

CYBERCRIME E TUTELA DEI BRAND

LA PREVENZIONE È LA MIGLIORE DIFESA

SILVIO CINIGLIO - VICENZAORO 23 SETTEMBRE 2018

VVO SQUARE



VICENZAORO SEPTEMBER
THE JEWELLERY BOUTIQUE SHOW VICENZA - SEPTEMBER 29-30 2017

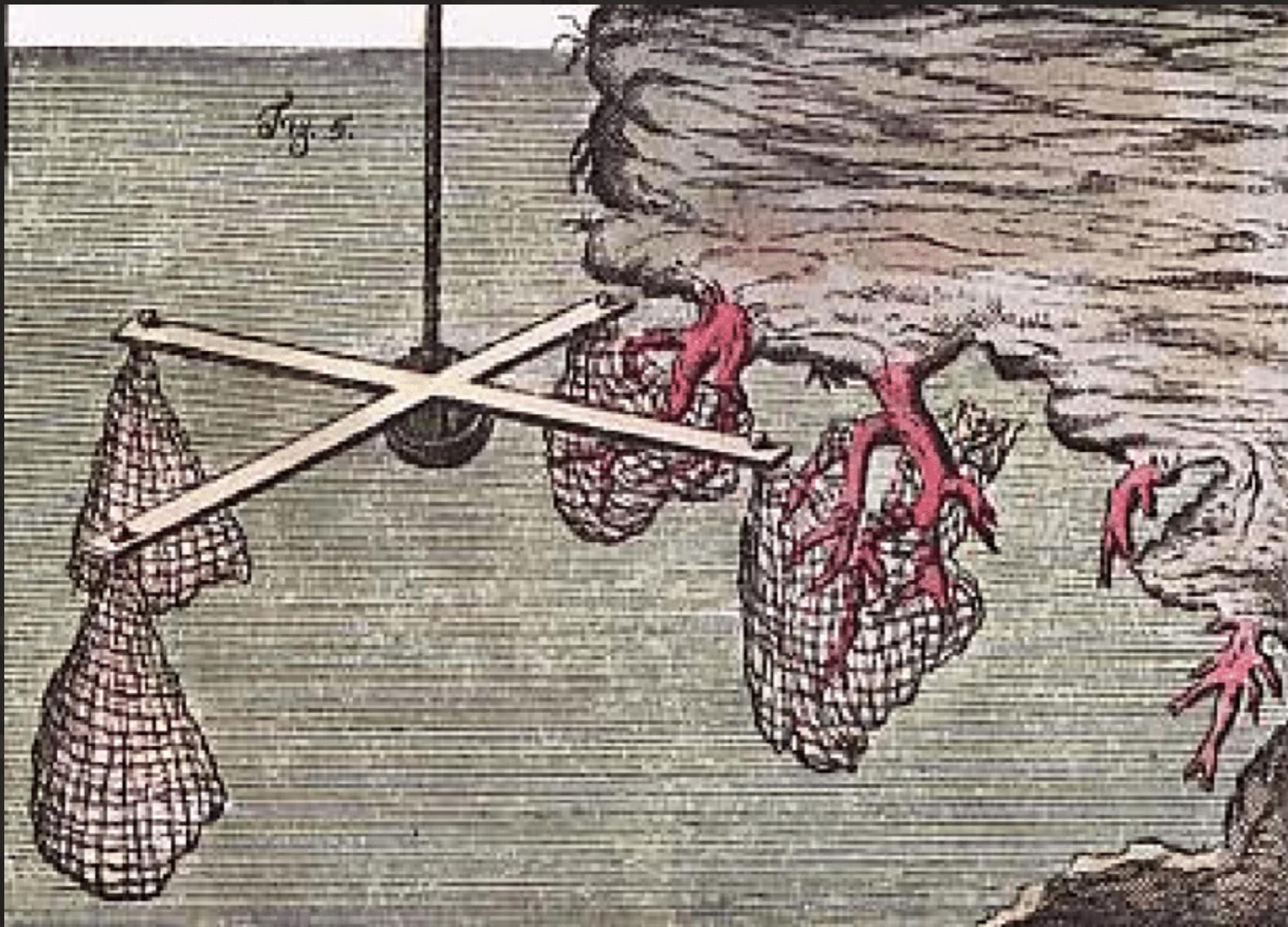
PROGRAMMA UFFICIALE

ORA	ESIBIZIONE
10.00	Apertura
10.30	... (illegible)
11.00	... (illegible)
11.30	... (illegible)
12.00	... (illegible)
12.30	... (illegible)
13.00	... (illegible)
13.30	... (illegible)
14.00	... (illegible)
14.30	... (illegible)
15.00	... (illegible)
15.30	... (illegible)
16.00	... (illegible)
16.30	... (illegible)
17.00	... (illegible)
17.30	... (illegible)
18.00	... (illegible)
18.30	... (illegible)
19.00	... (illegible)
19.30	... (illegible)
20.00	... (illegible)
20.30	... (illegible)
21.00	... (illegible)
21.30	... (illegible)
22.00	... (illegible)
22.30	... (illegible)
23.00	... (illegible)
23.30	... (illegible)
24.00	... (illegible)
24.30	... (illegible)
25.00	... (illegible)
25.30	... (illegible)
26.00	... (illegible)
26.30	... (illegible)
27.00	... (illegible)
27.30	... (illegible)
28.00	... (illegible)
28.30	... (illegible)
29.00	... (illegible)
29.30	... (illegible)
30.00	... (illegible)
30.30	... (illegible)
31.00	... (illegible)
31.30	... (illegible)

OFFICIAL PROGRAMME

ITALIAN JEWELLERY GROUP

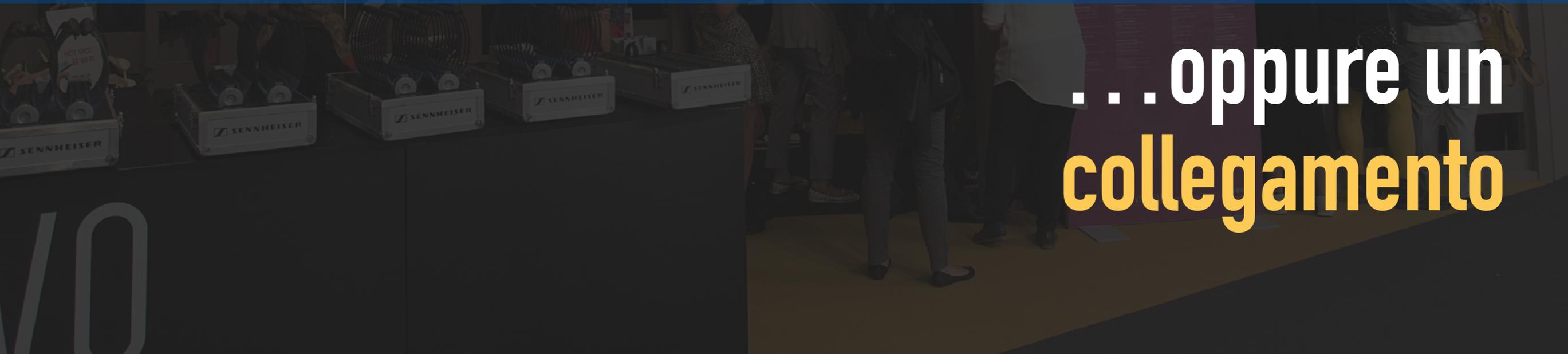
VICENZAORO SEPTEMBER



La **rete** può essere
una trappola



...oppure un
collegamento



«Dalla mattina alla sera ci colleghiamo con vari dispositivi alla ricerca di informazioni su prodotti o servizi, per questo non è più possibile dire: andiamo online, **noi viviamo online**. Il mobile non è uno strumento bensì un comportamento, **siamo costantemente connessi** per condividere momenti quotidiani della nostra vita tramite applicazioni di messaggistica istantanea e social network».

Team di Google



Il web è come una **grande piazza** nella quale si incontrano persone di ogni tipo. Proprio per tale motivo è bene **non fidarsi** di tutto ciò che ci viene offerto.

Altrimenti si rischia di fare la fine di **Pinocchio** con il Gatto e la Volpe, nel celebre film di Luigi Comencini.



«Dall'inizio dell'anno Amazon è salita del 71%. E dalla fine del 2014 del 550%, guadagnando 800 miliardi di dollari di valore».

repubblica.it



La **rete**, tradizionalmente intesa quale strumento per la trasmissione dei dati, si è gradualmente trasformata in un **mercato globale**, nel quale si scambiano ogni genere di beni o servizi.



Accanto ai vantaggi che **l'e-commerce** porta alle **imprese** che operano nel settore della gioielleria e dell'oreficeria e al correlato bacino di **consumatori**, vanno calcolati alcuni **rischi** per entrambe le parti.



CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO
ACCESSO ABUSIVO AD UN SISTEMA INFORMATICO
DIFFAMAZIONE A MEZZO WEB

CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

1° CASO PRATICO

L'utilizzo di un **marchio** celebre quale «**insegna** all'esterno della gioielleria e sul **sito internet** identica al marchio originale registrato» costituisce **violazione** dei diritti di esclusiva, nascenti dalla titolarità del marchio in capo alla parte ricorrente, che è legittimata ad agire in giudizio per la sua **tutela**.

Trib. Catania, Sez. spec. in materia di imprese, ord. 29.11.2016

CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

1° CASO PRATICO

Essendo B. un marchio rinomato, l'uso non autorizzato da parte di terzi determina un indebito vantaggio per costoro che, sfruttando la sua notorietà, creano un **agganciamento parassitario** al marchio notorio, procurandosi illeciti vantaggi a danno del titolare, che vede svilito il carattere distintivo del marchio.

Trib. Catania, Sez. spec. in materia di imprese, ord. 29.11.2016

CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

1° CASO PRATICO

Presupposti per agire in giudizio, in deroga al principio dell'esaurimento del diritto di marchio con la prima immissione:

1. **esistenza di una rete distributiva selettiva;**
2. **Il prodotto commercializzato deve essere un articolo di lusso o di prestigio;**
3. **Deve sussistere un danno effettivo o potenziale all'immagine a seguito della commercializzazione parallela.**

Trib. Catania, Sez. spec. in materia di imprese, ord. 29.11.2016



DISTRIBUZIONE SELETTIVA REG. UE N. 330/2010

Sistema di distribuzione nel quale il fornitore si impegna a **vendere** i beni o i servizi oggetto del contratto, direttamente o indirettamente, **solo a distributori selezionati** sulla base di criteri specificati e nel quale questi distributori si impegnano a non vendere tali beni o servizi a rivenditori non autorizzati nel territorio che il fornitore ha riservato a tale sistema.

CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

1° CASO PRATICO

P.Q.M.

Il Giudice

«inibisce altresì alle resistenti l'uso del suddetto marchio anche nel proprio sito internet e nei social network».

Trib. Catania, Sez. spec. in materia di imprese, ord. 29.11.2016

CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

2° CASO PRATICO

Nel **2016** la società C. ha promosso davanti al Tribunale di Milano un giudizio di merito nei confronti di G.A. al fine di ottenere l'inibitoria «in ordine all'uso del proprio marchio e alla promozione, distribuzione, commercializzazione, in tutte le sue forme, anche a **mezzo internet**, di prodotti recanti il marchio C.», per avere violato il diritto alla **distribuzione selettiva**.

Trib. Milano, Sez. spec. in materia di imprese, sent. 3.5.2018

CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

2° CASO PRATICO

«L'elevato **prestigio** associato ai prodotti a marchio C. è frutto di un'intensa attività e di **ingenti investimenti** sostenuti nel corso dei decenni dalla maison orafa. La notorietà così raggiunta viene tutelata da C. anche mediante il ricorso ad un **sistema di distribuzione selettiva**».

Trib. Milano, Sez. spec. in materia di imprese, sent. 3.5.2018

CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

2° CASO PRATICO

«Le modalità di offerta e di vendita esaminate sono in **contrasto** con **gli standard qualitativi** richiesti ai distributori autorizzati da C. e appaiono **lesivi** del **prestigio** e dell'aura del **marchio stesso**».

Trib. Milano, Sez. spec. in materia di imprese, sent. 3.5.2018

CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

2° CASO PRATICO

P.Q.M.

Il Tribunale di Milano

«inibisce a G.A. la promozione, distribuzione, commercializzazione, in tutte le sue forme, anche a mezzo internet, dei prodotti riconducibili al marchio C.».

Trib. Milano, Sez. spec. in materia di imprese, sent. 3.5.2018

CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

3° CASO PRATICO

Nel 2010 la società siriana Mitico ha chiesto all'Ufficio dell'UE per la proprietà intellettuale la registrazione, per prodotti alimentari, del marchio **Master**.



CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

3° CASO PRATICO



Si è opposta la società **Coca-Cola Company**, facendo valere quattro marchi figurativi che aveva fatto registrare anteriormente.

CONTRAFFAZIONE DEL MARCHIO

3° CASO PRATICO

Il Tribunale UE, in accoglimento del ricorso presentato da Coca-Cola Company, ha ritenuto sussistente il rischio di un futuro indebito vantaggio nell'UE per il segno Master, nonostante il prodotto in questione fosse al momento venduto solo in Siria e Medio Oriente.



Trib. UE, VIII Sez., T-61/16, sent. 7.12.2017

ACCESSO ABUSIVO AD UN SISTEMA INFORMATICO O TELEMATICO ART. 615 TER C.P.

Chiunque abusivamente si introduce in un sistema informatico o telematico protetto da misure di sicurezza ovvero vi si mantiene contro la volontà espressa o tacita di chi ha il diritto di escluderlo, è punito con la reclusione fino a tre anni.

La pena è della reclusione da uno a cinque anni:

- 1) se il fatto è commesso da un pubblico ufficiale o da un incaricato di un pubblico servizio, con abuso dei poteri o con violazione dei doveri inerenti alla funzione o al servizio, o da chi esercita anche abusivamente la professione di investigatore privato, o con abuso della qualità di operatore del sistema;
- 2) se il colpevole per commettere il fatto usa violenza sulle cose o alle persone, ovvero se è palesemente armato;
- 3) se dal fatto deriva la distruzione o il danneggiamento del sistema o l'interruzione totale o parziale del suo funzionamento, ovvero la distruzione o il danneggiamento dei dati, delle informazioni o dei programmi in esso contenuti.

Qualora i fatti di cui ai commi primo e secondo riguardino sistemi informatici o telematici di interesse militare o relativi all'ordine pubblico o alla sicurezza pubblica o alla sanità o alla protezione civile o comunque di interesse pubblico, la pena è, rispettivamente, della reclusione da uno a cinque anni e da tre a otto anni.

Nel caso previsto dal primo comma il delitto è punibile a querela della persona offesa; negli altri casi si procede d'ufficio.

DIFFAMAZIONE A MEZZO WEB ART. 595 C.P.

Chiunque, fuori dei casi indicati nell'articolo precedente, comunicando con più persone, offende l'altrui reputazione, è punito con la reclusione fino a un anno o con la multa fino a euro 1.032.

Se l'offesa consiste nell'attribuzione di un fatto determinato, la pena è della reclusione fino a due anni, ovvero della multa fino a euro 2.065.

Se l'offesa è recata col mezzo della stampa o **con qualsiasi altro mezzo di pubblicità**, ovvero in atto pubblico, la pena è della reclusione da sei mesi a tre anni o della multa non inferiore a euro 516.

Se l'offesa è recata a un Corpo politico, amministrativo o giudiziario, o ad una sua rappresentanza o ad una autorità costituita in collegio, le pene sono aumentate.

DIFFAMAZIONE A MEZZO WEB ART. 595 C.P.

«La diffusione di un messaggio diffamatorio attraverso l'uso di una **bacheca Facebook** integra un'ipotesi di diffamazione aggravata ai sensi dell'art. 595, terzo comma, c.p., poiché trattasi di condotta potenzialmente capace di raggiungere un numero indeterminato o comunque quantitativamente apprezzabile di persone».

Cass. Pen., Sez. I, 2.12.2016, n. 50

DIFFAMAZIONE A MEZZO WEB ART. 595 C.P.

«Nel reato di diffamazione in cui sia persona offesa un ente commerciale, il concetto di **reputazione** deve ritenersi comprensivo anche del profilo connesso all'attività economica svolta dall'ente ed alla considerazione che esso ottiene nel contesto sociale, sicché la condotta lesiva può attenerne anche al **buon nome commerciale** del soggetto giuridico».

Cass. Pen., Sez. V, 21.9.2012, n. 43184

**NON EST MAJOR RICHEZA AL
MONDO CHE EL BON NOME.**

ANTONINO DA FIRENZE, 1420

OPUS QUADRAGESIMALIUM ET DE SANCTIS SERMONUM. DE TRIUMPHO FAME

L'idea

La sfida di don **Ciro Cozzolino** per avvicinare i giovani alla Chiesa

«Non è una follia, scommettiamo per utilizzare il virtuale in modo giusto»

La Cresima diventa social Corsi su Fb e Instagram

Giovanna SALVATI
Torre Annunziata

I corsi di cresima si terranno attraverso i social. Una piattaforma su Instagram e un gruppo Facebook per le lezioni e il confronto. Un gruppo invece whatsapp solo per le comunicazioni sugli orari e sui contenuti delle lezioni. Non è uno scherzo. Ad osare è il parroco della Trinità, don **Ciro Cozzolino**. Il presidente di Libera e noto per la sua battaglia anticrolli ha deciso di lanciare una sfida. Pur di avvicinare i giovani alla Chiesa e al sacramento della cresima ha deciso di inventare un corso social. Una follia. Una provocazione. O forse solo un nuovo sistema per aprire le porte della Chiesa e far in modo che non esistano più ostacoli.

«Non è una follia - si difende don **Ciro** - proviamo a coin-



DON CIRO COZZOLINO

Nella foto il parroco della chiesa della Santissima Trinità di via Gino Alfani. Il sacerdote, eletto presidente di Libera, ha lanciato una nuova sfida tutta social

ra di più il proprio credo. Papa Francesco ci lancia un messaggio importante: scendiamo tra la gente, avviciniamoci a loro e apriamo le porte della Chiesa». Per ora quindi solo una pioggia di consensi ma per assistere al via della prima lezione bisognerà aspettare ancora un mese. I corsi partiranno infatti a ottobre ma don **Ciro** è già pronto a lanciare un nuovo corso tutto virtuale e soprattutto lanciando un appello «questo sarà un nuovo stile di dialogo con il mondo, con Dio». E per la cerimonia religiosa: non ci sarà mica anche un metodo per ottenere la discesa dello Spirito Santo via social? Sorride don **Ciro** e aggiunge: «Per quello non ci siamo ancora attrezzati. Iniziamo a usare i social per cose serie».