
INDICAM

— PER LA TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Data Sharing e Risk Analysis per un'efficace IP protection: un triplice sguardo sull'importanza della condivisione

di Mariachiara Anselmino

Nel webinar che ha avuto luogo lunedì 11 luglio si è avuta occasione di trattare di un argomento sul quale INDICAM da sempre insiste molto: quello dei dati e della condivisione degli stessi per un'efficace strategia a tutela del brand, non solo nel settore privato, ma anche tra titolari di diritti di proprietà intellettuale e settore pubblico.

Collaborazione, raccolta di intelligence, condivisione di informazioni. Tutte parole chiave che rappresentano obiettivi ancora non pienamente raggiunti ma a cui aspirare per non allargare sempre di più le maglie ai mercati illegali.

I dati ci dicono che la contraffazione negli ultimi anni si è in gran parte spostata online, dove il valore dell'e-commerce è stimato oggi a quasi 5 bilioni di dollari, con oltre 2 miliardi di acquirenti e una valutazione di crescita del 50% nei prossimi 4 anni. Grazie al contributo di NETCOMM, il Consorzio del Commercio Digitale in Italia, l'evento ha saputo dare una forma più precisa del mercato digitale, sia in termini di impatto sul business che di opportunità per le imprese.

Per arginare un fenomeno transnazionale che non conosce confini e che muta continuamente, come è quello della contraffazione, una buona strategia di brand protection deve necessariamente includere un'attività di collaborazione,

che si traduca in una sinergia tra brand owner e forze dell'ordine – in INDICAM il beneficio di questo sforzo vicendevole lo abbiamo ben presente nel contatto quotidiano con Dogane, Guardia di Finanza e Polizie Locali, ma anche durante i corsi formativi che eroghiamo per condividere informazioni utili con chi da un punto di vista operativo si occupa di contrasto.

Ma la collaborazione e lo scambio servono e sono importanti anche con gli intermediari che agevolano in qualunque modo il trasporto e la commercializzazione del prodotto, siano essi intermediari online – di qui l'opportunità di invitare all'evento anche Amazon, per avere un *insight* sul rapporto con i brand di una *leading company* del digitale - ma anche offline, come ad esempio spedizionieri e corrieri, che devono essere necessariamente resi parte della conversazione.

Verificare la veridicità delle informazioni di chi utilizza una piattaforma o sfrutta un servizio di spedizioni per inviare ai consumatori prodotti che possono essere illeciti è una responsabilità di cui gli intermediari della rete e del mondo fisico devono prendersi carico, perché sono gli unici soggetti che detengono questi dati e che possono quindi dividerli con le forze dell'ordine ma anche con i brand interessati, per permettere loro di effettuare le proprie investigazioni interne.

È parso quindi logico, affiancare all'esperienza di Amazon quella di Countercheck, società con sede a Berlino che ha messo a punto un software per l'identificazione dei pacchi sospetti per la contraffazione, facendo

INDICAM

— PER LA TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

della condivisione dei dati, con brand e autorità, un elemento imprescindibile per il successo della sua attività.

Questo webinar a più voci ha dato la possibilità di esplorare da diversi punti di vista il tema del contrasto, ma anche, se non soprattutto, della prevenzione del fenomeno contraffattivo, resa possibile solo attraverso una messa a fattor comune delle informazioni di intelligence tra tutti gli attori coinvolti nella filiera.