

**COMMISSIONE PARLAMENTARE DI INCHIESTA
SUI FENOMENI DELLA CONTRAFFAZIONE,
DELLA PIRATERIA IN CAMPO COMMERCIALE
E DEL COMMERCIO ABUSIVO**

RESOCONTO STENOGRAFICO

73.

SEDUTA DI GIOVEDÌ 16 MARZO 2017

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **MARIO CATANIA**

INDICE

	PAG.		PAG.
Audizione del Presidente dell'International AntiCounterfeiting Coalition (IACC), Robert Barchiesi:			
Catania Mario, <i>Presidente</i>	3, 8, 10, 12, 15, 16	Cenni Susanna (PD)	10
Barchiesi Robert, <i>Presidente dell'Anti-Counterfeiting Coalition (IACC)</i> .	3, 9, 10, 12, 13, 15	Miller Lara, <i>Counsel and Director of Strategic Planning dell'International AntiCounterfeiting Coalition (IACC)</i>	9, 11, 14, 15
Baruffi Davide (PD)	12	ALLEGATO: Documentazione presentata da IACC	17

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
MARIO CATANIA

La seduta comincia alle 14.15.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Audizione del Presidente dell'International AntiCounterfeiting Coalition (IACC), Robert Barchiesi.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del dottor Robert Barchiesi, Presidente dell'International AntiCounterfeiting Coalition (IACC) degli Stati Uniti d'America, organizzazione *no profit*, finalizzata a combattere la contraffazione e la pirateria digitale.

La IACC costituisce un punto di collegamento fondamentale per le azioni di contrasto nel settore e per il raccordo tra Governo e imprese, attraverso una serie di iniziative che ci saranno ora illustrate, tra cui l'approccio « Follow The Money ».

È presente la dottoressa Lara Miller, Counsel and Director of Strategic Planning dell'International AntiCounterfeiting Coalition (IACC).

Do la parola quindi al Presidente Barchiesi.

ROBERT BARCHIESI, *Presidente dell'AntiCounterfeiting Coalition (IACC)*. Buon pomeriggio. Ringrazio il presidente Catania, l'onorevole relatore e gli onorevoli membri della Commissione.

Prima di iniziare, vorrei presentare la mia collega Lara Miller, che è consigliere e direttore per la pianificazione strategica della nostra organizzazione e che si occupa del controllo di numerosi programmi di cui parlerò oggi.

Mi chiamo Bob Barchiesi e sono presidente della Coalizione internazionale anti-contraffazione (IACC). Siamo un'organizzazione senza scopo di lucro con sede a Washington, che si occupa della lotta alla contraffazione dei prodotti e alla pirateria. Fondata nel 1979, la nostra organizzazione è la più antica nel suo genere.

Voglio ringraziarvi a nome delle oltre 250 società che fanno parte della nostra associazione per l'occasione che ci date di parlare dinanzi a questa autorevole Commissione. Pur essendo nato e cresciuto in America, le mie origini sono profondamente radicate in Italia, perché mio nonno era di Roma e mia nonna di Avellino. Posso solo immaginare con quanto orgoglio mi staranno guardando in questo momento straordinario, in cui mi trovo in un edificio storico disegnato da due grandi italiani, Bernini e Fontana, mentre mi rivolgo, addirittura, a membri del Parlamento. Davvero sono onorato di essere qui. Spero che le mie dichiarazioni possano aiutarvi nel vostro importante lavoro.

Negli ultimi quarant'anni, la IACC è cresciuta in maniera considerevole, sia per dimensioni che per varietà dei propri membri. Non è un caso che la nostra crescita sia andata di pari passo con l'espansione della contraffazione in tutto il mondo. La nostra associazione, adesso, comprende quasi tutti i settori produttivi, inclusi molti dei marchi più famosi al mondo. Che si tratti del settore dell'abbigliamento, dell'agricoltura, dei prodotti farmaceutici, dei *software*, dell'elettronica, dell'intrattenimento, dell'industria automobilistica o dei beni di consumo, i membri della IACC sono impegnati a operare con i *partner* dell'industria e con i Governi, per migliorare la tutela della proprietà intellettuale, a vantaggio sia dei produttori legittimi che dei consumatori.

Gli ultimi anni hanno fatto registrare una crescita esplosiva del commercio *online*, sia legittimo che illegittimo: i produttori legittimi e i venditori al dettaglio sono riusciti sempre più a utilizzare questa tecnologia per ammodernare le loro catene di distribuzione e, purtroppo, lo stesso vale per i contraffattori. Un tempo i contraffattori erano confinati nei negozi o lavoravano come venditori ambulanti o nei mercati informali. Adesso, internet fornisce loro nuovi sbocchi per vendere i loro beni illeciti, oltre a offrire un ventaglio di clienti sempre più ampio.

In aggiunta a ciò, il mercato spostamento, che abbiamo registrato verso la distribuzione *on line* dei beni contraffatti, ha determinato una serie di difficoltà pratiche per le attività di contrasto, che siano condotte dalla polizia e da funzionari di dogana o dagli stessi titolari dei marchi. Oggi, i contraffattori riescono a usare *internet* e a operare nell'anonimato, nascondendosi dietro intermediari e, spesso, utilizzando informazioni non verificate e falsificate, per stabilire la loro presenza commerciale *on line*. Anche una volta individuati, approfittano delle scappatoie giurisdizionali per evitare di essere perseguiti e, di frequente, ospitano le loro operazioni in Paesi con regimi giuridici o di Polizia insufficienti.

La cosa più preoccupante, forse, è che sfruttano regolarmente i servizi alle imprese legittimi, inclusi i sistemi internazionali finanziari e postali, oltre che i fornitori di servizi *on line*, per facilitare le loro imprese e azioni criminali.

La proliferazione di questo commercio illecito *on line* rappresenta una grandissima minaccia per la fiducia dei consumatori nei confronti di internet, come piattaforma commerciale fidata e sicura. Affrontare questo problema richiede, tuttavia, la cooperazione onesta di tutti i soggetti che fanno parte del sistema di *e-commerce*: produttori, venditori al dettaglio, piattaforme commerciali, società di carte di credito, fornitori di servizi di pagamento, motori di ricerca, reti di pubblicità *on line*, fornitori di accesso a internet e società internazionali di spedizioni. Questo fatto

sottolinea gran parte del lavoro che la IACC ha intrapreso negli ultimi anni e sono lieto di poter condividere oggi la nostra esperienza in questo settore.

Quando abbiamo iniziato a guardare al traffico dei beni contraffatti *on line*, abbiamo capito che, nonostante sia illegale, la contraffazione è un'attività economica a scopo di lucro. Il nostro approccio è consistito nell'individuare modalità attraverso cui demonetizzare le operazioni dei contraffattori, smantellando e neutralizzando la loro capacità di elaborare i pagamenti e di trarre vantaggio da queste operazioni illecite.

I principi basilari dell'economia e il senso comune ci dicono che un'impresa, sia legittima che illegittima, smette di operare se non è in grado di fare soldi, ma questo non è necessariamente un approccio di tipo nuovo. Ho lavorato per diversi decenni in Polizia, al Dipartimento Federale di Polizia di New York e poi in Florida, dove sono stato capo della Polizia. Ci sono stati momenti in cui abbiamo avuto grossi problemi con il traffico della droga. Il nostro principio è stato quello di seguire il denaro; si tratta dell'approccio che abbiamo adottato poi alla IACC e che abbiamo applicato anche alla grave minaccia della contraffazione *on line*.

Spesso parliamo di sequestri doganali e di sanzioni penali o amministrative come un costo che i contraffattori pagano per fare i loro affari. Nel mondo *on line*, i marchi hanno perseguito e attuato una serie di strategie negli anni per cercare di fermare i contraffattori e aumentare i loro costi aziendali. Tra queste strategie, possiamo citare: le procedure di notifica e rimozione, la procedura uniforme ICANN per la risoluzione delle controversie sui nomi e le controversie civili per sequestrare i siti. Tuttavia, questi, spesso, sono strumenti che forniscono false vittorie.

I contraffattori postano di nuovo le inserzioni rimosse o migrano le loro operazioni su un nuovo sito, quindi lo smantellamento della loro attività, spesso, è stato minimo e di sicuro non sufficiente come deterrente duraturo.

Abbiamo cercato, quindi, di individuare le caratteristiche principali del modello di distribuzione *on line*, per poter avere un impatto duraturo e decisivo. La nostra analisi ha identificato diverse criticità, dove abbiamo pensato, con l'assistenza dei nostri *partner* dell'ecosistema *on line*, di poter conseguire significativi progressi.

Dopo diversi mesi di discussione, per stabilire una serie di migliori pratiche con alcune delle più grandi società di carte di credito e di servizi di pagamento del mondo, grazie a un processo facilitato dall'Ufficio della Casa Bianca del Coordinatore per la tutela della proprietà intellettuale, abbiamo lanciato quello che è noto come programma RogueBlock, partito nel gennaio 2012. RogueBlock è il primo e unico programma di questo genere, messo a punto per tutelare i diritti della proprietà intellettuale attraverso il principio del « segui il denaro », anche quando quel denaro fluisce oltre i confini nazionali e le linee tradizionali giurisdizionali.

La IACC e i suoi *partner* del settore finanziario mondiale hanno creato una relazione di cooperazione, che ci consente di identificare i contraffattori attraverso la loro presenza nello spazio cibernetico, di collegare quelle vetrine virtuali a conti bancari del mondo reale e di annullare la loro capacità di trarre profitto a distanza attraverso la vendita dei loro beni illeciti in tutto il mondo.

Il sistema RogueBlock è stato creato come piattaforma collaborativa per condividere informazioni relative alla contraffazione *on line*, che fornisce ai titolari di diritto una procedura snella e semplificata per denunciare i siti illeciti che vendono beni piratati e contraffatti, affinché le società dei servizi di pagamento possano riferire in merito ai provvedimenti adottati per lottare contro gli esercenti che si celano dietro quei siti.

Nell'attuare il suo programma, la IACC ha cercato di sfruttare le capacità e l'esperienza dei propri partecipanti, tenendo anche conto dei limiti e degli oneri in capo ai vari attori. Per esempio, anche se tutte hanno elaborato politiche che proibiscono l'utilizzo dei loro servizi per facilitare at-

tività illecite, le società di servizi di pagamento, tipicamente, non hanno esperienza, o ne hanno poca, nell'autenticare i prodotti di marca e hanno limitate capacità di controllo attivo di quell'utilizzo, in relazione alla vendita di beni contraffatti.

Il processo RogueBlock inizia quando i titolari della proprietà intellettuale avviano le loro indagini per individuare siti che vendono versioni contraffatte dei loro prodotti e puntano a utilizzare uno o più fornitori di pagamenti partecipanti per accettare il denaro dei consumatori.

La IACC svolge un ruolo diretto in termini di controllo della qualità, garantendo che le segnalazioni al sistema soddisfino gli standard legali previsti e che i marchi abbiano fornito informazioni e prove sufficienti a suffragio delle proprie segnalazioni.

La IACC svolge una funzione di prevenzione della conflittualità, eliminando le eventuali segnalazioni doppie, quando uno o più titolari di marchi presentano ricorso contro un unico sito, per impedire inutili duplicazioni del lavoro.

Abbiamo cercato anche di coinvolgere maggiormente le autorità di polizia, per garantire che i siti segnalati attraverso il programma non siano oggetto di eventuali indagini penali già in corso, che potrebbero essere compromesse dall'intervento del settore privato. Dopo la revisione condotta da IACC, i fornitori di pagamento conducono la loro revisione e la loro indagine indipendente per stabilire se i siti e i proprietari dei conti commerciali associati abbiano violato i loro obblighi contrattuali, utilizzando i loro conti per facilitare attività illegali. Nel caso in cui si rilevi questa situazione, si dispongono immediatamente sanzioni ed eventualmente la chiusura del conto. Queste azioni vengono poi segnalate alla IACC e al marchio che ha avviato il processo.

Negli ultimi cinque anni, questo modello di collaborazione ha determinato la chiusura di oltre 5.300 conti commerciali utilizzati per servire traffici illeciti di beni contraffatti. Nel misurare l'efficacia del programma, è importante considerare l'impatto relativo di questo tipo di azione,

rispetto ad alcuni degli approcci adottati nel passato, come quello di notifica e rimozione o le procedure UDRP.

Come rilevato in precedenza, la rimozione di singole inserzioni, o addirittura il controllo di un particolare dominio, in genere, ha solo un effetto nominale sulle operazioni dei contraffattori, perché le inserzioni possono essere sostituite e i siti possono essere migrati molto rapidamente, mentre, al contrario, il processo di apertura di un nuovo conto commerciale è molto più lungo. Un contraffattore può impiegare mesi per creare un nuovo conto commerciale e, nel frattempo, è comunque incapace di condurre le proprie attività commerciali.

Molte banche rifiuterebbero di fare affari con persone che abbiano una storia di violazioni alle spalle e le banche che invece accettino, potrebbero addebitare commissioni molto più alte per i loro servizi, riducendo la redditività per i contraffattori.

Da ultimo, poiché molti contraffattori utilizzano un unico conto per elaborare i pagamenti attraverso reti di siti, un'azione di successo contro un singolo sito e contro l'esercente che vi si celi dietro può avere un effetto esponenziale. Calcoliamo che i 5.300 conti commerciali chiusi, a seguito dell'attuazione del programma, hanno avuto diretto impatto su oltre 200.000 siti illeciti.

I siti coinvolti, i loro operatori e i conti commerciali associati sono diffusi in tutto il mondo, ma attraverso il programma RogueBlock è stato dimostrato che i siti illeciti, gli esercenti senza scrupoli e le banche complici non possono nascondersi quando i titolari dei diritti e gli intermediari collaborano nella lotta alla contraffazione *on line*.

Negli ultimi cinque anni, abbiamo apportato una serie di migliorie al programma RogueBlock e continuiamo a farlo anche oggi. Tra queste migliorie, c'è l'utilizzo di tecniche di mappatura della rete, per determinare gli obiettivi a più alto valore, ma anche l'espansione del programma per includere i *cyberlocker* e alcuni mercati *on line*. Inoltre, c'è il coinvolgimento di nuovi *partner* in questo processo. Siamo lieti di poter dire che abbiamo

iniziato a lavorare anche con la Polizia della City di Londra, estendendo l'impatto del programma RogueBlock al di là dei conti commerciali, per facilitare la rimozione dei domini alla conclusione del processo.

Altrettanto importante è ricordare che il programma ha contribuito a stabilire un rapporto di collaborazione in tutto il settore finanziario, fornendo opportunità di formazione alle banche, anche in merito alle loro tecniche di acquisizione e monitoraggio degli esercenti ad alto rischio.

Il paesaggio delle attività di contrasto *on line* è in costante evoluzione e i criminali con cui abbiamo a che fare sono diventati sempre più sofisticati nelle loro attività. Con il programma RogueBlock abbiamo visto questa evoluzione direttamente, con i siti illeciti che sono migrati da un fornitore di servizi di pagamento a un altro. In alcuni esempi, abbiamo visto anche siti precedere l'accettazione dei pagamenti con carta di credito, adottando un modello di pagamento basato sui bonifici o l'uso di valute elettroniche, come Bitcoin.

Non è chiaro se questi cambiamenti siano stati fatti in precedenza, per evitare di essere individuati e perseguiti, o se siano stati elaborati successivamente, come risposta alla chiusura dei numerosi conti commerciali. Sappiamo, in ogni caso, che i consumatori con minore probabilità faranno affari con una società che non è in grado o non vuole elaborare pagamenti con carta di credito, quindi consideriamo questi sviluppi in maniera molto positiva.

Continuiamo ancora ad affrontare, però, una serie di sfide nella nostra azione di contrasto *on line*: tra queste l'uso crescente dell'aggregazione dei servizi di pagamento e di altri intermediari, nel tentativo di offuscare i conti commerciali coinvolti nel traffico di beni contraffatti. Poi, ci sono l'uso della geolocalizzazione, le liste nere e altri strumenti tecnologici e metodi per evitare di essere individuati dagli investigatori.

Come dimostrano gli esempi citati, maggiori saranno le risorse necessarie perché un'operazione illecita non sia individuata, meno redditizie saranno tali operazioni il-

lecite per i contraffattori. Continueremo a rafforzare la nostra collaborazione con i *partner* esistenti e con i fornitori di servizi per continuare ad avere un impatto sui traffici illeciti *online*.

Il programma RogueBlock è stato il primo nel suo genere; ma la sua importanza va ben oltre l'impatto pratico che siamo riusciti ad avere sulle operazioni dei contraffattori *on line*. RogueBlock ha rappresentato una prova del concetto per la collaborazione volontaria a livello industriale nell'azione di contrasto *on line*.

I titolari di diritti e i fornitori di servizi di ogni genere, da anni, hanno avviato dispute per cercare di stabilire i doveri giuridici dello spazio *on line*, o attraverso controversie o con normative, in Europa, negli Stati Uniti e altrove. RogueBlock ha fatto un passo indietro rispetto a tali questioni e si è chiesto invece che cosa possono fare i titolari di diritti e gli intermediari insieme, e voglio ripeterlo perché è molto importante, che cosa possono fare i titolari di diritti e gli intermediari insieme per portare avanti il loro interesse reciproco a garantire che il mercato *on line* possa essere sicuro e degno di fiducia da parte dei consumatori.

Forse, il più grande successo di RogueBlock è stato quello di riunire insieme i titolari di diritti e il settore dei pagamenti, per trovare un terreno comune e fornire una risposta a quella domanda. Quel successo è stato la base di un'ulteriore collaborazione a livello industriale.

La più conosciuta delle iniziative successive è il nostro programma pilota IACC MarketSafe, lanciato nel 2013 in collaborazione con il gruppo Alibaba.

Il programma MarketSafe è stato sviluppato per assistere i titolari di diritti nell'affrontare le loro preoccupazioni in merito alla vendita di beni contraffatti su due delle piattaforme di vendita al dettaglio *online* più grandi, i siti cinesi *TaoBao* e *Tmall*.

Come nel caso di RogueBlock, la IACC ha sviluppato un portale facilitato e centralizzato per la presentazione di ricorsi da parte dei titolari di diritti, fornendo un punto di contatto diretto di assistenza per

qualsunque questione legata alle politiche di quei siti.

Gli obiettivi del programma consistono nel facilitare il processo di presentazione dei ricorsi da parte dei titolari dei diritti, garantire che quei ricorsi forniscano sostegno sufficiente per consentire ai siti di procedere contro i venditori di prodotti illeciti e aiutare i siti a sviluppare procedure efficaci ed efficienti per affrontare i reati contro la proprietà intellettuale, in linea con le migliori pratiche globali.

Dall'avvio del programma pilota nel 2013, l'IACC ha lavorato insieme ai diciotto partecipanti del programma, per facilitare la rimozione di oltre 210.000 inserzioni di prodotti contraffatti o per altre violazioni della proprietà intellettuale.

Poi, abbiamo conseguito anche la chiusura permanente di più di 8.000 negozi *on line* ospitati su quei siti e l'allontanamento permanente di quei venditori. Inoltre, abbiamo registrato una serie di passi positivi in merito all'adozione da parte di Alibaba di politiche e procedure migliorate e perfezionate in relazione alle vendite illecite.

Sono lieto di poter dire che più avanti nel corso del mese di marzo lanceremo una considerevole espansione del programma, che consentirà a un maggior numero di società di partecipare al programma – e sottolineo – a costo zero. Inoltre, quando è stato annunciato il programma MarketSafe Expansion, oltre cento società in rappresentanza di trenta settori dell'industria da una decina di Paesi si sono registrati per partecipare. Di quelle società, circa il 30 per cento è classificato come piccola e media impresa.

Il gruppo Alibaba ha accettato di collaborare per sostenere il programma nei prossimi tre anni e continuare ad assistere anche il nostro lavoro. Siamo davvero lieti di poter offrire questo programma su ampia scala.

Abbiamo anche stabilito un partenariato con Intellegit, una *start-up* nata in seno all'Università di Trento per condurre un'ampia analisi del programma e garantire il suo continuo sviluppo e perfezionamento. Vogliamo avere un riscontro, vogliamo che un'università indipendente guardi

dal di fuori tutta la procedura e dica a noi, ad Alibaba, alla vostra autorevole Commissione se tutto sta funzionando bene e se possiamo migliorare ulteriormente il nostro modo di operare. Siamo lieti di poter lavorare con l'Università di Trento e so che ne avete audito rappresentanti.

Domani pomeriggio incontrerò alcuni rappresentanti di Indicam, per discutere come un maggiore numero di società italiane possa trarre beneficio dai nostri programmi. Conosciamo Claudio Bergonzi, di Indicam, da lungo tempo e saremo lieti anche di informarvi del suo esito nei prossimi mesi.

Riconosciamo che una maggiore collaborazione con numerosi altri settori sarebbe necessaria, se vogliamo davvero avere un impatto significativo e duraturo sulla lotta al traffico di beni contraffatti *on line*. Pur essendo orgogliosi di quello che siamo riusciti a conseguire con i programmi RogueBlock e MarketSafe, essi riguardano solo due delle criticità individuate quando abbiamo iniziato questo lavoro alcuni anni fa.

Continuiamo a cercare nuovi partneriati con attori chiave nell'ecosistema *on line* e ci affidiamo anche a un progetto a più lungo termine, come l'Iniziativa DataForce della IACC. DataForce unirà i titolari di diritto ai settori della ricerca e pubblicità *on line*, alle società di spedizioni internazionali, ai fornitori di accesso a Internet e alle forze di polizia con cui abbiamo rapporti di collaborazione, per fornire un meccanismo di compensazione centralizzato e globale, affinché si possano utilizzare le informazioni per lottare contro la contraffazione dei prodotti sia *on line* che nel mondo fisico.

Abbiamo già iniziato a gettare le basi per alcuni di questi progetti e di recente abbiamo siglato *memorandum* d'intesa con Europol, con l'Unità della Polizia di Londra per i reati contro la proprietà intellettuale, così come con la vostra Guardia di finanza. Di fatto, la mia collega Lara Miller, che è qui con me, ha avuto proprio ieri un incontro molto fruttuoso con la Guardia di finanza, per rendere operativa la nostra collaborazione in merito alle vendite *on line* di prodotti contraffatti.

L'incontro di ieri segue a ruota una serie di eventi di formazione, che abbiamo condotto nel novembre 2015 per più di 600 ufficiali della Guardia di finanza italiana, per aiutarli nella identificazione della contraffazione e per spiegare il nostro approccio « segui il denaro ».

Siamo sicuramente lieti di poter rafforzare la nostra collaborazione con le autorità italiane in futuro.

Anche se gran parte della mia presentazione di oggi si è concentrata su quello che sta facendo o può fare il settore privato per affrontare questi problemi, anche i governi hanno senz'altro un ruolo importante da svolgere, e noi riteniamo che un forte partenariato tra il settore pubblico e quello privato sia essenziale. All'inizio del programma RogueBlock c'è stata l'assistenza e il supporto dell'Ufficio del Coordinatore per la tutela della proprietà intellettuale del Governo statunitense, che si trova alla Casa Bianca, sicuramente avremo bisogno di un analogo sostegno nel futuro, quando lavoreremo con altri *partner* e promuoveremo il coinvolgimento dei principali partecipanti. Sarei lieto di poter contare sulla vostra assistenza al riguardo e sono aperto a qualunque suggerimento, affinché le aziende e i consumatori italiani possano trarre tutti i vantaggi del nostro lavoro.

Grazie per l'opportunità di averci fatto parlare qui. Io e la mia collega saremo lieti di poter rispondere alle vostre eventuali domande.

PRESIDENTE. Grazie, signor Barchiesi. È stata eccezionalmente interessante la sua relazione. Io le faccio le mie congratulazioni per il lavoro che l'IACC sta svolgendo, che è all'avanguardia nella lotta alla contraffazione.

Desidero rivolgerle alcune domande e immagino che, poi, anche altri colleghi ne faranno. Vorrei chiedere di due aspetti. In primo luogo, in base alla sua esperienza e alle sue valutazioni lei ritiene che le autorità politiche, quindi il Governo e il Congresso degli Stati Uniti, ma anche l'Unione europea e tutti gli altri Paesi dell'Occidente, potrebbero fare qualcosa di più nella lotta alla contraffazione? Potrebbero, per esempio, fare un accordo internazionale più

forte, nel sostenere il contrasto alla contraffazione, quindi la tutela della proprietà intellettuale? La prima domanda, dunque, è: che cosa la politica, a livello internazionale, potrebbe fare per la lotta alla contraffazione?

La seconda domanda è la seguente: lei ritiene che la vostra organizzazione, la IACC, potrebbe in futuro coprire tutti gli spazi, almeno dell'Occidente? So che voi siete già aperti all'adesione e alla partecipazione di imprese che non sono americane, però il *focus* della vostra attività è sugli Stati Uniti. Possiamo immaginare che un domani ci sia un processo che porti a una trasformazione e a una crescita della vostra organizzazione, in modo da abbracciare tutte le realtà economiche, almeno dell'Occidente?

Do la parola al nostro ospite per la replica.

ROBERT BARCHIESI, *Presidente dell'AntiCounterfeiting Coalition (IACC)*. Grazie per le domande.

In merito alla prima domanda, noi crediamo molto nel sostegno da parte dei Governi di tutto il mondo; occorreranno soluzioni internazionali, che dovranno arrivare da governi pronti a collaborare per avere un effetto incisivo su questa questione.

I governi adottano, ciascuno, normative diverse e noi riteniamo che nella maggior parte dei Paesi le normative siano adeguate; dove i Governi ci hanno davvero aiutato è quando sono riusciti a portare al tavolo dei negoziati i detentori di diritti e gli intermediari. Noi parliamo di accordi volontari, che sono stati alla base del programma RogueBlock.

È su impeto della Casa Bianca, che ha messo insieme i fornitori di servizi di pagamento, e su impeto della IACC, che ha messo insieme i titolari dei diritti, che abbiamo elaborato un programma così robusto, quindi i Governi hanno un ruolo fondamentale e l'industria privata ascolta i Governi. Che si tratti di intermediari o di titolari di diritti, tutti considerano gli accordi volontari come il modo più logico attraverso il quale procedere prima di arrivare ad una controversia, quindi sicuramente voi avete un ruolo importante da svolgere.

La IACC ha una dimensione assolutamente internazionale. I nostri membri sono società internazionali, come Apple, Microsoft, Pfizer e Procter&Gamble, e abbiamo siglato accordi in tutte le parti del mondo. Abbiamo firmato accordi non solo con la Guardia di Finanza o con la Polizia di Londra, ma anche in Arabia Saudita, a Dubai, o con la dogana francese.

Inoltre, è interessante notare che il programma RogueBlock ha una dimensione internazionale e non importa dove sia una banca o dove sia un consumatore. Ci sono delle condizioni generali codificate da noi o dalle società di carte di credito di tutto il mondo, che possono trovare applicazione ovunque. E questo per noi è garanzia di efficienza. La mia esperienza nella Polizia mi dice che, per un consumatore o una banca negli Stati Uniti o nel Regno Unito o per un consumatore a Pechino, sarebbe molto difficile organizzare un'azione di Polizia per più Paesi contemporaneamente. È anche per questo che lavoriamo con Euro-pol e con Interpol. Ma in ogni caso il partenariato con gli intermediari è iniziato come una prova del concetto e funziona.

Cedo la parola adesso alla collega Lara Miller.

LARA MILLER, *Counsel and Director of Strategic Planning dell'International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC)*. Per quanto riguarda la prima domanda, credo che gli standard di protezione della proprietà intellettuale nei Paesi occidentali, nel mondo sviluppato, siano fissati, però una collaborazione internazionale rafforzata potrebbe essere senz'altro utile per aggiornare le regole al più moderno ambiente *on line*. Esistono numerose scappatoie che permettono ai contraffattori *online* di trarre vantaggio dagli attuali regimi giuridici, che sono stati realizzati quando Internet non esisteva. Sicuramente una maggiore cooperazione è necessaria, così come è molto importante che ci sia un riconoscimento internazionale delle leggi sulla proprietà intellettuale da parte di tutti i Paesi, perché come ha detto il mio collega, l'applicazione della legge a livello internazionale è già

molto difficile e diversi Paesi possono trasformarsi in porti sicuri, a seconda della legislazione che hanno. Quindi sicuramente il coordinamento internazionale è importante.

Come ha detto Robert Barchiesi, siamo un'organizzazione molto internazionale. Credo di passare più tempo fuori casa e in Europa del tempo che passo negli Stati Uniti. Non mi lamento, ma intendo dire che incoraggiamo la crescita e la diffusione della nostra organizzazione e dei nostri procedimenti in tutti i Paesi occidentali. La cosa importante è che la collaborazione resti un elemento centrale.

Noi accogliamo *partner* di ogni tipo, quali titolari, Governi, organizzazioni, ma il coordinamento di questi sforzi è la chiave per conservare il vigore di questi programmi e per evitare un raddoppiamento e una sovrapposizione di azioni, in modo da poter avere e dare le informazioni giuste ai titolari, quindi, crescendo e espandendoci con la volontà e la partecipazione di altri Paesi, il coordinamento è il fattore chiave.

PRESIDENTE. Do la parola alla collega Cenni.

SUSANNA CENNI. Intanto, ringrazio per questa importante audizione, per le cose che ci avete detto e per la disponibilità di essere qui a rispondere alle nostre domande.

Faccio solo due domande, perché la relazione è stata sufficientemente esaustiva e credo che, poi, il relatore avrà modo di entrare più nel merito.

In primo luogo, lei ci ha parlato dell'azione e anche dei risultati importanti che la Coalizione ha ottenuto grazie alla capacità di tenere assieme soggetti diversi, che operano nel campo della produzione, del contrasto eccetera. Vorrei capire meglio il rapporto fra la vostra azione e la dimensione istituzionale, cioè se c'è anche un *input* da parte del Governo e delle autorità istituzionali che lavorano nella lotta alla contraffazione o meno e se ci sono state delle normative che, dal punto di vista del vostro lavoro, vi hanno aiutato, quindi hanno facilitato il vostro lavoro e la vostra azione anche di contrasto.

In secondo luogo, ho letto, qualche tempo fa, della decisione di alcune grandi *griffe* di lasciare la Coalizione, dopo l'accordo con Alibaba. Si tratta, se non sbaglio, di Gucci e qualche altro soggetto. Vorrei chiedervi se siete riusciti a recuperare queste presenze. Ora, se ho ben capito quello che voi ci avete riferito, mi sembra sia importante l'accordo che avete fatto con Alibaba, ma vorrei capire se questo tema è stato poi risolto. Grazie.

ROBERT BARCHIESI, *Presidente dell'AntiCounterfeiting Coalition (IACC)*. Grazie per le domande. Per quanto riguarda la seconda domanda, c'è stato forse un problema di divulgazione di informazioni. I nostri programmi, i nostri accordi volontari sono solo un ulteriore strumento a disposizione dei marchi, quindi non si escludono a vicenda.

Per la questione relativa a Kering e Gucci, il gruppo ha preso una decisione perché aveva una controversia in corso e ha ritenuto che il rapporto con Alibaba o con altri intermediari potesse rappresentare un fattore potenzialmente negativo nella controversia. È stata una loro scelta. Esistono vari approcci al riguardo.

In Europa probabilmente ci sono cause giudiziarie in cui sono i marchi, i titolari dei diritti ad aver vinto, come nel caso di Louis Vuitton e *Ebay* in Francia, per cui il tribunale ha deliberato che sono i proprietari delle piattaforme di vendita a dover controllare.

Negli Stati Uniti, invece, la situazione è opposta. I tribunali hanno deliberato diversamente, stabilendo che, laddove la piattaforma intervenga, deve esserci una notifica dei titolari di diritto. Non è obbligatorio che le piattaforme siano controllate in maniera pro-attiva, ma se c'è una notifica sono poi tenute a entrare in azione, quindi esistono due diverse scuole di pensiero.

Il punto è che non ci si trova di fronte a due scelte che si escludono a vicenda: si può partecipare a questi programmi, ma allo stesso tempo si può fare causa ad Alibaba, così come si può partecipare a questi programmi e fare causa a Mastercard. Nel loro caso, i loro legali hanno deciso che fosse meglio non continuare una

specifica affiliazione con una controversia pendente.

Si trattava di tre società: Tiffany, Gucci e Michael Kors. Da allora, abbiamo accolto altre quindici società.

Gli oltre 100 marchi entrati nel programma di Alibaba sono il segno evidente che sono d'accordo con questo tipo di approccio.

Tra queste 100 società sono comprese tante piccole e medie imprese così come alcune delle società più grandi del mondo, il che è stato sicuramente molto incoraggiante per noi. Abbiamo più di 100 membri e crediamo in un approccio di tipo collaborativo.

Per quanto riguarda la prima domanda sui governi, nella IACC ho trovato molto utile un approccio in particolare. C'è un altro mio collega che si occupa degli affari legislativi, ma io stesso, a Washington, nel corso di un'audizione davanti alla Commissione Giustizia della Camera dei Rappresentanti, ho parlato del successo dei nostri accordi volontari.

L'approccio di cui parlavo, che trovo molto utile, consiste nella preparazione, ogni anno, del rapporto « Special 301 », che mandiamo al Rappresentante per il Commercio (USTR, *United States Trade Representative*) degli Stati Uniti d'America, in cui stiliamo una lista di soggetti che vengono classificati a seconda del regime che osservano in materia di proprietà intellettuale. Per cui in caso di accordi commerciali che gli Stati Uniti siglano con altri Paesi, si può vedere dove sono collocati tali Paesi nella nostra lista in materia di tutela della proprietà intellettuale. Riteniamo molto efficace quest'approccio, che prevede un ruolo anche per lo USTR. A livello federale, questo approccio funziona molto bene. Negli anni, la IACC è intervenuta anche con i singoli Stati, quando ha ritenuto che la normativa in determinati Stati fosse poco efficace. Molti dei procedimenti giudiziari negli Stati Uniti si svolgono a livello locale. Il numero di casi a livello federale è di gran lunga inferiore. Vogliamo che tutte le cause penali, sia quelle a livello locale che a livello federale, possano essere condotte

nella stessa maniera e con la stessa velocità.

Ci sono organi, come il vostro o come la Commissione europea, con cui ci confrontiamo. Per esempio, quando abbiamo pensato di espandere il programma MarketSafe della IACC con Alibaba, sono andato dinanzi alla Commissione europea con Alibaba. Abbiamo parlato della potenzialità di avere un programma più ampio, rispetto a quello che avevamo, e abbiamo sentito le loro preoccupazioni. La principale riguardava le piccole e medie imprese. Ecco perché ci siamo voluti aprire alle piccole e medie imprese.

Inoltre, Alibaba ha deciso di dare il proprio sostegno finanziario perché ha creduto nella validità di quell'approccio anche a livello di piccole imprese.

Voi avete sicuramente una grande influenza e noi siamo pronti ad ascoltare e ad accogliere eventuali suggerimenti. Anche i rappresentanti di Intellegit dell'Università di Trento, che sono già stati dinanzi alla vostra Commissione, probabilmente vi potranno raccontare di risultati migliori anche per il futuro.

LARA MILLER, *Counsel and Director of Strategic Planning dell'International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC)*.

Per quanto riguarda la legiferazione, ho parlato con diversi Paesi, con diversi governi e soggetti riguardo la possibilità di far approvare leggi che ricalchino il nostro principio « segui il denaro » e il programma RogueBlock. Noi riteniamo che, per condurre il nostro programma, sia molto importante avere leggi forti e chiare sulla proprietà intellettuale, in modo che i partner del settore dei pagamenti sappiano con chiarezza come possono intervenire.

Tuttavia, legiferare sul tipo di responsabilità che volontariamente ci viene offerta potrebbe creare problemi. Il mondo *on line* si sviluppa rapidamente, è un ambiente in costante evoluzione. L'ingresso volontario di questi *partner* è essenziale, perché noi siamo in grado di adattarci molto rapidamente, per affrontare questioni come quelle sui *cyberlocker*, o comunque per rispondere molto rapidamente ai cambiamenti della situazione. Al contrario, scrivere una

legge potrebbe limitare molto la partecipazione di *partner* e di intermediari, che potrebbero spingersi solo fin dove stabilisce la lettera della legge, senza esporsi potenzialmente a ulteriori responsabilità e senza potersi adattare a questo ambiente in rapidissima evoluzione.

Quindi noi riteniamo che leggi chiare sulla proprietà intellettuale siano importanti, come anche la trasparenza a livello di attività bancaria locale e di fornitori di servizi di pagamento, ma riteniamo anche che possa rappresentare un problema legiferare qualcosa di simile a questo programma.

ROBERT BARCHIESI, *Presidente dell'AntiCounterfeiting Coalition (IACC)*. La mia è una piccola aggiunta alla eccellente osservazione della mia collega.

Nel 2010, ho iniziato a negoziare con le società di carte di credito, che erano molto reticenti a collaborare, e devo dire che Gucci e altri marchi – nel 2010, Visa era nel programma con Alibaba – mi hanno criticato per aver scelto Visa come *partner*. Adesso, Visa è un marchio di successo e ha partecipato alle nostre conferenze.

Nel realizzare tutto questo, siamo stati molto prudenti e siamo stati incrementali, quindi abbiamo iniziato ammettendo solo alcuni tipi di ricorsi. Per ricollegarmi a quanto diceva la mia collega, nel tempo è aumentata la fiducia e c'è stata un'evoluzione del programma, che adesso può essere utilizzato per presentare ricorsi anche sui mercati *online* come Alibaba, con conseguenti sanzioni a carico delle banche, oppure mercati come Amazon e eBay.

Io non credo che questo programma possa divenire oggetto di legiferazione, perché un'intera squadra di avvocati direbbe: « Non stabilite un altro precedente; non ci obbligate a fare cose che non siamo obbligati a fare ».

Finora funziona perché, pur non essendo obbligati, intraprendono azioni in virtù del forte partenariato è stato costituito, esiste un rapporto di fiducia.

Dunque, se questo fosse oggetto di una normazione, si farebbe un passo indietro, perché la maggior parte degli avvocati di-

rebbero: « Se non dovete farlo, non fatelo e non create un precedente ».

PRESIDENTE. Do la parola, ora, al collega Baruffi che desidera rivolgere una domanda.

DAVIDE BARUFFI. La ringrazio, presidente, e mi associo ai ringraziamenti al presidente Barchiesi e al suo *staff*, che ci hanno dato informazioni molto interessanti e importanti, le quali, prima di tutto confermano, un convincimento che anche noi abbiamo: la strada degli accordi negoziali tra i portatori di interesse e la Coalizione con i soggetti aventi causa è la strada maestra, per riuscire a reggere il passo anche dell'evoluzione del commercio e del commercio elettronico.

Insisto, però, sull'aspetto normativo dell'intervento dei Governi, non perché discostanza quanto detto, ma perché, insieme ai colleghi, svolgiamo anche la funzione di legislatori, quindi siamo molto attenti e interessati a capire, in quali termini, il nostro operato può concorrere ad agevolare il lavoro di chi opera – lo ripeto – anche su base volontaria.

In merito, vi pongo una prima questione. In un tempo in cui i trattati internazionali sul libero scambio non godono di buona salute, per la Presidenza americana, ma anche per un orientamento dei Governi e delle opinioni pubbliche dei Paesi europei, mi chiedo se ci sono elementi, che voi avete riscontrato e che avrebbero potuto trovare una positiva soluzione dentro questi ambiti, sia Atlantico che Pacifico, per riuscire a definire standard minimi per poter operare, posto che questo mi pare un piano più interessante che non quello della legislazione dei singoli Paesi, che provano a risolvere tutti i problemi del mondo.

C'è una seconda questione che vi sottopongo. Avete fatto un riferimento preciso anche ai portatori di interesse dei piccoli marchi e delle piccole aziende. Noi siamo molto interessati naturalmente a questo punto di vista, essendo l'Italia un Paese di marchi molto importanti, ma anche di aziende anche molto piccole. Mi è chiaro che un accordo che coinvolga tutti i soggetti

che avete richiamato può essere di interesse per tutti, come un accordo con Alibaba, con Visa o altri, mentre non mi è chiaro esattamente come in questi accordi anche i piccoli portatori di interesse e le piccole aziende possano far vivere il proprio punto di vista e la propria tutela, nella misura in cui entrano su questi portali.

C'è un'ultima questione che mi interessava sottoporre alla vostra attenzione.

Abbiamo registrato un'evoluzione da parte della giurisprudenza nel Paese degli Stati Uniti d'America, come in Europa, rispetto alla responsabilità degli *Internet server provider*. Siamo interessati a capire anche il vostro punto di vista, quindi se, secondo la vostra esperienza, sia necessario affermare anche sul piano normativo, come quello europeo nel nostro caso, una maggiore responsabilizzazione di questi soggetti e se sia possibile, in qualche modo, consolidare quello che è in via di pratica, che anche voi state perseguendo, cioè la possibilità che, per i contenuti caricati illecitamente, si possa arrivare dal *take down* allo *stay down*, cioè alla possibilità di avere definitivamente rimossi i contenuti con una responsabilizzazione degli ISP.

Questa è una questione importante, anche perché non si vive di *common law* in un Paese come il nostro. Le sentenze fanno giurisprudenza, come negli Stati Uniti e come in Inghilterra, ma lo fanno un po' meno che negli Stati Uniti e in Inghilterra, quindi ci troviamo a volte nella necessità di dover sancire per legge quello che, a volte, in altri Paesi (utilmente) è sancito da una sentenza con molta più perentorietà.

Vi ringrazio anche perché mi sono reso conto che siete abituati a rispondere alle domande. Questa per noi è un'esperienza positiva, perché, nel quadro dei Parlamenti europei, non funziona sempre come nel Congresso americano e si vede che siete abituati ad una scuola migliore della nostra. Grazie.

ROBERT BARCHIESI, *Presidente dell'AntiCounterfeiting Coalition (IACC)*. Innanzitutto, voglio ringraziare per averci consentito di rispondere alle domande. Sono stato audito anche dal Congresso degli Stati Uniti, dove di solito chi ci ospita non ri-

volge domande, ma rilascia dichiarazioni per poi lasciare a noi dieci secondi per provare a dire qualcosa, quindi grazie per questo formato, che secondo noi funziona molto bene.

Prima rispondo brevemente ad alcuni dei suoi punti e, poi, cedo la parola alla mia collega.

Sono Presidente della IACC dal 2008. Sin dall'inizio abbiamo cercato di essere sempre coerenti sui regimi della proprietà intellettuale in tutto il mondo. Credo che questo sia un elemento importante, ma a volte vorrei anche che si riuscissero a semplificare cose molto complesse. Ora, a prescindere dal fatto che si tratti di intermediari o di Alibaba o di Google o di Visa o della Banca della Cina, se si potesse applicare un concetto valido per tutti, quello sarebbe il principio «conosci il tuo cliente». A volte, non si conosce il proprio cliente, quindi non si applicano dei protocolli per poterlo fare (forse, apposta).

Quando ho iniziato da Presidente nel 2008, si parlava di ricerca organica e ci chiedevamo cosa fare con Google. C'era una questione controversa all'interno della IACC, perché io andai dal mio consiglio d'amministrazione e chiesi «Google può entrare nella IACC?», ma, guardandomi, il consiglio di amministrazione mi ha risposto «sei pazzo!». Adesso, Google è un membro della IACC. La stessa cosa è accaduta per Alibaba.

Nel 2011-2012, Google è entrato fra i nostri membri perché il mio punto è stato sempre quello di definire il senso e la natura dei membri. Nel caso di Alibaba, le condizioni dovevano essere leggermente diverse rispetto a quelle concesse ai marchi e ai titolari di diritti, per esempio in termini di diritti di voto, e così ne abbiamo tenuto conto quando abbiamo definito la categoria dei partenariati. Credo che abbiamo trasmesso un buon messaggio: chi appartiene a un partenariato non ha gli stessi diritti dei titolari di diritti, ma il punto è sempre stato che, se si vuole portare allo stesso tavolo quei soggetti per poter concordare su qualcosa, bisogna poter convocare quelle persone.

Ho sempre detto che dovevamo far venire da noi Google o Alibaba e che non dovevamo farli andare da nessun'altra parte. C'è sempre stato contrasto rispetto a questo mio approccio, ma il punto era: vogliamo avere quei soggetti, davanti a noi, a questo tavolo per poter lavorare insieme e parlare insieme? Conoscere il cliente è importante.

La mia collega potrà parlarvi meglio delle banche. Abbiamo un problema con i servizi aggregati di pagamento. Visa non conosce alcuni degli esercenti mentre la banca li conosce, ma non si sa esattamente chi si cela dietro a tutti i conti. A volte, c'è un fioraio con cui si opera, ma magari dietro di lui si celano altri soggetti finanziari che hanno a che fare con beni contraffatti.

Prima di cedere la parola su questo punto alla mia collega, vorrei dire che è stato citato un aspetto importante: le piccole e medie imprese. La IACC ha una posizione straordinaria in questo senso, perché tutti hanno voce paritaria, per cui, anche quando abbiamo sviluppato il nostro programma, lo abbiamo sempre tenuto a mente.

Il nostro non è un semplice programma di notifica e rimozione. Noi siamo riusciti ad avere un impatto sull'assetto e le politiche di Alibaba. Il risultato di ciò è un gruppo consultivo che, insieme a me e ai rappresentanti di Alibaba, possa dire quali sono le preoccupazioni su cui lavorare, oltre alle procedure di notifica e rimozione.

Come dicevo, tutti i partner hanno una voce paritaria. I problemi di alcuni possono essere diversi rispetto a quelli delle grandi imprese perché le risorse possono essere diverse ma i problemi di tutela della proprietà intellettuale possono essere gli stessi, quindi siamo molto sensibili su questo punto. Si tratta di un aspetto importante da ricordare a proposito dell'IACC.

In passato mi sono occupato di un caso che riguardava la *Recording Industry Association of America* (RIAA), l'associazione americana dell'industria discografica, e la *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI), la Federazione internazionale dell'Industria Fonografica. In

genere le società grandi pesano molto, ma sicuramente l'IACC non è strutturata per dare ascolto a chi paga di più o alle associazioni più grandi. Voglio chiarire che tutti i nostri membri hanno la stessa voce.

LARA MILLER, *Counsel and Director of Strategic Planning dell'International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC)*. In relazione al lavoro che riguarda i trattati internazionali e la definizione di standard minimi, spero che migliori il panorama per accordi volontari anche a livello internazionale. Anche per me, si tratta di una cosa abbastanza difficile da seguire, però è molto importante sottolineare che la contraffazione è una questione globale, anche per quanto riguarda i servizi *on line*. Nessun Paese si può proteggere da solo e nessun Paese può proteggere i cittadini, senza la collaborazione con altri Paesi sviluppati. Questa è una realtà che dobbiamo affrontare e che avrà un effetto sulla politica. In più, questa diventa una questione per il presente e, soprattutto, per le generazioni future.

Uno dei campi che per noi è più delicato affrontare è stato quello dei soggetti che facilitano i pagamenti a livello nazionale e delle banche.

Cerco di spiegarlo in modo chiaro: quando avete una carta Visa, non avete un rapporto con Visa, ma un rapporto con la banca che emette e che vi dà la carta. Lo stesso vale per gli esercenti, che non hanno un rapporto diretto con Visa o Mastercard, ma un rapporto con una banca nazionale, che ha a sua volta un accordo con Visa o Mastercard che permette anche a noi di attivare il programma RogueBlock.

Ci sono anche altri intermediari, i cosiddetti PSP (Prestatori di servizi di pagamento), che stanno tra la banca di acquisizione e l'esercente, quindi la loro responsabilità è quella di prendere e distribuire i conti tra commercianti più piccoli. Al riguardo, per noi nel programma emerge la questione della mancanza di trasparenza e di standard diffusi su come devono operare gli esercenti. Non ci sono informazioni, fornite a livello digitale, su quali siano i siti *web* attraverso cui gli esercenti operano, quali informazioni devono fornire per es-

sere identificati, oppure su chi sono e dove si trovano, quindi molte delle aggregazioni e delle questioni che riguardano una transazione avvengono a questo livello. Si utilizzano in generale esercenti e conti commerciali potenzialmente legittimi, dove vengono aggregate e filtrate molte transazioni illecite e molte operazioni di contraffazione.

Le banche acquirenti non chiedono informazioni ai PSP e queste informazioni sicuramente non arrivano fino agli operatori delle carte di credito, quindi è molto importante incoraggiare un maggior livello di trasparenza e responsabilità da parte dei PSP, anche tenendo conto della dimensione internazionale di molte operazioni. Con le spedizioni internazionali si valicano i confini; lo stesso dovrebbe accadere con l'esportazione di informazioni. Qui si entra nell'ambito del commercio internazionale che è, sì, un settore diverso, ma è comunque collegato all'applicazione delle leggi sulla proprietà intellettuale. Inoltre, i controlli nazionali in questa sede sono molto importanti per sostenere quello che facciamo noi.

Per quanto riguarda quello che diceva il mio collega sulle piccole e medie imprese e i titolari di diritti meno grandi, i loro interessi vengono ascoltati, anche grazie a quello che fanno persone come me. Noi ascoltiamo tutti i partecipanti ai nostri programmi. Tutti i partecipanti possono avere lo stesso peso per il *take down* e tutti partecipano ai gruppi di lavoro dei titolari di diritti. Possiamo garantire che ci sia una rappresentanza di piccole e medie imprese nei nostri gruppi di lavoro, perché le questioni che queste affrontano diventeranno problemi di tutti, su scala più larga, successivamente. Poi, in quelle aziende non ci sono le strategie o le infrastrutture per tutelare la proprietà intellettuale, quindi è molto importante lavorare per proteggere i loro interessi sin dall'inizio che non doversi difendere in seguito.

PRESIDENTE. Torno su un elemento molto particolare e molto tecnico. La vostra attività di scandaglio della rete, quindi di tutta l'offerta di prodotti contraffatti *online*, si concentra sull'offerta diretta al mer-

cato dei consumatori statunitensi oppure lavorate sull'offerta diretta a qualsiasi mercato mondiale? Ovviamente, la mia domanda riguarda i marchi che sono membri dell'Associazione.

LARA MILLER, Counsel and Director of Strategic Planning dell'International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC). Grazie per questa domanda. Sicuramente noi teniamo conto di tutti i consumatori internazionali, di tutte le aziende internazionali e di tutti gli intermediari internazionali. Tutte le informazioni che otteniamo sono fornite da parte dei titolari di diritto, quindi sono i titolari di diritti che individuano i contraffattori e danno le informazioni a noi, anche perché loro sono sparsi in tutto il mondo. Per quanto riguarda i negozi *online*, i siti internet e le piattaforme di commercio, alcuni di loro non vendono mai negli Stati Uniti ma solo in altri Paesi. La nostra, comunque, è una prospettiva internazionale.

ROBERT BARCHIESI, Presidente dell'AntiCounterfeiting Coalition (IACC). Prima ho spiegato il motivo per cui abbiamo voluto espandere il programma, coinvolgendo anche le società di spedizione. Attraverso la condivisione di informazioni, si possono interrompere le spedizioni e, per esempio, impedire una spedizione dalla Cina.

Un altro aspetto importante del programma è che abbiamo coinvolto e abbiamo iniziato a collaborare anche con la Polizia di Londra. Non solo abbiamo tagliato la capacità di alcuni siti di elaborare i pagamenti ma, attraverso canali legali e lavorando con le Forze di Polizia, abbiamo chiuso i siti stessi.

Spero che possiamo estendere questo tipo di attività anche ai siti .it, lavorando insieme alla Guardia di Finanza. Questo progetto fa parte di una strategia che abbiamo avviato anche con le autorità doganali francesi. Siamo attivi anche in Medio Oriente.

Collaboriamo in modo coerente con le Forze dell'ordine in varie regioni del mondo. Per ora, attraverso i nostri *partner* del settore dei pagamenti, chiudiamo i conti

commerciali, perché loro sono gli unici a poterlo fare. Tuttavia, se potessimo collaborare con le Forze di polizia in più regioni del mondo, avremmo un impatto duplice, perché non interromperemmo soltanto la capacità di elaborare pagamenti, ma chiuderemmo proprio dei siti.

La strategia precedente prevedeva la semplice chiusura di un sito, ma non funziona; combinare insieme gli interventi ha un impatto migliore. È meglio chiudere un conto commerciale, se si potesse scegliere, che non un sito. La critica che si riceve quando si chiude un conto commerciale, è che il marchio vede ancora *on line* il sito che vendeva i suoi prodotti, anche se il sito non riesce più a elaborare i pagamenti.

Credo che il partenariato con la Polizia di Londra sia molto positivo. Auspichiamo di poter lavorare con la Guardia di Finanza seguendo lo stesso modello. Abbiamo preso accordi analoghi anche con la dogana fran-

cese. Credo che questo genere di partenariato sia di grande aiuto per noi.

PRESIDENTE. La ringrazio. Non essendoci altre domande, rinnovo il mio ringraziamento ai nostri ospiti, perché è stato estremamente importante il lavoro che abbiamo fatto oggi.

Mi scuso ancora per il ritardo con cui abbiamo cominciato la riunione e do appuntamento ai colleghi tra due settimane, di lunedì, per l'attività relativa all'OCSE e al ROS.

Dichiaro conclusa l'audizione e dispongo che la documentazione sia allegata al resoconto stenografico della seduta odierna.

La seduta termina alle 15.25.

*Licenziato per la stampa
il 20 gennaio 2018*

ALLEGATO



1730 M Street NW • Suite 1020 • Washington, DC 20036 • USA • +1(202)223-6667 • iacc@iacc.org • www.iacc.org

**Remarks of Robert C. Barchiesi
President
The International AntiCounterfeiting Coalition (IACC)
Before the Parliamentary Committee Inquiry on Counterfeiting
March 16, 2017**

Good afternoon, Mr. President, Mr. Rapporteur, and other distinguished members of the Committee.

My name is Bob Barchiesi, and I am the President of the International AntiCounterfeiting Coalition (IACC), a Washington, DC-based non-profit devoted solely to combatting product counterfeiting and piracy. Founded in 1979, we are the longest-standing organization of our kind.

I want to thank you, on behalf our more than 250 member companies, for the opportunity to appear before this esteemed committee. Although I was born and raised in America, I have deep roots back to Italy. My grandfather was born in Rome, and my grandmother in Avellino. I can only imagine how they're proudly looking down upon this incredible moment taking place in such a historic building designed by two of Italy's greats – Bernini and Fontana. And addressing Members of Parliament, no less. I am truly honored to be here, and I hope that my testimony will assist you in your important work.

Over the past four decades, the IACC has grown substantially both in the size and diversity of our member companies. And it's no coincidence that our growth has paralleled the expansion of counterfeiting around the world. Our association now includes nearly all product sectors, including many of the world's best-known brands. Whether from the apparel, agriculture, pharmaceutical, software, electronics, entertainment, automotive, or consumer goods industries, the members of the IACC are committed to working with government and industry partners to improve intellectual property protection for the benefit of both legitimate manufacturers and consumers.

Recent years have seen explosive growth in online commerce – both legitimate and illegitimate. And while legitimate manufacturers and retailers have increasingly leveraged this technology to modernize their distribution chains, unfortunately, the same is true for counterfeiters. Once confined to brick-and-mortar shops, street vendors, and informal markets, the Internet has provided new outlets for these criminals to sell their illicit goods, as well as an ever-widening pool of customers. Additionally, the pronounced shift that we've seen towards the online distribution of counterfeit goods has resulted in a number of practical difficulties to enforcement, whether by police and customs officials, or by trademark owners themselves. Counterfeiters today are able to use the Internet to operate with anonymity, hiding behind proxies, and often using unverified and falsified information

to establish their online commercial presence. Even when they are detected, they take advantage of jurisdictional loopholes to avoid prosecution, frequently hosting their operations in countries with insufficient legal or enforcement regimes. And perhaps most concerning, they regularly exploit legitimate business services including the international financial and postal systems, as well as online service providers, to facilitate their criminal enterprises.

The proliferation of this illicit trade online poses an existential threat to consumer confidence in the Internet as a safe and trusted commercial platform. Addressing this problem however requires the honest cooperation of all participants in the e-commerce system: manufacturers and retailers, commercial platforms, credit card companies and payment service providers, search engines and online advertising networks, internet access providers, and international mail and express shipping companies. This fact underscores much of the work that the IACC has undertaken in recent years, and I'm happy to share our experiences to date in this area.

Background on IACC's Voluntary Collaborative Efforts

As we began looking at the trafficking of counterfeit goods online, we recognized that although counterfeiting is illegal, it is also a for-profit business. Our approach was to identify ways in which we could demonetize their operations, by disrupting and dismantling their ability to process payments, and thereby profit from these illicit operations. Basic economics and common sense tell us that a business, whether legal or otherwise, will stop operating if it isn't able to make money. This is not necessarily a new approach – in the field of anti-counterfeiting, we often speak of customs' seizures and criminal or administrative fines as a “cost of doing business” for counterfeiters. Similarly, in the online context, brands have pursued a variety of strategies over the years in their efforts to thwart counterfeiters and increase their business costs. These include the use of notice-and-takedown procedures, ICANN's Uniform Domain-Name Dispute Resolution Proceedings and civil litigation to seize websites, but such tools often provided hollow victories. Counterfeiters would simply re-post listings that were taken down, or migrate their operations to a new website. The disruption to their business was often minimal, and certainly not a sufficient means to lasting deterrence. Accordingly, we've sought to identify key characteristics of the online distribution model through which we could have a more lasting and substantial impact. Our analysis identified several “choke-points” where

we believed, with the assistance of other partners in the online ecosystem, we could achieve significant progress on the issue.

RogueBlock: Background, Goals, and Operations

Following several months of discussions to establish a set of best practices with some of the world’s largest credit card and payment service companies – a process facilitated by the White House’s Office of the Intellectual Property Enforcement Coordinator – we launched what is now known as the RogueBlock® program in January 2012. RogueBlock is the first and only program of its kind, developed to enforce intellectual property rights by “following the money,” even when that money flows beyond national borders and traditional jurisdictional lines. The IACC and its partners in the global financial sector have established a cooperative relationship that allows us to identify counterfeiters through their presence in cyberspace, to connect those virtual storefronts to bank accounts in the real world, and to cut-off their ability to profit from afar while selling their illicit goods across the globe.

The RogueBlock system was created as a collaborative platform to share information related to online counterfeiting, providing rights-holders with a streamlined, simplified procedure for reporting illicit websites selling counterfeit and pirated goods, and for payment services companies to report back regarding actions that had been taken against the merchants behind such websites. In implementing the program, the IACC sought to leverage the abilities and expertise of its participants, while also taking into account the limitations and relative burdens on the respective actors. For example, though the payment services companies have all established policies prohibiting the use of their services to facilitate illegal activity, they typically had little or no experience in authenticating branded goods, and in turn, limited abilities to proactively police such use with regard to the sale of counterfeit goods.

Accordingly, the RogueBlock process begins with intellectual property owners’ own investigations to identify websites selling counterfeit versions of their products, and which purport to use one or more of the participating payment providers’ services to accept payment from consumers. The IACC plays a direct role in terms of quality control – ensuring that submissions to the system meet legal standards for the asserted claims, and that the brands have provided sufficient information and evidence to support their claims. The IACC also performs a deconfliction function, filtering out duplicate claims when more

than one trademark owner submits a complaint against a single website, to preclude any unnecessary duplication of efforts. We've also sought to engage with law enforcement to ensure that those sites submitted through the program are not the subject of any ongoing criminal investigation, which might be impacted by the private sector action. Upon clearing review by the IACC, the payment providers then conduct their own independent review and investigation to determine whether the sites, and the owners of the associated merchant account have violated their contractual obligations by using their accounts to facilitate illegal activity. If they are found to have done so, remedial action including fines and the termination of their account may be imposed. Such remedial action is then reported back to the IACC and the brand that initiated the process.

Over the past five years, this model for collaboration has resulted in the termination of over 5,300 merchant accounts that were used to service illicit sites trafficking in counterfeit goods. In gauging the effectiveness of the program though, it is important to consider the relative impact of this type of action in comparison to some of the approaches taken in the past such as notice and takedown or UDRP proceedings. As previously noted, the removal of individual listings or even gaining control over a particular domain generally has only a nominal effect on a counterfeiter's operations. While listings can be replaced and websites can be migrated very quickly, in contrast, the process of establishing a new merchant account is far more protracted. It may take a counterfeiter months to establish a new merchant account, while in the intervening period, he or she is unable to transact business. With a history of violations, many banks will simply refuse to do business with such an individual at all, and those banks that do may charge significantly higher rates for their services, thereby decreasing profitability. Finally, because many counterfeiters use a single account to process payments across networks of websites, a successful action against a single site can have an exponential effect. We estimate that the 5,300 merchant accounts terminated as a result of the program directly impacted well over 200,000 illicit sites. The websites involved, their operators, and their associated merchant accounts have spanned the globe; but we've demonstrated through the RogueBlock program that infringing sites, unscrupulous merchants, and complicit banks have no place to hide when rights-holders and intermediaries cooperate to fight counterfeiting online.

Over the past five years, we've introduced a number of enhancements to the RogueBlock program, and continue to do so today. Among these are the use of network mapping techniques to determine the highest-value targets, the expansion of the program

to include cyber-lockers and certain online marketplaces, and the engagement of new partners to aid in the process. We're also happy to report that we've begun working with the City of London Police, extending the impact of RogueBlock beyond just the merchant accounts, to facilitate domain takedowns at the conclusion of the process. Perhaps equally important, the program has helped to establish cooperative efforts throughout the broader financial sector, including opportunities to provide training to banks regarding their onboarding and monitoring of high-risk merchants.

The online enforcement landscape is constantly evolving, and the criminals we're dealing with have grown increasingly sophisticated in their operations. With RogueBlock program, we've seen this evolution firsthand, as illicit sites have migrated from one payment service to another. In some instances, we've seen sites forego accepting credit card payments altogether, adopting a payment model based on bank transfers or electronic currencies such as Bitcoin. It's unclear whether these changes were made proactively, in an effort to avoid detection and enforcement, or if they were made as a fall-back response to the sites' merchant accounts being terminated. In either case, we know that consumers are far less likely to transact business with a company that is unwilling or unable to process credit card payments, so we view these developments very positively.

We do, however, continue to face a number of challenges in our online enforcement efforts. Among these are the increasing use of payment aggregation services and other intermediaries in an effort to obfuscate the merchant accounts involved in the trafficking of counterfeits, the use of geolocation, blacklisting and other technological tools and methods to avoid detection by investigators. As with the above example though, the more resources that these illicit operations are forced to devote to evading enforcement, the less profitable they become. More remains to be done however, and we will continue to work with our existing partners and other responsible service providers to further impact illicit online trafficking.

IACC MarketSafe, DataForce, and the Future of Voluntary Collaboration

The RogueBlock program was the first of its kind. But its importance goes far beyond the practical impact that we've been able to have on the operations of online counterfeiters. RogueBlock served as a proof of concept for cross-industry voluntary collaboration in the area of online enforcement. For years, both rights-holders and service providers of every variety have engaged in disputes seeking to delineate legal duties in the

online space, whether via litigation or legislation, in Europe, the United States, and elsewhere. RogueBlock took a step back from those questions and asked instead what rights-holders and intermediaries could do together to advance their mutual interest in ensuring that the online marketplace remained one that was safe and trusted by consumers. Perhaps the greatest success of RogueBlock has been its bringing together of rights-holders and the payment sector to find common ground in responding to that question. And that success has laid the groundwork for additional cross-industry collaboration.

The most widely-known of these follow-on initiatives is our pilot program, IACC MarketSafe®, launched in 2013, in cooperation with the Alibaba Group. The MarketSafe program was developed to assist rights-holders in addressing long-standing concerns related to sales of counterfeit goods on two of the world's largest online retail marketplace platforms – the China-based Taobao and Tmall sites. As in the case of RogueBlock, the IACC developed a streamlined and centralized portal for the submission of complaints by rights-holders, and provided a direct point of contact to assist with both day-to-day and broader policy concerns on the sites. The overarching goals of the program were to facilitate the complaint submission process on behalf of rights-holders, to ensure that such complaints provided sufficient support to allow the sites to take remedial action against sellers of illicit goods, and to aid the sites in developing effective and efficient procedures for addressing intellectual property offenses in a manner in-line with global best practices. Since the inception of the pilot program in 2013, the IACC has worked with the program's 18 participants to facilitate the removal of over 210,000 listings for counterfeiting or other IP violations, as well as the closure of more than 8,000 online stores hosted on the sites. Furthermore, we've seen a number of positive steps with regard to Alibaba's adoption of improved policies and procedures in dealing with illicit sales.

I am pleased to report that later this month, we will be launching a significant expansion of the program, which will enable a far greater number of companies to participate in the program at no cost. When the Expansion Program was announced, over 100 companies, representing 30 industry sectors, from nearly a dozen countries signed up to participate. Of those, approximately 30% are classified as Small- and Medium-sized Enterprises. The Alibaba Group has agreed to assist in sustaining the program over the next three years to continue building upon our existing efforts, and we are excited to be able to offer this program on a larger scale. We have also partnered with Intellegit, a start-

up based out of the University of Trento, to conduct a comprehensive analysis of the program to ensure the program's ongoing development and refinement. I would also like to note that tomorrow afternoon, I'll be meeting with representatives from INDICAM to discuss how more Italian companies can benefit from our programs. I look forward to providing further details about this initiative in the coming months.

Ultimately, we recognize that greater collaboration with a number of other sectors will be required if we are to make a significant and sustained impact against the online trafficking of counterfeit goods. While we are proud of what we've been able to accomplish with the RogueBlock and IACC MarketSafe programs, they address only two of the choke-points identified when we began this work several years ago however. Accordingly, we are continuing to seek new partnerships with other key players in the online ecosystem. We refer to this longer-term project as the IACC DataForce Initiative.

DataForce will, in due course, bring rights-holders together with those in the online search and advertising sectors, international mail and express consignment services, and internet access providers, along with cooperating law enforcement agencies, to provide a centralized, global clearinghouse for actionable intelligence that can be used to combat the trafficking of counterfeit goods both online and in the physical world. We have already begun to lay the groundwork for some of these projects, having recently signed Memoranda of Understanding with EUROPOL, and the City of London Police's IP Crime Unit, as well as your own Guardia di Finanza. In fact, my colleague, Lara Miller, who joins me here today, had a productive meeting with the GdF just yesterday to operationalize our cooperation with them regarding online counterfeit sales. Yesterday's meeting comes on the heels of training events we conducted in November 2015 for over 600 Italian officers on counterfeit identification and our follow-the-money approach. We look forward to even greater engagement with Italian authorities in the future.

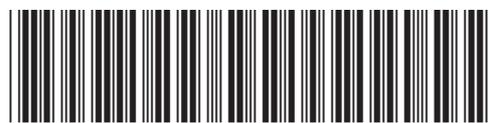
While much of my testimony before you today has focused on what the private sector is doing, or can do, to address these problems, there is undoubtedly an important role for governments to play as well, and we firmly believe that strong partnership between the public and private sector is essential. Just as RogueBlock began with the assistance and support of the U.S. Government's IP Enforcement Coordinator, we will surely need similar support in the future in convening relevant partners and encouraging buy-in

among key participants. I would welcome your assistance in that regard, and your input in ensuring that Italian businesses and consumers reap the full benefit of our efforts.

Thank you again for the opportunity to come before you today, and I would be happy to respond to any questions you have at this time.

PAGINA BIANCA

PAGINA BIANCA



17STC0027950