

B

BUGNION S.p.A. - Intellectual Property
Excellence to grow together

#Internet: opportunità o rischio per i titolari di marchi?

Dott. Andrea Cappai

Internet

- Circa 3 miliardi di utenti (40% della popolazione mondiale)
- Circa il 44% delle abitazioni di tutto il mondo può connettersi
- In Europa 3 persone su 4 hanno accesso ad internet

(Fonte ITU - FactFigures 2014)

Internet è un *medium* potentissimo che permette alle imprese di:

- Vendere al pubblico i propri prodotti e/o servizi

Circa il 60% degli utenti internet in UE
effettuano acquisti *online*

(Fonte EuroStat News Release 147/2013)

- Farsi pubblicità
- Creare, sviluppare e diffondere l'identità di marca (*brand identity*)
- Trasformare i propri clienti una “*community*”

Per poter cogliere tutte le opportunità offerte da internet le imprese devono essere:

**Facilmente
individuabili**

**Immediatamente
riconoscibili**

**Proteggere il
proprio
marchio ed i
propri segni
distintivi su
internet (nomi
a dominio)**

Il sistema di assegnazione dei nomi a dominio è molto più semplice e veloce rispetto al sistema di registrazione dei marchi ed è basato su due principi fondamentali:

First come, first served

(criterio di mera priorità cronologica)

- Ogni dominio viene assegnato esclusivamente in base alla priorità cronologica della richiesta.

Principio di unicità del nome a dominio

(non possono esistere due indirizzi internet identici)

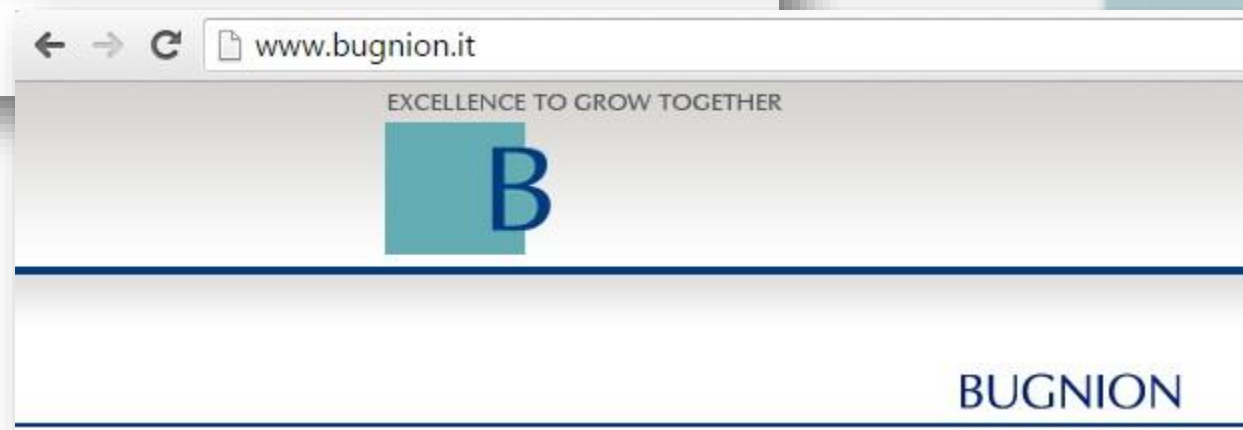
- Una volta che viene assegnato un nome a dominio, nessun altro potrà usufruirne.

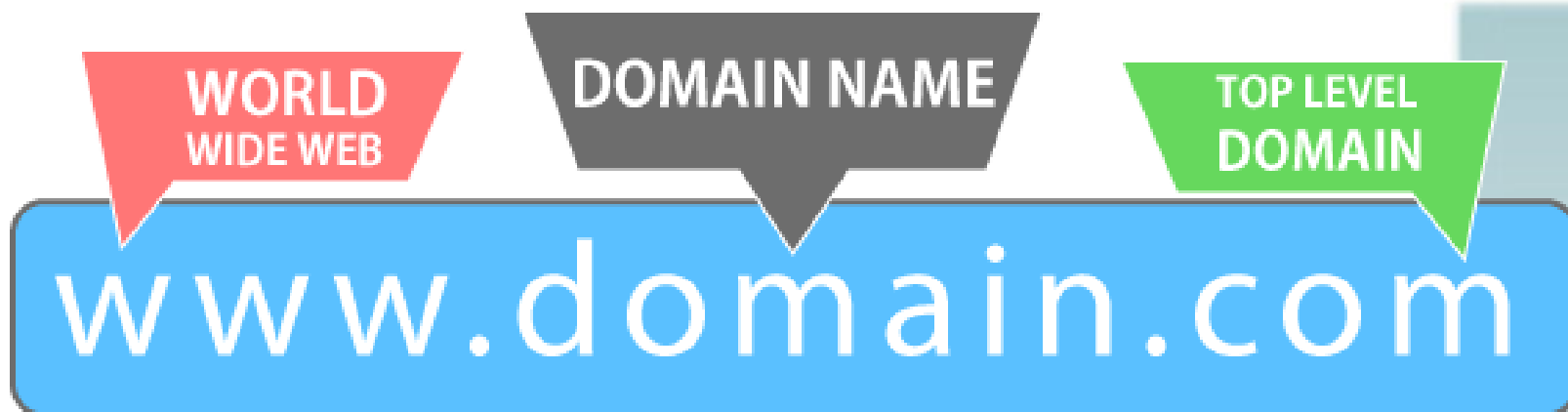
Nome univocamente associato ad una quartina di numeri compresi tra lo “0” ed il “255”, corrispondenti ad un indirizzo IP (Internet Protocol), ossia all'indirizzo con cui una risorsa di rete è individuata su internet.

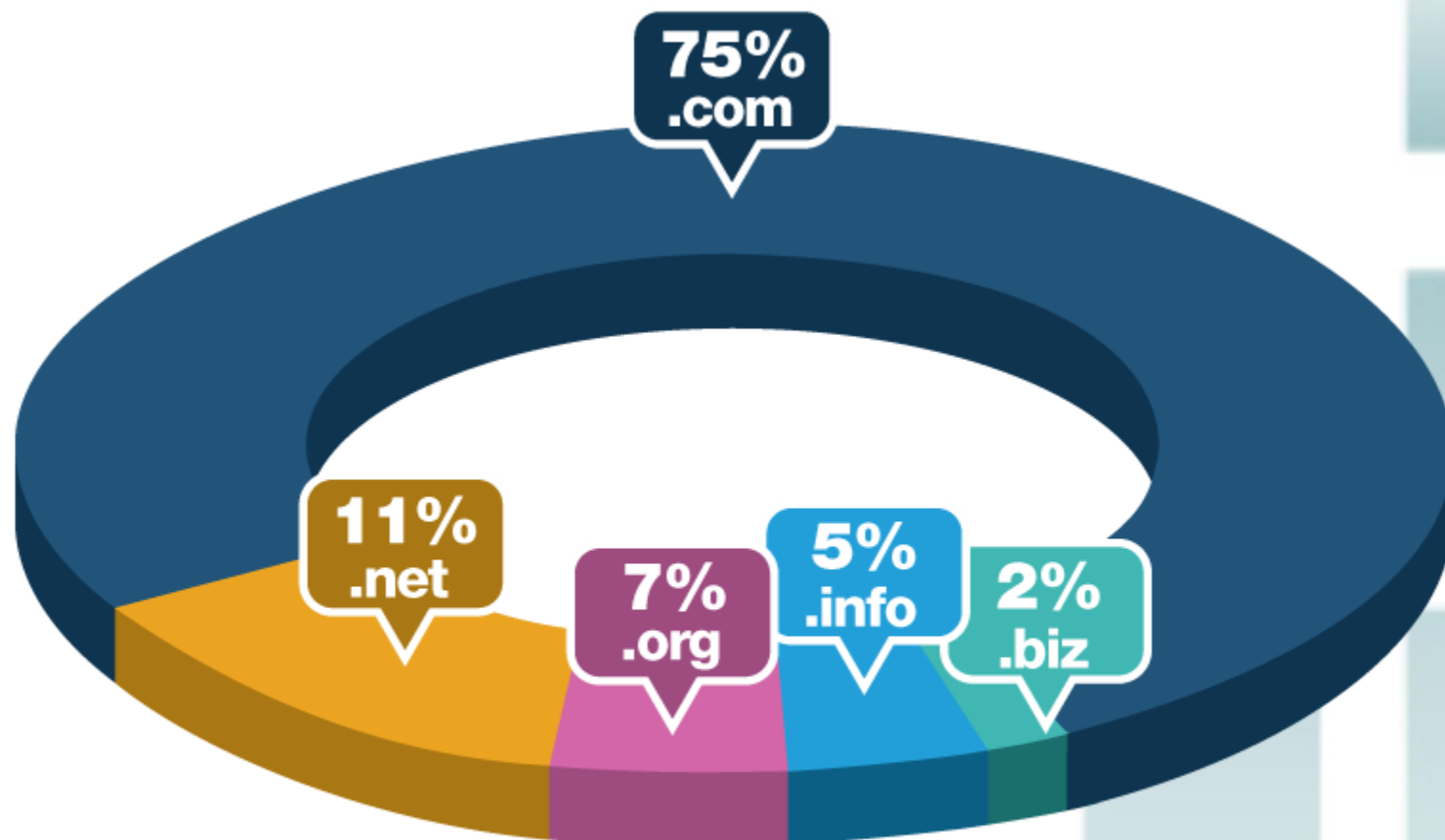
Può quindi dirsi che il nome a dominio è l'alfabetizzazione di una risorsa numerica.

B

Cos'è un nome a dominio?







The 5 most popular gTLDs



- ✓ Più è breve, meglio è – facile da ricordare e da digitare
- ✓ Significativo – un nome che si riferisca al vostro sito o prodotto
- ✓ Chiaro – niente doppi sensi e facile da pronunciare
- ✓ Motori di ricerca – valutate la possibilità di usare una delle vostre *keywords*
- ✓ Usate il vostro nome a dominio per promuovere voi stessi sulle pagine *web*, sulla corrispondenza, le *email* e la posta ordinaria

Superare la
banalità
(.com)

Pensare ai propri
mercati di
riferimento
(.it, .de)

Essere creativi
(.tv, .travel, new
gTLDs)

Pensare ai propri
prodotti
(.eu)

Proteggersi
(.cn, .ru)

Nella fase di adozione di un nuovo marchio è opportuno elaborare una strategia di tutela del segno attraverso le registrazioni come nome a dominio. In particolare:

Ricerche di disponibilità delle denominazioni nelle principali estensioni;

Valutazione delle possibili opzioni di registrazione come nome a dominio del marchio (requisiti, opportunità, rilevanza).

LOTTA TRADIZIONALE



LOTTA MODERNA



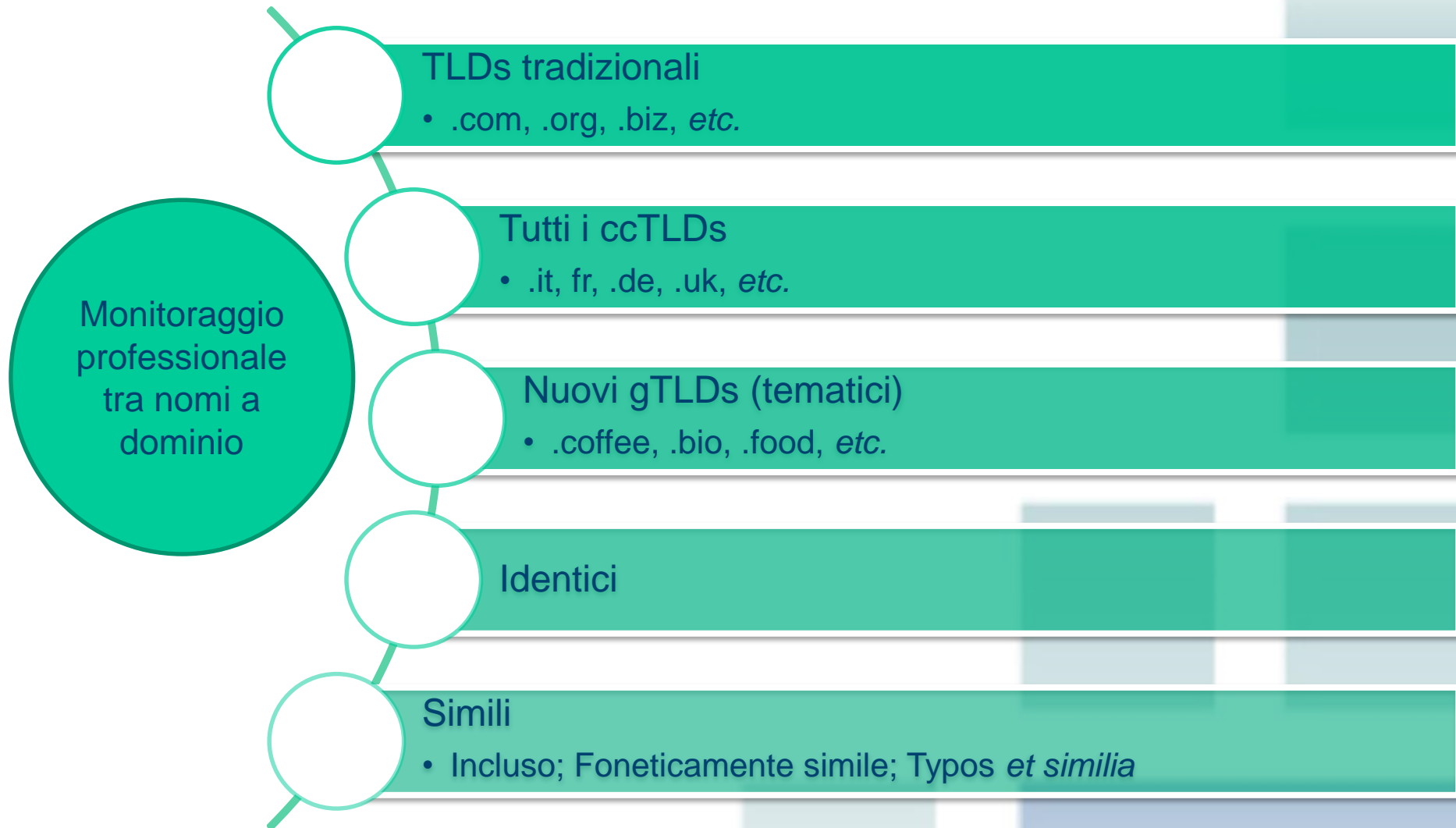
Le autorità competenti (Registri) non rifiutano la registrazione di nomi a dominio interferenti con diritti di esclusiva altrui: è sufficiente, infatti, che il dominio sia disponibile perché venga assegnato al primo richiedente (principio c.d. “*first come first served*”). Solo una sistematica attività di monitoraggio permette di tutelare il proprio marchio dagli abusi dei *cybersquatter*.

Con più di un miliardo di siti internet è impossibile vigilare sull'uso dei propri segni distintivi *online* senza ricorrere a strumenti informatici che monitorino, in modo automatizzato, quanto viene immesso quotidianamente nella rete.

Registra il
marchio

Lotta al
cybersquatting

Monitora le
nuove
registrazioni



Le procedure di riassegnazione amministrativa sono messe a disposizione da numerose autorità di Registro (inclusa quella italiana).

La procedura di riassegnazione permette all'avente diritto all'uso di un nome a dominio, registrato da altri in malafede, di ottenere il trasferimento a se della titolarità dello stesso.



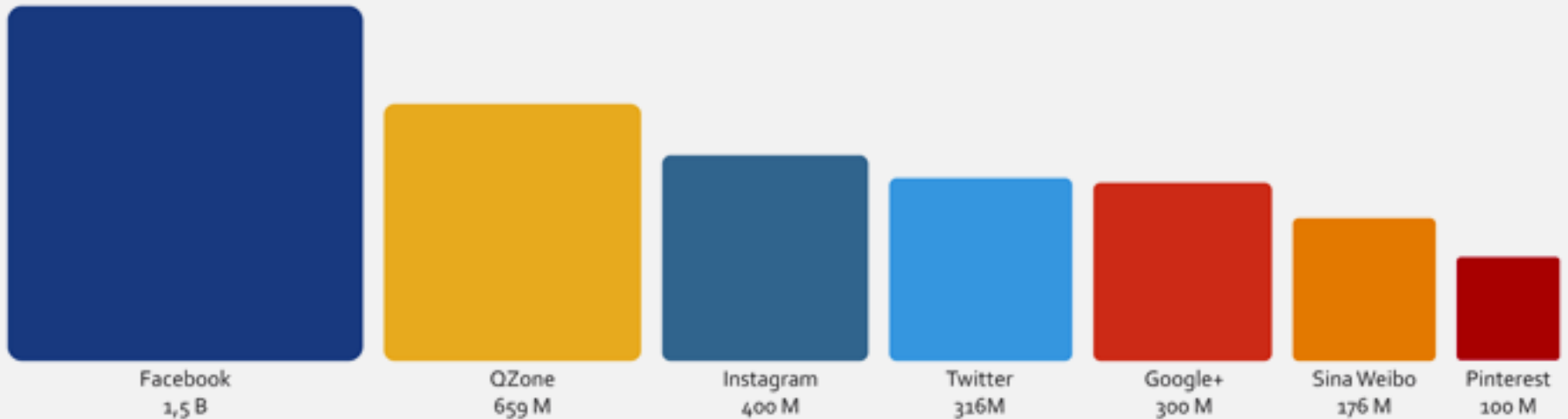
B

I social network



SOCIAL MEDIA OF THE WORLD

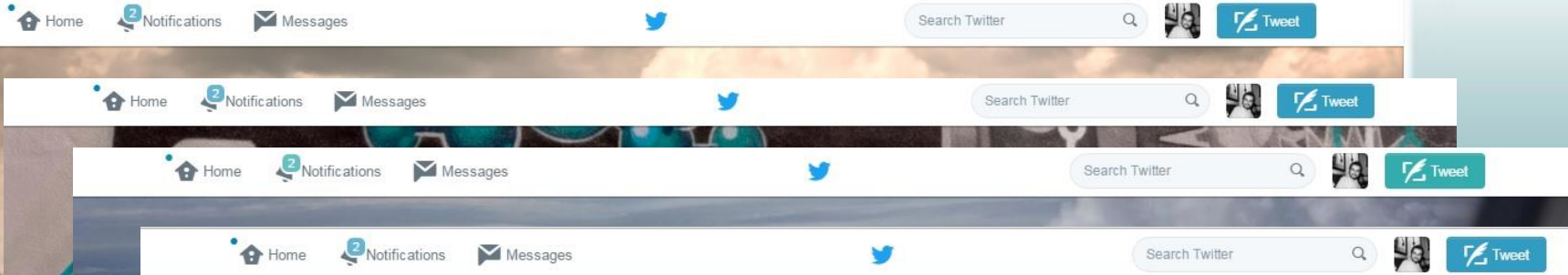
Monthly Active Users - September 2015



credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

licence: CC-BY-NC

source: official docs



TWEETS 5,406 FOLLOWING 8 FOLLOWERS 855

Follow

Camera di Commercio
@cciaa

Joined November 2013

Tweet to Camera di Comme...

Tweets Tweets & replies

Camera di Commercio @cciaa · Jun 24
Verona - Verona Wine Top 2016, premiazione tra acquarelli e sfumature: E' stata una premiazione tra acquarell...
bit.ly/28ROcbR

Camera di Commercio @cciaa · Jun 24
Cosenza - Costituzione Strada del Vino e Sapori Terre di Calabria: Nell'ambito del progetto di valorizzazione...
bit.ly/28ROcbR

Who to follow · Refresh · View all

- Domenico levoli** @Dodopaz...
Followed by Francesca Rend...
 Follow
- BBC Sport** @BBCSport
 Follow

Find friends

Trends · Change

- #GermaniaSlovacchia**
@repubblica:it is Tweeting about this
- #ItaliaSpagna**
4,412 Tweets
- #fruitnizza**



Hashtag



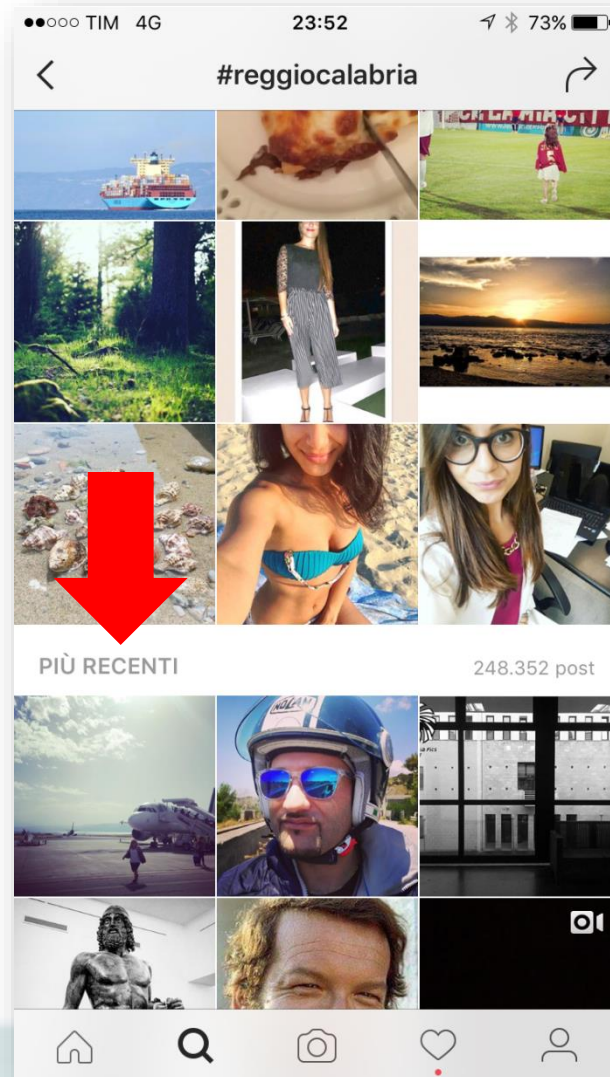
Un **hashtag** (#) è un tipo di etichetta o tag per metadati utilizzato su alcuni servizi di rete e social network come aggregatore tematico, la sua funzione è di rendere più facile per gli utenti trovare messaggi su un tema o contenuto specifico. Un utente può creare o utilizzare un hashtag posizionando il carattere hash (cancelletto #) davanti ad una parola o una frase (senza spazi) del testo principale di un messaggio; successivamente la ricerca di quel hashtag restituirà tutti i messaggi che sono stati etichettati con esso.

Da Wikipedia, l'enciclopedia libera

The image shows a browser window displaying a Twitter search for 'reggiocalabria'. The browser's address bar shows the URL: <https://twitter.com/search?src=typd&q=reggiocalabria&lang=it>. The Twitter interface includes navigation links for Home, Notifiche (3), and Messaggi. The search results show two tweets:

- The first tweet is partially visible, showing a photo of a person on a boat.
- The second tweet is by **Hansel @BoyCalledHansel**, dated 26 giu. The text reads: "Join me on 28/6, h. 14:45 for "#Internet: opportunità o rischio per i titolari di marchi?" @ Salone CCNN #ReggioCalabria @BugnionSpa". Below the text are icons for reply, retweet (1), and like (1).
- The third tweet is by **La Stronza @Jexyka89**, dated 26 giu. The text reads: "lo faccio l'aperitivo qui....e voi? #ReggioCalabria". Below the text is a photo of a glass of iced orange drink on a boat.

A large red arrow points to the right side of the second tweet.



Deposito come marchio

Molte aziende importanti hanno registrato gli slogan che utilizzano nelle campagne pubblicitarie come marchio (se del caso anteponehendogli l'#).

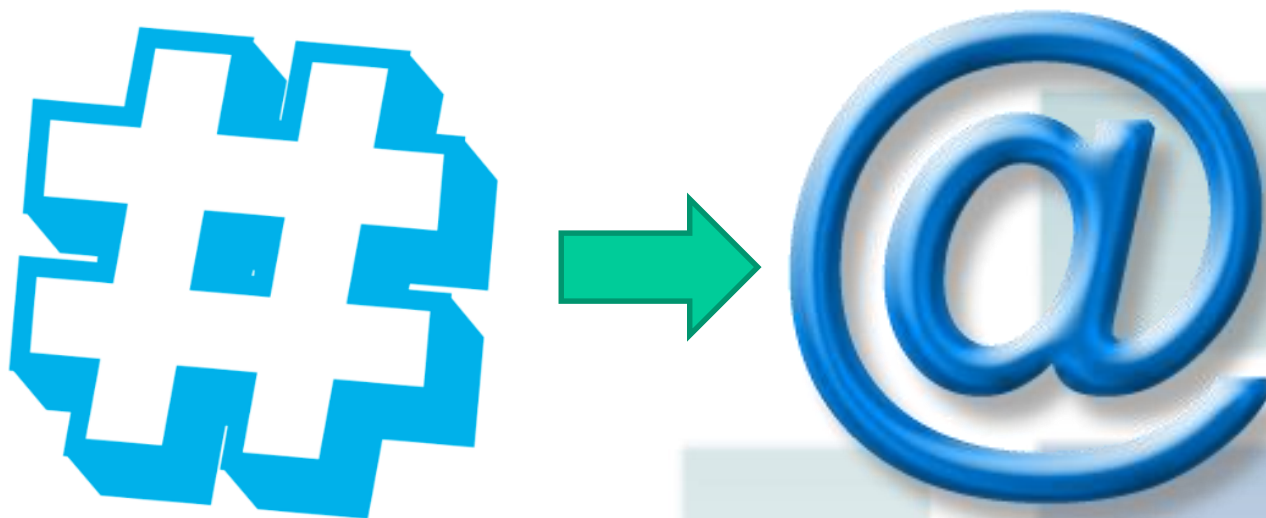
The Coca Cola Company, per esempio, #cokecanpics e #smilewithacoke.



Creazione di account @brand su tutte le piattaforme *social* sulle quali si intende effettuare l'attività promozionale.

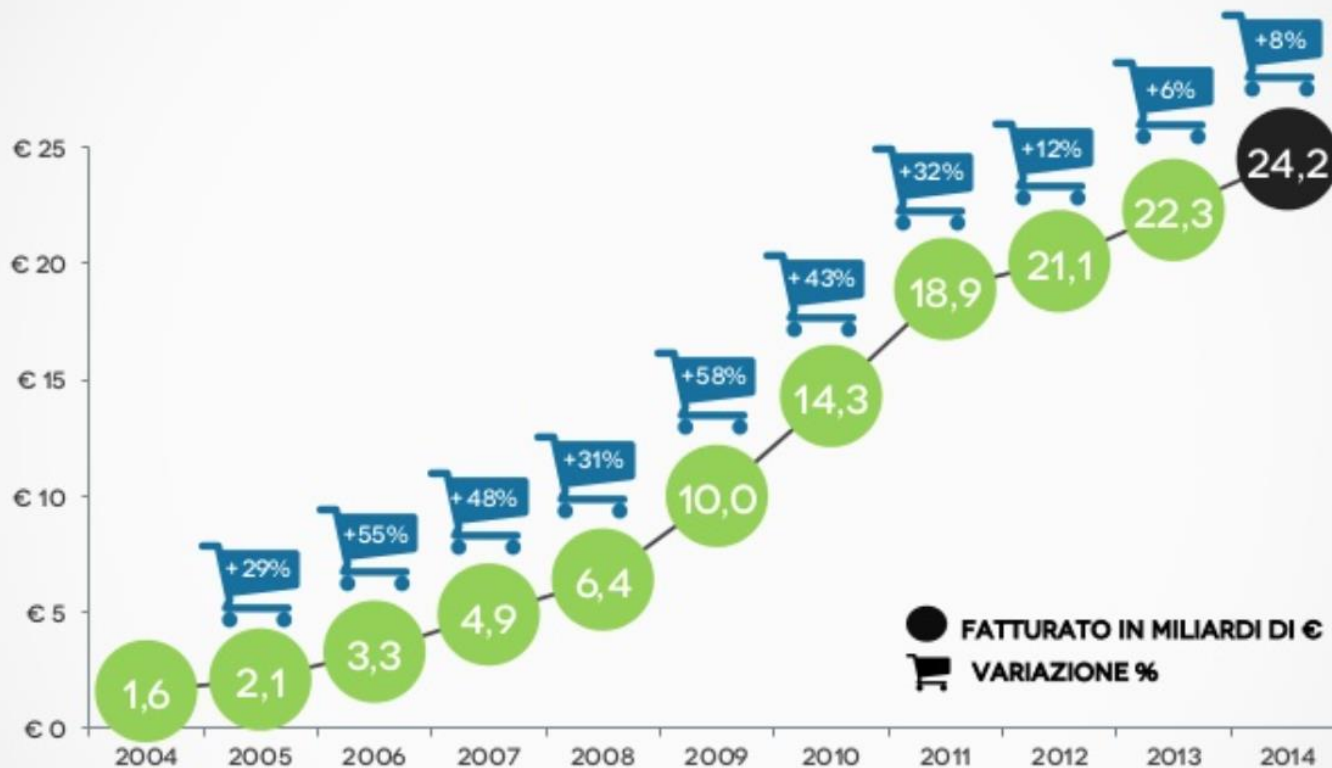
È opportuno valutare l'ipotesi di concentrare la comunicazione su un nome account (@brand), sul quale è possibile ottenere l'esclusiva mediante la registrazione (solo sull'account identico).

Lo strumento dell'*hashtag*, invece, è insitamente anonimo, non avendo un riferimento univoco ad un preciso *account*. In ogni caso non sarà possibile impedirne la creazione e l'uso dell'*hashtag* #brand a terzi, salvo il caso in cui esso sia associato a prodotti contraffatti.





L'E-COMMERCE IN ITALIA

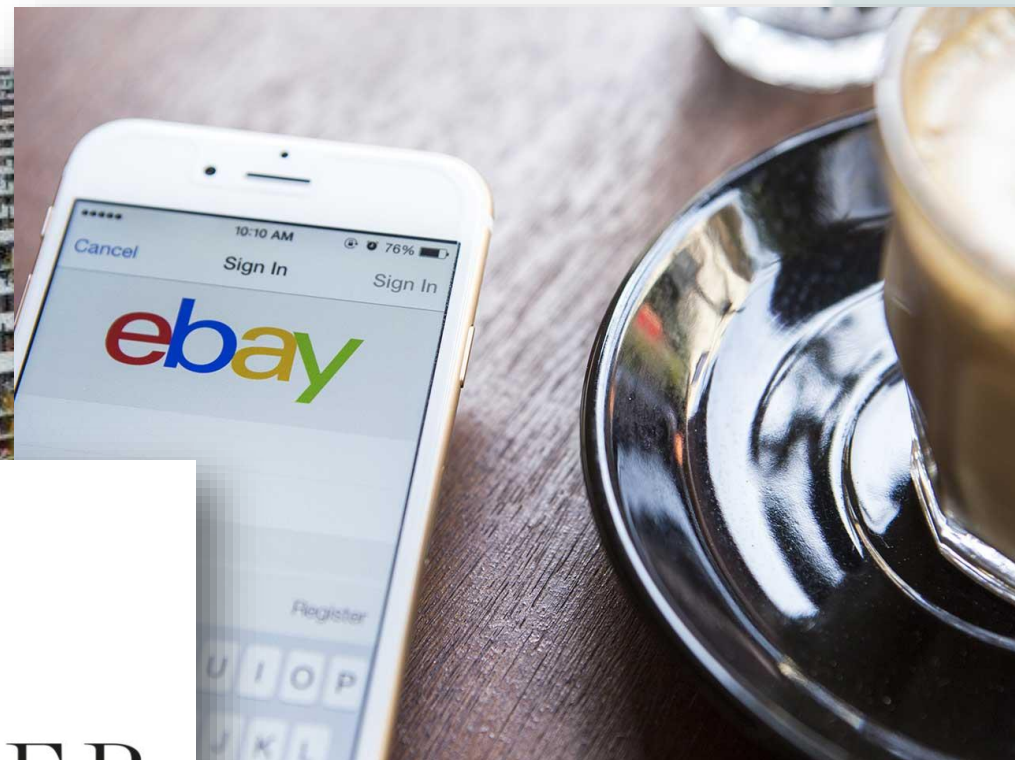


#ECOMMERCE2015



B

Dal mercato “fisico” al mercato
“virtuale”



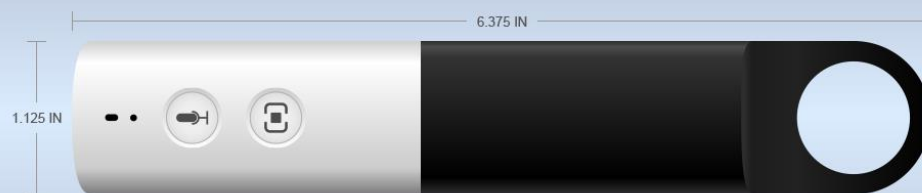
YOOX
NET-A-PORTER
GROUP





Key Features

amazon dash



SAY IT

Say what you want and Dash finds it for you. Just press and hold the voice button to speak into the microphone. It's voice search that actually works.



SCAN IT

Point at what you want and Dash adds it to your list. Scan a week's worth of groceries in minutes. Dash recognizes millions of items available on AmazonFresh and Amazon.com.



EASY SETUP

Dash connects to your home's Wi-Fi network with a simple setup.

STURDY DESIGN

Dash is made to withstand busy households, so go ahead and grab it with flour on your hands to order more supplies.



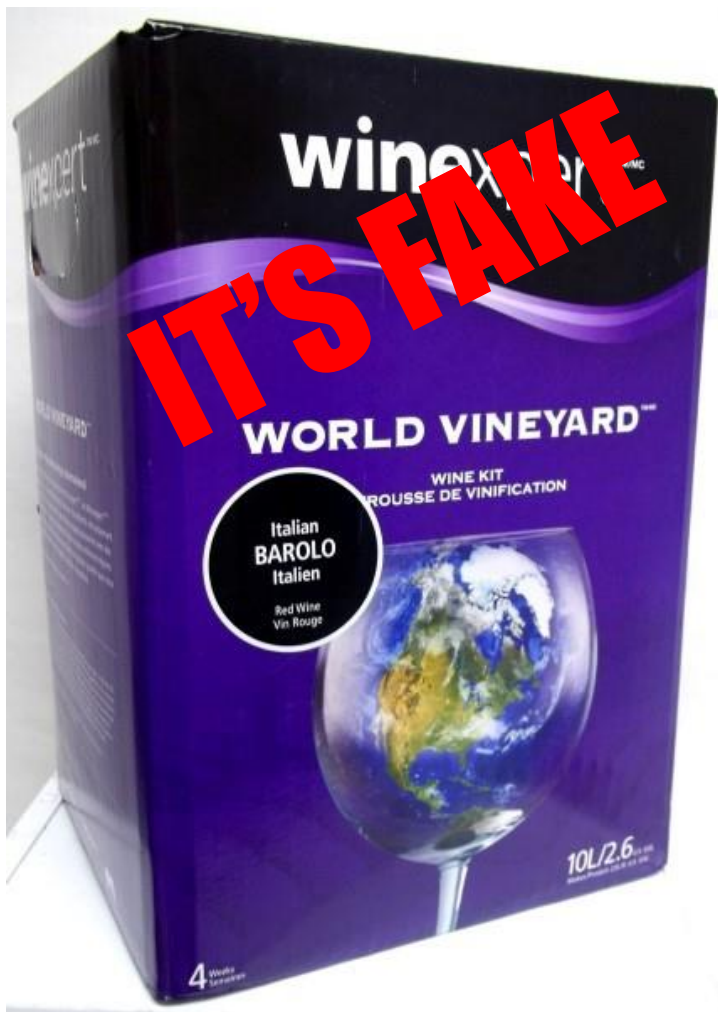




**Aceto
balsamico???**

“Cheese kit” pan-europeo





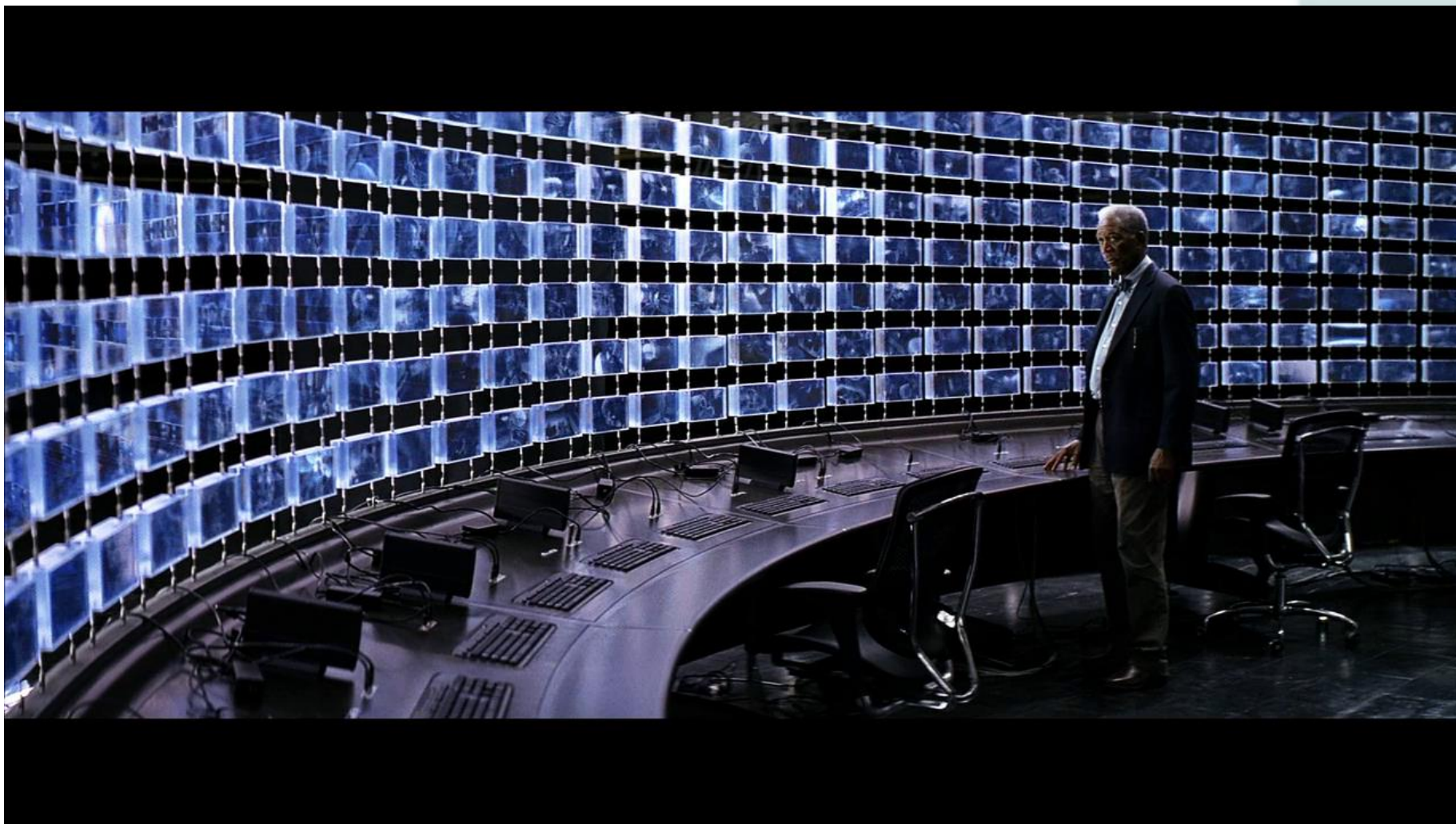
Solo per veri
intenditori!

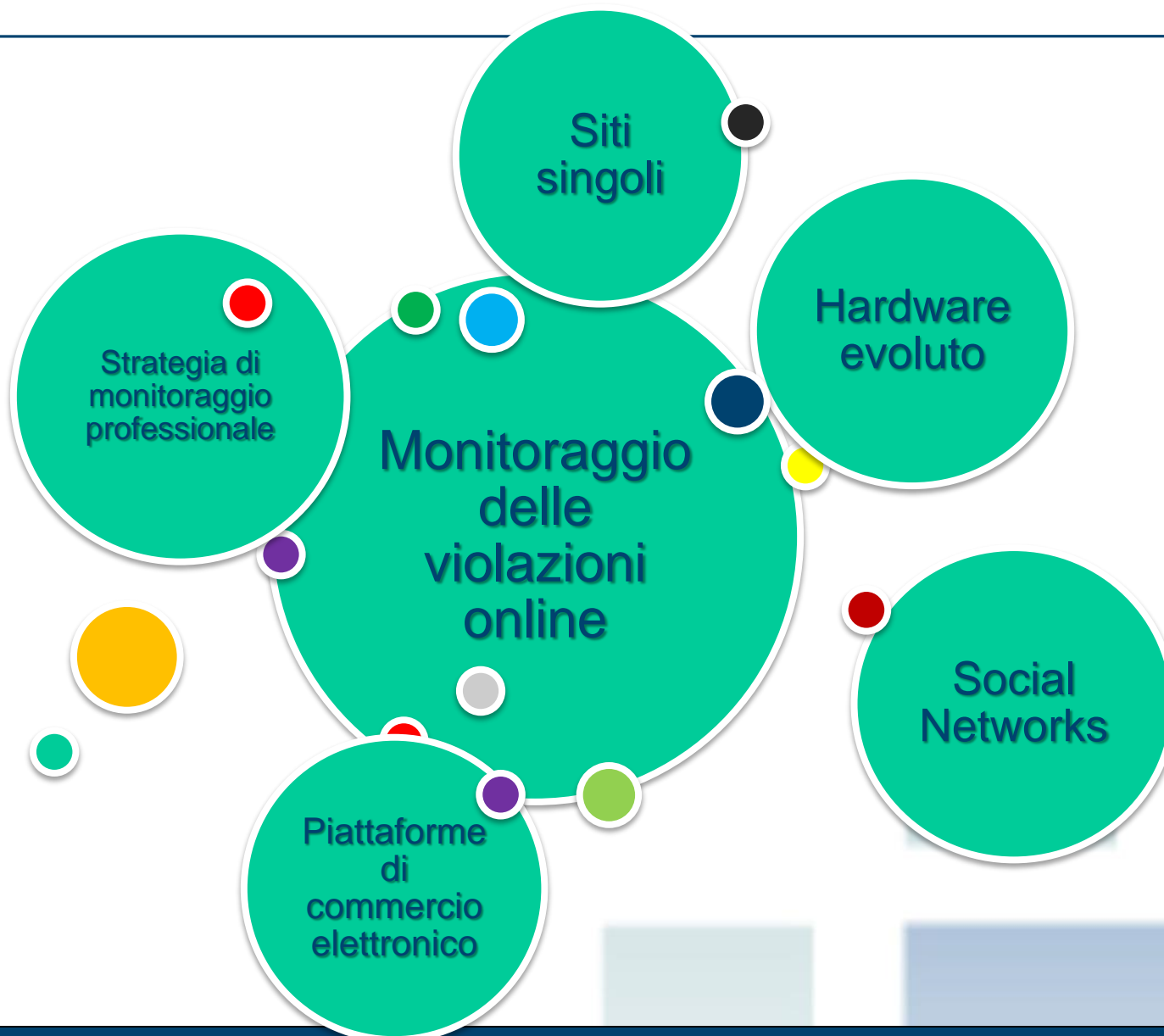


“eBay ha creato il Programma “Verified Rights Owner” (VeRO) per permettere ai titolari di diritti di segnalarne la violazione sulla piattaforma. Qualsiasi titolare di un diritto di proprietà industriale (marchio, diritto d’autore, brevetto) che può essere violata da un’inserzione su eBay può partecipare al Programma VeRO”

Nel 2014 eBay ha firmato un protocollo d'intesa con il MIPAAF e l'associazione dei Consorzi Indicazioni Geografiche per la tutela dei prodotti agroalimentari protetti da DOP e IGP. Nel 2015 anche la FEDERDOC ha sottoscritto l'accordo (rinnovato di recente). Ora circa 1000 Indicazioni Geografiche Protette sono rappresentate in questo accordo.

In base a questo accordo eBay si impegna a rimuovere le inserzioni che violano Indicazioni Geografiche Protette.





B

La strategia delle “Tre P” © per la tutela dei diritti di proprietà industriale online

Protetto

Proattivo

Presente

B

Troppe informazioni? Domande?



A large, vibrant watercolor splash in shades of yellow, orange, red, pink, purple, and blue, centered behind the main text.

GRAZIE

Dott. Andrea Cappai
cappai@bugnion.it

© BUGNION S.p.A., 2016