso del Sito Web**



PREVENIRE L'USO ILLECITO DEI PROPRI SEGNI DISTINTIVI

La registrazione del marchio come prima forma di tutela.

Una volta che si immettono contenuti in internet – questi divengono globalmente accessibili (indipendentemente dal *TLD* .it, .com, .ue, ecc). **Questo vuol dire che il proprio marchio e/o i propri prodotti possono essere raggiungibili (e quindi copiati) in qualsiasi parte del globo.**

La registrazione del marchio conferisce una tutela territoriale: questo vuol dire che la tutela viene conferita solo nei territori/stati in cui viene depositata la domanda di registrazione.



PREVENIRE L'USO ILLECITO DEI PROPRI SEGNI DISTINTIVI

La registrazione del marchio come prima forma di tutela; dove registrare?

Dobbiamo distinguere diversi tipi di utilizzo:

1) Sito vetrina: registrazione del marchio in Italia o nell'Unione Europea.

2) E-commerce: il c.d. e-shop, dove oltre alla presentazione dei prodotti, sono implementati specifici sistemi di pagamento on-line, rapporti di distribuzione, delivery, rapporti con i consumatori, ecc. Se l'attività è direttamente o indirettamente rivolta ad un mercato estero è bene andare a tutelare il proprio segno anche all'estero

3) Presenza in rete attraverso un sito di terzi (piattaforme di vendita on-line). Se l'attività è direttamente o indirettamente rivolta ad un mercato estero è bene andare a tutelare il proprio segno anche all'estero (v. infra forme di autotutela delle piattaforme)



TUTELA DEL MARCHIO NEL METAVERSO UNA NUOVA SFIDA

Il metaverso è un universo virtuale, che ci permette non soltanto di navigare su delle pagine web ma anche di muoverci all'interno di spazi virtuali, interagire con oggetti virtuali e con gli avatar delle altre persone connesse, in maniera molto simile a quanto facciamo nel mondo fisico.

Molti brand, soprattutto nel settore della moda ma non solo, stanno correndo a registrare i propri marchi in funzione di un loro utilizzo nel metaverso (Nike, Adidas, Gucci, Balenciaga, Bulgari)



PREVENIRE L'USO ILLECITO DEI PROPRI SEGNI DISTINTIVI

La registrazione del dominio

Registrare il maggior numero di estensioni possibili - Non solo la principale (.com .it .net solo per citarne alcuni), ma anche le più comuni: è una mossa che costa poche decine di euro all'anno ma che può farne risparmiare migliaia e soprattutto evitare grosse scocciature.

L'importanza del "typo" - Per fare le cose davvero per bene, può avere molto senso anche ricercare gli errori di battitura più comuni relativi al proprio nome e valutare di acquistare anche loro.



PREVENIRE L'USO ILLECITO DEI PROPRI SEGNI DISTINTIVI

Condizioni Generali d'Uso del Sito Web

Pubblicazione sul sito web di specifiche e puntuali Condizioni Generali d'Uso Sito web e protezione dei contenuti pubblicati online tramite i c.d. Disclaimer IP.

Tali documenti sono vere e proprie norme contrattuali che disciplinano il rapporto tra titolare/gestore del sito web e l'utente online, e ciò a prescindere dal rapporto commerciale che si instaurerà eventualmente, in futuro, a seguito degli auspicati acquisti online.



PREVENIRE L'USO ILLECITO DEI PROPRI SEGNI DISTINTIVI

Sorveglianza del marchio sul web

Il monitoraggio e la rilevazione dell'uso di un brand sono essenziali per garantire che esso sia utilizzato nel modo corretto e per prevenire usi non consentiti.

Esistono vari metodi e strumenti disponibili per le aziende per tenere traccia dell'uso del loro brand, sia online che offline.

Questi servizi si basano su tecnologie avanzate e approcci strategici per identificare rapidamente ogni uso non conforme.

Queste tecnologie includono algoritmi di riconoscimento delle immagini, che possono scansionare il web alla ricerca di immagini che corrispondono o sono simili al marchio precedentemente registrato.

Gli strumenti di monitoraggio dei social media sono essenziali, poiché oggi i brand vengono spesso menzionati o utilizzati in questi spazi.

Gli *analytics* delle parole chiave, inoltre, possono rilevare quando l'uso del marchio appare in contenuti web o annunci.



MISURE DI CONTRASTO IN CASO DI APPROPRIAZIONE ILLECITA DEL NOME A DOMINIO

PROCEDURE DI RIASSEGNAZIONE DEI NOMI A DOMINIO

Per contrastare le attività di registrazione illecita del dominio sono nate delle procedure alternative al giudizio ordinario snelle ed economiche, quali l'arbitrato irrituale e la procedura di riassegnazione dei nomi a dominio.

Nel caso di cybersquatting relativo ad un nome a dominio cd. "generico" (.com, .net, etc), l'autorità competente è l'ente internazionale no-profit ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers). L'ICANN ha predisposto una procedura amministrativa di riassegnazione incentrata sull'attività di entità accreditate (UDRP) – procedura che è stata poi adottata anche dall'Italia per i domini .it.

Per quanto riguarda i nomi a dominio .eu, è prevista anche per essi una procedura di riassegnazione sulla scia di quella amministrata dall'ICANN. La procedura di riassegnazione per i nomi a dominio .eu è affidata alla supervisione della Corte di Arbitrato Ceca (CAC), un organismo indipendente con sede a Praga.



MISURE DI CONTRASTO IN CASO DI APPROPRIAZIONE ILLECITA DEL NOME A DOMINIO

TUTELA GIUDIZIALE ORDINARIA

Il limite delle procedure di riassegnazione è che non possono disporre il risarcimento del danno del titolare del segno contraffatto.

Le procedure giudiziali ordinarie comportano tempi più lunghi rispetto alle ADR (Alternative Dispute Resolution) ma dal 2005 è possibile adottare per la tutela del nome a dominio strumenti più efficaci in quanto il Codice della Proprietà Industriale (D. lgs. n. 30/2005) ha esplicitamente annoverato i nomi a dominio tra i segni distintivi autonomi, sia pure atipici.

L'art. 133 C.P.I. prevede la possibilità per l'autorità giudiziaria adita di disporre, in via cautelare, oltre all'inibitoria per l'uso del nome a dominio aziendale illegittimamente registrato, anche il suo trasferimento provvisorio a controparte.

Nel caso in cui altri utilizzino il marchio registrandolo come nome a dominio, il titolare potrà agire in giudizio anche con procedura d'urgenza (ex art. 700 c.p.c.) per inibirne l'uso.



MISURE DI CONTRASTO IN CASO DI APPROPRIAZIONE ILLECITA DEL NOME A DOMINIO

AUTOTUTELA DELLE PIATTAFORME DI VENDITA ON-LINE

Nel delicato equilibrio tra diritti dei consumatori, protezione della proprietà intellettuale e responsabilità in caso di violazioni, sono molte le questioni legali e le sfide che i marketplace online devono affrontare.

L'orientamento è che il marketplace possa andare esente da responsabilità quando si limiti a fornire ai venditori terzi soltanto servizi di hosting senza effettuare alcun controllo sulle attività dei venditori terzi, e senza svolgere servizi di promozione o di ottimizzazione della presentazione delle offerte in vendita, né servizi di stoccaggio e/o spedizione dei prodotti.

E' anche necessario che il marketplace non sia a conoscenza del carattere abusivo del prodotto messo in vendita sulla sua piattaforma **e – non appena ne venga a conoscenza – agisca tempestivamente per rimuovere l'accesso alle offerte di prodotti in violazione.**

Inoltre, il market place deve mettere a disposizione degli utenti e dei titolari dei diritti adeguate procedure per la segnalazione della violazione, ed escludere i venditori terzi che si rendano responsabili di ripetute offerte di vendita di prodotti in violazione.



MISURE DI CONTRASTO IN CASO DI APPROPRIAZIONE ILLECITA DEL NOME A DOMINIO

AUTOTUTELA DELLE PIATTAFORME DI VENDITA ON-LINE

Come noto, Amazon, Ebay , Yoox e molte altre piattaforme online, consentono a venditori vari di commercializzare i propri prodotti attraverso la piattaforma stessa.

Ebay

Ebay ha adottato le seguenti misure :

Le disposizioni sulla tutela dei diritti di proprietà intellettuale sono contenute nella sezione del Servizio Clienti dedicata al Programma di verifica dei diritti di proprietà intellettuale (VeRO). eBay ha creato il Programma VeRO per consentire ai titolari dei diritti di segnalare le inserzioni o i prodotti che violano la proprietà intellettuale. È interesse di eBay accertarsi che gli oggetti in violazione delle regole siano rimossi dal sito poiché minano la fiducia di acquirenti e venditori.

Nel 2023 Ebay ha acquistato 3PM Shield e ha adottato soluzioni di AI per impedire la vendita di oggetti contraffatti o illegali. Nel 2023 Ebay ha rimosso 3,3 milioni di prodotti contraffatti .

Amazon

Il titolare di un diritto di proprietà industriale, quale un brevetto, un modello, un disegno o un marchio **può rivolgersi direttamente ad Amazon richiedendo di bloccare la commercializzazione di uno o più prodotti** da parte di concorrenti sulla base di un diritto di proprietà industriale.

La piattaforma, a questo punto, si mette in “posizione di sicurezza”, **accetta quanto proposto dal titolare del diritto e blocca la commercializzazione dei prodotti** a meno che l'accusa non sia palesemente infondata.



MISURE DI CONTRASTO IN CASO DI APPROPRIAZIONE ILLECITA DEL NOME A DOMINIO

AUTOTUTELA DELLE PIATTAFORME DI VENDITA ON-LINE

YOOX.

Dal 2016 YOOX ha un dipartimento di Brand Protection interamente dedicato allo sviluppo di strategie anticontraffazione e ad attività volte al contrasto del fenomeno sia online che fisico.

È stato implementato un intero processo di Return Fraud per l'analisi dei capi resi dai clienti ed al contempo si svolgono periodici check sui capi ricevuti dai fornitori, allo scopo di accertarne l'autenticità.

Il team utilizza un tool dedicato al monitoraggio online allo scopo di prevenire l'utilizzo improprio delle Intellectual Properties del gruppo Yoox Net-a-Porter da parte di soggetti non autorizzati.

È stato sviluppato un progetto di Digital Twins, grazie al quale è possibile avere una copia digitale dei prodotti in vendita da comparare ad eventuali resi sospetti. Si utilizzano inoltre supporti tecnologici per il riconoscimento dei prodotti autentici come lettori NFC o RFID. Il team gestisce un repository digitale per la gestione condivisa dei casi sospetti nei differenti centri di distribuzione internazionali. Infine, si utilizzano diversi tool e software per l'analisi di casi sospetti e per il monitoraggio e la prevenzione di attività fraudolente. Sulla piattaforma di e-commerce "yoox.com" è attualmente pubblicata una sezione specifica dedicata "Quality against Fakes" https://www.yoox.com/it/customer-care/article/yoox-com--quality-against-fakes_

Nel 2023 sono stati rimossi oltre 200 contenuti online che violavano la proprietà intellettuale del gruppo Yoox Net-a-Porter.



AVVOCATO ROSSELLA
MASETTI

Grazie per l'attenzione

(mobile 3334520190)



pd punto
impresa
digitale



ATTIVITÀ E AZIONI DELLA GUARDIA DI FINANZA CONTRO LA CONTRAFFAZIONE

RELATORE

Ten. Col.
**DOMENICO
MORABITO**

Comandante del
Gruppo della Guardia di Finanza
di Trento

Comando regionale
Trentino Alto Adige





ATTIVITA' ED AZIONI DELLA
GUARDIA DI FINANZA IN
MATERIA DI CONTRAFFAZIONE

TRENTO 21/10/2025



Cenni storici e missione istituzionale

Forza di polizia a ordinamento militare
dipendente dal Ministro dell'Economia e delle Finanze

POTERI

- Polizia tributaria
- Polizia economico- finanziaria
- Polizia valutaria
- Polizia giudiziaria
- Polizia amministrativa

d.lgs. n. 68/2001
legge n. 189/1959

COMPITI

- ✓ Contrasto frodi fiscali ed economia sommersa
- ✓ Vigilanza sulla spesa pubblica
- ✓ Anti-contrabbando nel settore doganale e dei prodotti energetici

- ✓ Aggressione interessi economico-patrimoniali della criminalità organizzata e al riciclaggio
- ✓ Tutela diritti di proprietà e dei consumatori
- ✓ Contrasto ai traffici illeciti
- ✓ Controllo economico del territorio e servizio di pubblica utilità 117

Concorso sicurezza e ordine pubblico

Polizia del mare

POLIZIA FINANZIARIA

POLIZIA ECONOMICA

CONCORSUALI

IN VIA ESCLUSIVA



L'Unione europea (UE) si trova ad affrontare un problema sempre più pressante, poiché ogni anno i prodotti contraffatti costano alle industrie dell'abbigliamento, dei cosmetici e dei giocattoli ben **16 miliardi di EUR in termini di vendite e quasi 200 000 posti di lavoro**, come ha evidenziato uno studio dell'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO), che rivela il profondo impatto economico dei prodotti falsificati su questi settori e i gravi problemi di salute e sicurezza che comportano per i consumatori.



RAPPORTO I.P.E.R.I.C.O. (Intellectual Property – Elaborated Report of the Investigation on Counterfeiting) La lotta alla contraffazione in Italia nel periodo 2008-2023

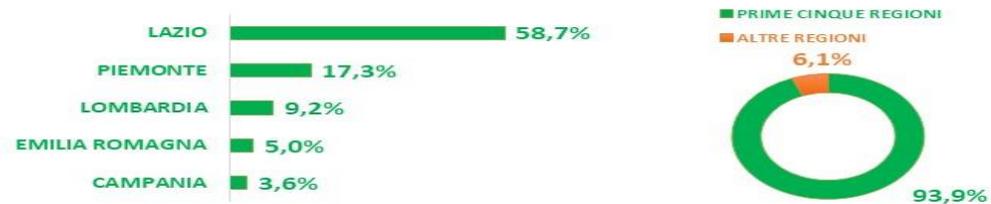
LE PRINCIPALI EVIDENZE IN ITALIA NEL 2023



REGIONI SEQUESTRI PER CONTRAFFAZIONE NEL 2023



REGIONI PEZZI SEQUESTRATI PER CONTRAFFAZIONE NEL 2023





ANDAMENTO DEI SEQUESTRI PER CONTRAFFAZIONE 2008-2023

Abbigliamento

7636 Sequestri
+ 43,2%

Accessori abbigliamento

4069 Sequestri
+ 23%

Calzature

1862 Sequestri
+ 10,5%

Profumi e cosmetici

734 Sequestri
+90%



ANALISI TERRITORIALE DEL VALORE ECONOMICO STIMATO DEI PEZZI SEQUESTRATI PER CONTRAFFAZIONE 2023

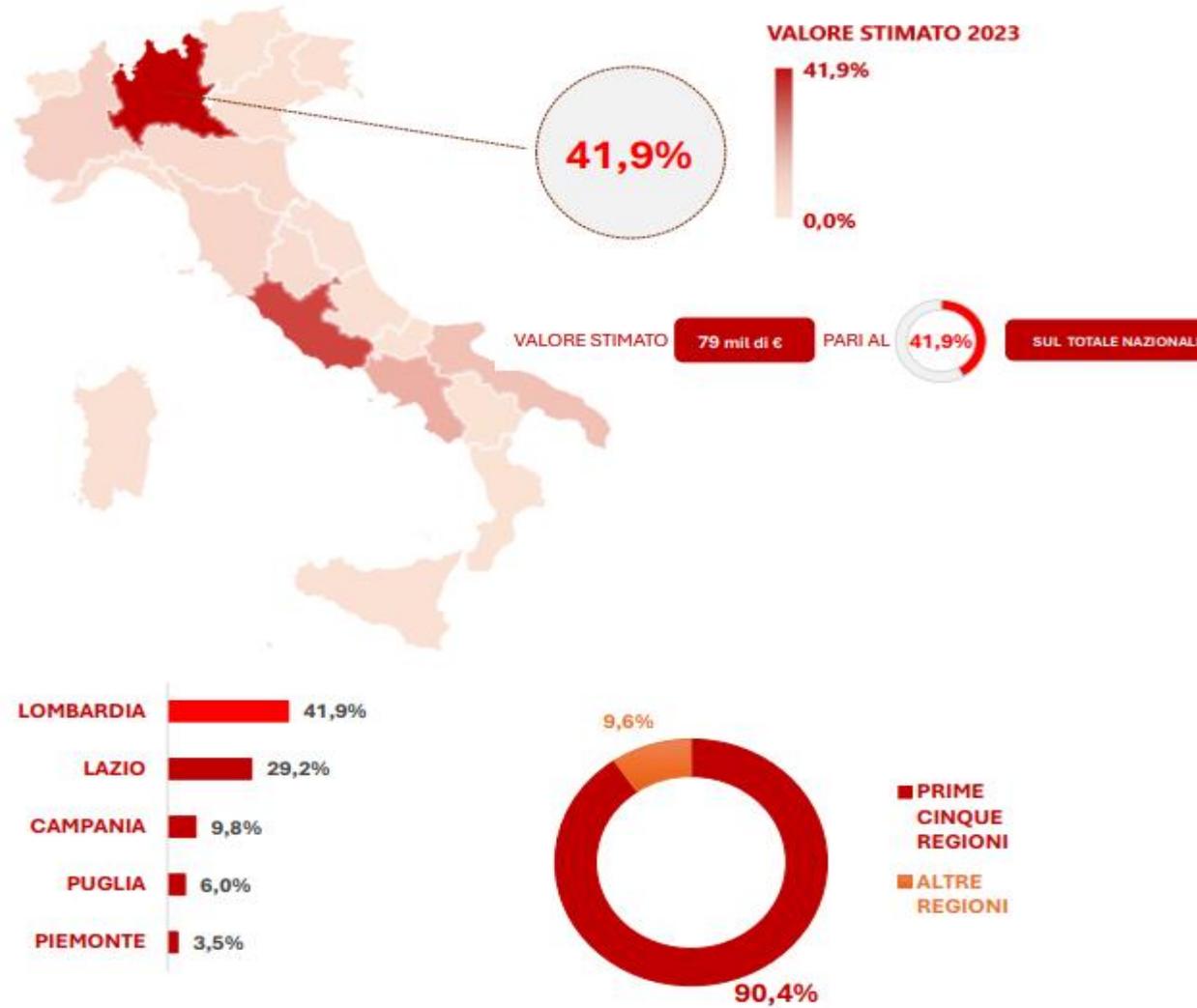


Figura 20 ANALISI REGIONALE 2023 DEL VALORE ECONOMICO STIMATO DEI PEZZI SEQUESTRATI PER CONTRAFFAZIONE DA GUARDIA DI FINANZA ED AGENZIA DELLE DOGANE E DEI MONOPOLI PER SETTORE MERCEOLOGICO



Tra le tecniche più diffuse utilizzate dai contraffattori nel web si evidenziano:

- ✓ **L'hacking o defacement**, che consiste nell'inserimento in siti legali di merci false andando a intercettare le ricerche di coloro che vogliono acquistare legalmente prodotti originali;
- ✓ **Il cybersquatting**, basato sull'acquisto di domini corrispondenti ad altri marchi o a segni distintivi altrui;
- ✓ **Il typosquatting**, in cui si utilizzano nomi di dominio che richiamano, dal punto di vista grafico e del suono, il marchio originale, puntando sulla confusione del consumatore;
- ✓ **Lo spam/injection** di siti, ossia sistemi per intercettare i clienti attraverso finti messaggi pubblicitari su siti ad alto traffico;
- ✓ **Il cloaking** e altre tecniche simili volte a spingere inconsapevolmente i consumatori verso i siti illegali attraverso stringhe di codice lette e segnalate dai motori di ricerca.



L'attività operativa

Tutela del mercato dei beni e dei servizi

MODULI OPERATIVI TRASVERSALI

- ➔ Analisi documentale
- ➔ Approfondimenti finanziari
- ➔ Attività di polizia giudiziaria



DIRETTRICI D'INTERVENTO



L'attività operativa

Tutela del mercato dei beni e dei servizi





Risultati Operativi GDF Gennaio 2024 – Maggio 2025

Tutela dei diritti di proprietà intellettuale e dei consumatori

Effettuati oltre 17.651 interventi

Deleghe dell'A.G.
oltre 4.216

Totale prodotti sequestrati:
oltre 1,5 miliardi

Segnalati all'Autorità Giudiziaria
7.798 soggetti

Prodotti agroalimentari sequestrati oggetto
di contraffazione e frode commerciale:
oltre 1,1 milioni di litri e 2.360 tonnellate



Sequestrati o oscurati
oltre 77.212 siti *internet*



GRAZIE A TUTTI

Morabito.domenico@gdf.it

CONTRAFFAZIONE E TUTELA DEI CONSUMATORI

RELATORE

BIASIOR CARLO

Direttore del

Centro di Ricerca e Tutela dei
Consumatori e degli Utenti
CRTCU



la contraffazione come prassi commerciale scorretta

Dott. Carlo Biasior

CRTCUCentro di ricerca e tutela dei consumatori e degli utenti

Piazza Raffaello Sanzio 3 38122 Trento

cos'è la
contraffazione
(in termini di
prassi
commerciale
scorretta)

la contraffazione consiste nella riproduzione, imitazione o uso non autorizzato di marchi, design, brevetti o altri segni distintivi altrui per vendere merci come se fossero originali. Quando tale comportamento è in grado di falsare il comportamento economico del consumatore (es.: spinge il consumatore a comperare il prodotto credendo sia originale), rientra nelle pratiche commerciali scorrette vietate dal Codice del Consumo

perché la
contraffazione è
una prassi
commerciale
scorretta ai sensi
del codice del
consumo

il termine pratica commerciale tra professionista e consumatore si riferisce a qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale ivi compresa la pubblicità e la commercializzazione del prodotto, posta in essere da un professionista, in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori.

la contrarietà alla diligenza professionale e la capacità di falsare le scelte economiche del consumatore medio sono i due parametri utili per individuare un comportamento commerciale scorretto:

per diligenza professionale si intende il normale grado della specifica competenza ed attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attività del professionista

per capacità di falsare le scelte del consumatore si intende comprometterne la capacità di fare scelte economiche consapevoli: la norma, quindi, tutela la libertà del consumatore di autodeterminarsi, non il suo patrimonio

alcuni numeri della contraffazione*

Un consumatore su quattro (il 24,2%) ha acquistato un prodotto contraffatto o un servizio illegale nel 2023.

Di questi, la maggior parte (il 70,6%) ha utilizzato il canale online e circa la metà (il 45,6%) ha effettuato acquisti esclusivamente online.

Il 66,4% dei consumatori ritiene che sui canali di vendita online sia più facile cadere nella trappola dell'acquisto inconsapevole di articoli contraffatti e al 21,5% degli intervistati è capitato di acquistare online prodotti contraffatti credendo che fossero originali.

*Confcommercio con Format Research 2024

chi interviene (soggetti e autorità)

- **Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM):** operazioni di controllo, sequestri e repressione sul territorio e alle frontiere
- **Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM):** può sanzionare pratiche commerciali scorrette dal punto di vista anticoncorrenziale o ingannevole
- **Piattaforme online e intermediari:** procedure di notifica/rimozione per violazioni IP (piano di enforcement dei grandi marketplaces)

la responsabilità dei marketplaces*

- il marketplace può andare esente da responsabilità quando si limiti a fornire ai venditori terzi soltanto servizi di hosting, e nulla più, senza effettuare alcun controllo sulle attività dei venditori terzi, e senza svolgere servizi di promozione o di ottimizzazione della presentazione delle offerte in vendita, né servizi di stoccaggio e/o spedizione dei prodotti
- In particolare, l'utente non deve avere l'impressione che il marketplace fornisca o venda, a proprio nome o per proprio conto, i prodotti o i servizi oggetto di violazione. Una impressione di questo genere potrebbe essere causata, ad esempio, se il marketplace non differenzia sufficientemente le proprie offerte di vendita da quelle di venditori terzi
- è anche necessario che il marketplace non sia a conoscenza del carattere abusivo del prodotto messo in vendita sulla sua piattaforma
- la valutazione della responsabilità dipende in modo decisivo dalla tecnologia disponibile per il monitoraggio delle offerte

*Corte di Giustizia, sent. 22 dicembre 2022, *Louboutin c. Amazon*, C-148/21 e C-184/21

la maggiore
usabilità della
tutela
amministrativa
dell'AGCM

l'esigua ampiezza del numero di consumatori coinvolti (anche **uno solo**) e l'elemento soggettivo (**coscienza e volontà**), permettono di considerare la tutela amministrativa fornita all'AGCM contro le prassi commerciali scorrette maggiormente «usabile» da parte dei **consumatori e microimprese** (rispetto, ad esempio, l'azione penale)

inoltre:

- I. l'AGCM può intervenire anche su diretta sollecitazione di un solo consumatore o del solo titolare del diritto di proprietà industriale
- II. i tempi di intervento sono contenuti
- III. il procedimento è privo di costi
- IV. oneri probatori a carico dell'AGCM, con Nucleo Speciale Antitrust della GdF
- V. l'intervento dell'AGCM non preclude il ricorso ad altri strumenti di tutela giurisdizionale, che possono essere esperiti anche cumulativamente o successivamente dal titolare del diritto (ad esempio per il risarcimento del danno, escluso dal procedimento avanti l'AGCM).

CRTC

Centro di Ricerca e Tutela dei
Consumatori e degli Utenti

sportello previsto dalla legge
provinciale n. 8 del 1997

*Per la tutela dei consumatori e degli
utenti* (B.U. 29 aprile 1997, n. 20)
gestito in convenzione con la
Provincia Autonoma di Trento.

Grazie

Info@centroconsumatori.tn.it

SALVAGUARDIA DEL BRAND ITALIANO

RELATORE

NICOLA MARCO FABOZZI

Dirigente dell'Ispettorato
Territoriale Trentino Alto
Adige

Casa del Made in Italy



GRAZIE PER L'ATTENZIONE !

SIAMO TUTTI INVITATI A PALAZZO ROCCABRUNA
PER CONDIVIDERE UN MOMENTO CONVIVIALE

ARRIVEDERCI AL PROSSIMO EVENTO



CAMERA
DI COMMERCIO
INDUSTRIA
ARTIGIANATO
TURISMO
E AGRICOLTURA
DI TRENTO
Pronti all'impresa

pd punto
impresa
digitale



CAMERA DI COMMERCIO, INDUSTRIA,
ARTIGIANATO, TURISMO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

il tuo punto digitale
www.tn.camcom.it
impresadigitale@tn.camcom.it

T. 0461 887 251