

Comunicato stampa

**LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE ONLINE PER LE IMPRESE DELL’AUTOMOTIVE
AFTERMARKET: AVVIATO IL PROGETTO PILOTA ANFIA-CONVEY**

Torino, 18 maggio 2018 – ANFIA, attiva da anni nella sensibilizzazione dei propri Associati sul tema della lotta alla contraffazione, e CONVEY, società leader nei servizi per la lotta alla contraffazione online, hanno avviato, nel mese di aprile, il **Progetto Pilota “Lotta alla contraffazione online su piattaforme di e-Commerce B2B E B2C”**.

L’iniziativa si pone l’obiettivo di fornire alle Associate ANFIA una chiara consapevolezza e un primo dimensionamento del problema su un gruppo di test, fornendo al contempo, alle imprese che hanno evidenziato situazioni di maggiore criticità, le linee guida per intervenire con concrete e sistematiche azioni di contrasto, così da renderle effettivamente capaci di decidere in merito alle migliori strategie di intervento.

CONVEY sottoporrà una decina di imprese Associate ad ANFIA ad una fase di pre-analisi delle criticità su una decina di Piattaforme e-Commerce basate in Cina, ma con mercato mondiale. L’output atteso è una prima diagnosi in grado di delineare il perimetro e le caratteristiche peculiari delle criticità in essere (contraffazioni, abusi, etc.), con un primissimo dimensionamento economico del business illegale. L’inserimento delle imprese nel “Test group” sarà effettuato in base alle informazioni fornite su base volontaria dalle aziende, dal profilo di rischio delineato nelle indagini preliminari sopra citate e da ulteriori approfondimenti degli esperti CONVEY.

Le molle che hanno spinto l’Associazione a dare il via al progetto sono la diffusione e la complessità della problematica dei ricambi automotive falsi venduti in internet. Il fenomeno, com’è noto e come è stato più volte denunciato da ANFIA stessa, ha ripercussioni negative non solo sui fatturati delle imprese produttrici degli originali, ma anche per la concorrenza sleale subita dai distributori ufficiali, per i notevoli rischi che corrono gli acquirenti, spesso inconsapevoli, dei ‘fake’ e, più in generale, per il danno complessivamente arrecato al sistema socio-economico.

La **fase preliminare del progetto pilota** ha previsto, in realtà, **una prima indagine** – a cui hanno aderito 70 delle circa 200 imprese della componentistica automotive associate ad ANFIA – sul dimensionamento della presenza del Brand aziendale o di prodotto su alcune delle principali **piattaforme di e-Commerce cinesi B2B e B2C**, con mercato di sbocco internazionale o con sbocco prioritario in Cina. **Una seconda indagine analoga** – che ha coinvolto un centinaio di Associati del Gruppo Componenti ANFIA – parallelamente, ha riguardato alcune delle principali **piattaforme occidentali di e-Commerce B2C**, con mercato di sbocco internazionale o con sbocco prioritario in Italia.

Sempre nell’ambito dell’iniziativa, inoltre, il 20 aprile scorso, CONVEY ha tenuto a Torino, presso la sede ANFIA, **un primo seminario specialistico** che, dopo aver tracciato un quadro di riferimento per un’efficace strategia anticontraffazione, ha voluto approfondire, anche attraverso l’analisi di alcuni casi tipici e della loro risoluzione, e con l’ausilio di vere e proprie testimonianze aziendali di componentisti automotive, come si manifesta la contraffazione online, concludendosi con la presentazione dei contenuti e della metodologia del progetto pilota ANFIA-CONVEY.

Gli speaker del seminario hanno evidenziato, *in primis*, che un'efficace azione di contrasto alla contraffazione online è un obiettivo realistico e raggiungibile se concepito non come intervento spot, ma come azione sistematica di breve-medio termine. E' condizione indispensabile, tuttavia, che le aziende abbiano protetto a monte le loro innovazioni (tecnologiche, di forma, di segno distintivo, di contenuto, etc.) tramite un'opportuna gamma di registrazioni di diritti di proprietà intellettuale (*Intellectual Property Rights - IPRs*, cioè Brevetti, Modelli, Marchi, Copyright, etc.), correttamente estesi nei vari Paesi del mondo, così da poterli azionare contro il falso nell'ambito di specifiche strategie.

La definizione di un'efficace strategia di contrasto, inoltre, deve essere in grado di individuare le vere fonti primarie delle produzioni del "fake" che, nel settore automotive, sono riconducibili alla Cina e al Far East, non solo per le enormi capacità manifatturiere esistenti ma anche per la numerosità e la portata internazionale degli operatori di e-Commerce (*in primis* il Gruppo ALIBABA), essendo la Cina anche il Paese leader per numero di utenti della Rete (oltre 700 milioni) e per volumi e valori di transazioni nell'e-Commerce.

Secondo la metodologia di CONVEY, il successo del contrasto alle inserzioni "fake" in internet non può che basarsi sull'inversione del paradigma tradizionalmente adottato: **l'attenzione del titolare di IPRs non deve essere puntata, almeno in prima battuta, sui "contraffattori" (potenzialmente milioni) ma sui cosiddetti "prox", cioè quei soggetti (potenzialmente migliaia) che, tramite le proprie strutture telematiche e relativi servizi, rendono possibili le attività di commercio elettronico che, a loro volta, veicolano il falso.** Obiettivo prioritario, nella fase iniziale, è quindi ottenere dai "prox" – a seguito di puntuali notifiche dei diritti violati – l'immediato "take-down" dell'offerta illecita e, in caso di recidiva, anche la chiusura definitiva dell'account del seller/contraffattore. Il quadro giuridico sotteso a quest'approccio è quello delle recenti normative, condivise a livello internazionale, sulla co-responsabilità degli Internet Service Providers (ISPs) nell'e-Commerce in caso non intervengano a seguito di documentate notifiche da parte dei titolari degli IPRs o di loro procuratori.

Solo una corretta individuazione, misurazione e analisi del "fake online" consente di scegliere la migliore strategia di repressione delle situazioni illecite (es. quale IPR utilizzare in relazione ai casi) e di focalizzare l'attenzione sui seller/contraffattori più pericolosi, cioè quelli che vendono i volumi più elevati in uno o più mercati serviti dai suddetti Marketplace. Questa capacità di azione non può che basarsi su innovative soluzioni tecnologiche di "Internet Intelligence" e di "Business Intelligence", nonché su un solido know-how legale/procedurale di "IPRs Online Protection".

L'iniziativa avviata da ANFIA, in partnership con CONVEY, in tema di contrasto alla contraffazione online non ha precedenti in Italia e mira a diventare una *best practice* che faccia da modello anche per altre associazioni di categoria.

Per informazioni:

CONVEY

Gessica Sciortino
Segreteria Organizzativa
tel. +39 011 4337606

informazioni@convey.it

ANFIA

Miriam Gangi
Ufficio Stampa
Tel. +39 011 5546502
Cell. +39 338 7303167
m.gangi@anfia.it



ANFIA

ANFIA – Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica – è una delle maggiori associazioni di categoria aderenti a CONFINDUSTRIA.

Nata nel 1912, da oltre 100 anni ha l'obiettivo di rappresentare gli interessi delle Associate nei confronti delle istituzioni pubbliche e private, nazionali e internazionali e di provvedere allo studio e alla risoluzione delle problematiche tecniche, economiche, fiscali, legislative, statistiche e di qualità del comparto automotive.

L'Associazione è strutturata in 3 Gruppi merceologici, ciascuno coordinato da un Presidente.

Componenti: comprende i produttori di parti e componenti di autoveicoli; *Carrozzeri e Progettisti:* comprende le aziende operanti nel settore della progettazione, ingegnerizzazione, stile e design di autoveicoli e/o parti e componenti destinati al settore autoveicolistico; *Costruttori:* comprende i mezzi speciali e/o dedicati a specifici utilizzi - ovvero allestimenti e attrezzature specifiche montati su autoveicoli.

CONVEY

CONVEY Srl di Torino opera da oltre 10 anni, fra le società leader a livello internazionale, nell'ambito dei servizi per la lotta alla contraffazione online tramite tutela dei diritti di Proprietà Intellettuale in Internet.

In particolare, l'Azienda fornisce servizi anti-contraffazione in Internet nei settori industriali più disparati ed in tutti i contesti caratteristici generati dalla Rete: Piattaforme di e-Commerce, Social Networks, Website/eShop. CONVEY propone altresì servizi di *Internet brand compliance* finalizzati al controllo sistematico dei canali di distribuzione e del comportamento dei licenziatari/distributori nei "mercati virtuali".

Gli oltre cento Brand clienti (italiani ed esteri) vengono tutelati con un approccio olistico, basato sulla valorizzazione dell'intero portafoglio di Diritti di Proprietà Intellettuale (IPRs) dell'Azienda, tramite soluzioni tecnologiche di *Internet intelligence* che consentono il rapido censimento delle maggiori criticità in essere, con applicazioni di *Business Intelligence* che permettono di individuare i contraffattori più pericolosi e, infine, tramite metodologie di *IPRs Online Protection*. Queste ultime sono gestite da un ampio e consolidato team di esperti con know-how specialistico in campo legale/procedurale che garantisce un elevato successo – superiore al 95% dei casi – nelle azioni di "take-down" delle inserzioni/offerte contraffattive e la chiusura di account/website con contenuti e/o nomi a dominio illeciti.