



Raport o ochronie marek Amazon



Opublikowano w czerwcu 2022 roku

Wprowadzenie

Amazon jest znany z ogromnej uwagi poświęcanej potrzebom klientów, a kluczowym elementem jest dla nas zdobywanie i utrzymywanie ich zaufania. Dlatego tak wielką wagę przykładamy do tego, aby klienci mogli czuć się podczas zakupów pewnie. Amazon i miliony współpracujących z nami sprzedawców, z których zdecydowana większość to małe i średnie firmy, obsługuje setki milionów klientów na całym świecie. Oczekują oni, że robiąc zakupy w serwisie Amazon, czy to bezpośrednio od Amazon, czy od jednego z zewnętrznych partnerów, otrzymają autentyczny produkt.

W 2021 r. Amazon zainwestował ponad 900 mln dolarów i zatrudnił ponad 12 tys. osób, w tym naukowców zajmujących się uczeniem maszynowym, programistów i ekspertów śledczych, których zadaniem jest ochrona klientów, marek, naszych partnerów i całego serwisu przed nieautentycznymi produktami, oszustwami i innego rodzaju nadużyciami. Jestem dumny z niesamowitych rezultatów, jakie osiągnął nasz zespół we współpracy z właścicielami praw, organami ścigania i innymi podmiotami, pozwalając klientom czuć się pewnie podczas robienia zakupów w naszym serwisie.

To druga edycja raportu Amazon o ochronie marek. Dokument zawiera szczegółowe informacje na temat wielu naszych postępów, które poczyniliśmy. Skupiamy uwagę na trzech kluczowych obszarach naszej strategii, o których wspominaliśmy w ubiegłym roku. Pierwszy z nich to szerokie i niezwykle skuteczne działania proaktywne prowadzone w celu ochrony naszego serwisu. Drugi dotyczy wdrażania najlepszych w branży narzędzi dla właścicieli praw, którzy we współpracy z nami jeszcze lepiej mogą chronić swoje marki. Trzeci z kolei skupia się na pociąganiu nieuczciwych podmiotów do odpowiedzialności. Oto kilka najważniejszych informacji:

1. Dokładna weryfikacja sprzedawców i produktów oraz działania ukierunkowane na pociąganie nieuczciwych podmiotów do odpowiedzialności mają skutek odstrasżający i zniechęcający do prób rejestracji w naszym serwisie. W 2021 r. Amazon powstrzymał ponad 2,5 mln prób założenia nowych kont przez oszustów, uniemożliwiając im tym samym opublikowanie choćby jednego nieautentycznego produktu. Oznacza to spadek z ponad 6 mln prób w poprzednim roku.
2. Zauważyliśmy nieustanny wzrost wykorzystania i skuteczności naszych zautomatyzowanych narzędzi do ochrony marek, co przekłada się na ciągły spadek liczby problemów, które firmy wykrywają i zgłaszają. W 2021 r. rejestr Brand Registry rozrósł się do ponad 700 tys. aktywnych marek, co stanowi wzrost o 40% w porównaniu z rokiem poprzednim. Jednocześnie średnia liczba zasadnych zgłoszeń naruszeń dokonanych przez biznesy figurujące w Rejestrze spadła o ponad 25% w stosunku do poprzedniego roku.
3. Nieustannie dbamy o to, aby twórcy nieautentycznych produktów byli pociągani do odpowiedzialności za swoje działania. W ten sposób powstrzymujemy ich przed niezgodnym z prawem wykorzystywaniem naszego serwisu i sklepów prowadzonych przez inne podmioty z branży.
 - Jednostka Amazon ds. zwalczania podróbek (CCU) pozwała lub zgłosiła podejrzenia w stosunku do ponad 600 przestępców w USA, Wielkiej Brytanii, UE i Chinach, co stanowi wzrost o ponad 300% w porównaniu z rokiem poprzednim.

- Wykryliśmy, przejęliśmy i wyeliminowaliśmy ponad 3 mln nieautentycznych produktów, zapobiegając negatywnym konsekwencjom dla klientów lub ponownej sprzedaży towaru w innej części łańcucha dostaw. Między innymi zatrzymywaliśmy nieautentyczne produkty przesyłane do centrów logistycznych Amazon w celu dalszej wysyłki. We współpracy z markami i organami ścigania ustaliśmy również położenie magazynów i fabryk produkujących nieautentyczne produkty, aby doprowadzić do ich zamknięcia.
- Opublikowaliśmy dokument określający zasady współpracy pomiędzy sektorem publicznym i prywatnym, ukierunkowanej na powstrzymywanie producentów podróbek, w którym bazujemy na doświadczeniach z naszego serwisu i poczynionych przez nas postępach. Podkreślamy, między innymi, znaczenie wymiany informacji w sektorze prywatnym dla powstrzymywania producentów podrobionych produktów we wszystkich sklepach, współpracy z organami celnymi w celu ochrony granic oraz zwiększenia zasobów dostępnych dla organów ścigania, aby te mogły skutecznie wyłapywać podmioty łamiące prawo. Chociaż wciąż jesteśmy na początku tej drogi, cieszymy się, że dokument pomógł rozpocząć konstruktywny dialog z innymi podmiotami. Z satysfakcją podejmujemy wiele pilotażowych działań dotyczących udostępniania danych i już teraz widzimy, że odnieśliśmy kilka pierwszych sukcesów legislacyjnych.

W tym roku dodaliśmy także czwarty obszar, na który zwracamy szczególną uwagę – edukację i wsparcie klientów. Opracowaliśmy kilka nowych inicjatyw w celu edukowania konsumentów, dlaczego powinni kupować wyłącznie autentyczne produkty. Nieustannie inwestujemy również w narzędzia pozwalające rozwiązywać problemy w sposób proaktywny i reaktywny. Jeśli coś pójdzie nie tak, klienci mogą mieć pewność, że zawsze zadamy o ich interesy.

Od otwarcia naszej firmy w 1995 r., u podstaw wszystkiego, co robimy jest zaufanie. Po niemal 27 latach działalności skuteczniej niż kiedykolwiek chronimy klientów, marki, sprzedawców oraz nasz serwis. Jesteśmy dumni z postępów, jakie poczyniliśmy, ale nie zatrzymamy się, dopóki nie wyeliminujemy wszystkich podróbek z naszych sklepów. Dalej będziemy inwestować i wprowadzać innowacje, dopóki nie osiągniemy naszego celu. Doceniamy również coraz ściślejszą współpracę w całej branży w walce z podróbkami. Cieszy nas możliwość współdziałania, dzięki czemu jesteśmy w stanie jeszcze skuteczniej pociągać do odpowiedzialności nieuczciwe podmioty i uczynić naszą branżę wolną od podróbek.

Zapraszam do zapoznania się z naszym Raportem o ochronie marek za 2021 rok.

Dziękuję!



Dharmesh Mehta

*Wiceprezes, Worldwide Selling
Partner Services, Amazon*

Spis Treści

Wprowadzenie	02
Część 1: Wszechstronne proaktywne kontrole	06
Część 2: Efektywne narzędzia do ochrony marek	08
Część 3: Pociąganie nieuczciwych podmiotów do odpowiedzialności	12
Część 4: Edukacja i wspieranie klientów	15

Nasze zobowiązanie do ochrony marek

Niniejszy raport rozpoczynamy tak, jak w zeszłym roku, czyli przedstawiając nasz cel, którym niezmiennie pozostaje bycie najbardziej zorientowaną na potrzeby klienta firmą na świecie, zapewniającą użytkownikom najszerszy wybór autentycznych produktów. Ciężko pracujemy, aby zdobyć i utrzymać zaufanie konsumentów i surowo zabraniamy sprzedaży nieautentycznych produktów. Nieustannie wprowadzamy innowacyjne rozwiązania, dzięki którym wykrywamy i zapobiegamy dostarczeniu do klientów.

Realizując naszą strategię ochrony marek, nieustannie skupiamy się na trzech kluczowych obszarach: proaktywnej kontroli, wszechstronnych narzędziach przeznaczonych dla marek i pociąganiu producentów nieautentycznych produktów do odpowiedzialności. W tym roku dodaliśmy kolejny filar – edukację i wsparcie klientów. W naszym raporcie o ochronie marek za 2021 rok z dumą informujemy o naszych osiągnięciach i najnowszych innowacjach.



Część 1: Wszechstronne proaktywne kontrole

Sprzedaż na Amazon otwiera przed przedsiębiorcami mnóstwo możliwości. Ułatwiamy im założenie konta, a nieuczciwym sprzedawcom bardzo utrudniamy.

Amazon stworzył wiodące w branży narzędzia do weryfikacji tożsamości potencjalnych sprzedawców, angażując do tego zaawansowaną technologię i ekspertów przeprowadzających ręczną weryfikację. Potencjalni sprzedawcy są zobowiązani do przedstawienia wydanego przez organ państwowy dokumentu ze zdjęciem oraz podania informacji o swojej tożsamości i lokalizacji. Wymagamy od nich również przekazania informacji podatkowych, o rachunku bankowym, karcie kredytowej i innych danych. Nasze autorskie systemy analizują setki unikalnych punktów danych, weryfikując informacje i wykrywając potencjalne ryzyko.

Weryfikacja sprzedawców

W 2021 r. w jeszcze większym stopniu utrudniliśmy nieuczciwym podmiotom rejestrację konta sprzedawcy. Kluczowym elementem procesu oceny konta, który to umożliwił, jest program weryfikacji sprzedawców. Od przyszłych sprzedawców wymagamy odbycia indywidualnej rozmowy z jednym z członków naszego zespołu, podczas której weryfikujemy tożsamość rozmówcy i przedłożone dokumenty. Ponadto, w procesie weryfikujemy też fizyczną lokalizację sprzedawcy i instrumenty płatnicze, którymi się posługuje. Stosujemy także modele uczenia maszynowego, które wykorzystują setki punktów danych dotyczących potencjalnego konta do oceny ryzyka, między innymi w kontekście powiązań z innymi nieuczciwymi podmiotami, które uprzednio zostały przez nas powstrzymane.

W 2021 r.:



Kontynuowaliśmy zwiększanie skali weryfikacji i do końca roku 100% nowych sprzedawców musiało ukończyć ten proces przed rozpoczęciem sprzedaży w naszych serwisach w USA (Amazon.com), Wielkiej Brytanii, Kanadzie, państwach członkowskich UE, Japonii i wielu innych regionach.



Powstrzymaliśmy ponad 2,5 mln prób utworzenia nowych kont sprzedawców jeszcze przed publikacją choć jednej okazji – prób było znacznie mniej w porównaniu z ponad 6 mln z rokiem poprzednim. Dokładna weryfikacja sprzedawców oraz działania ukierunkowane na pociąganie nieuczciwych podmiotów do odpowiedzialności mają skutek odstrasżający i zniechęcający do rejestracji w serwisie.

Ciągła weryfikacja

Stale obserwujemy serwis pod kątem potencjalnych naruszeń. Gdy tylko sprzedawca wystawi w nim produkt na sprzedaż, nasza zaawansowana technologia rozpoczyna nieustanne skanowanie okazji pod kątem potencjalnych podróbek, oszustw i nadużyć – także wtedy, gdy do okazji wprowadzane są zmiany. Gdy musimy bliżej przyjrzeć się potencjalnemu problemowi, wstrzymujemy publikację i przekazujemy ją do szczegółowej weryfikacji przez naszych ekspertów. Gdy stwierdzimy problem, działamy szybko, aby chronić klientów i marki – usuwamy problematyczne treści lub okazje, blokujemy konta, wstrzymujemy wypłaty i przekazujemy informacje o działaniach nieuczciwych podmiotów organom ścigania.

- W 2021 roku zautomatyzowana technologia Amazon codziennie analizowała ponad 8 miliardów prób zmian na stronach ze szczegółowymi informacjami o produktach w poszukiwaniu oznak ewentualnych nadużyć. Dla porównania, w 2020 roku było to ponad 5 miliardów prób.
- Amazon zablokował ponad 4 mld nieuczciwych okazji jeszcze przed ich publikacją w serwisie. Były one nieuczciwe, naruszały prawa innych osób, dotyczyły nieautentycznych produktów, stanowiły inne formy nadużyć lub budziły poważne obawy co do jakości udostępnianych produktów.

Powstrzymywanie nieuczciwych podmiotów poprzez wymianę informacji z amerykańskim Urzędem Patentowym (USPTO)

Amazon wspiera cele realizowane przez amerykański Urząd Patentowy (USPTO), zapobiegając oszustwom i nadużyciom w zakresie użycia znaków towarowych. Wysokiej jakości wnioski o ochronę znaków towarowych przynoszą znaczne korzyści wszystkim firmom, dużym i małym, dzięki szybkiej rejestracji na rzecz twórców oraz innowatorów.

W 2021 r. poprawiliśmy naszą komunikację i współpracę z USPTO. Amazon uzyskuje obecnie bezpośrednio od USPTO informacje na temat statusu rejestracji znaku, a także o podmiotach objętych sankcjami USPTO, w tym również o prawnikach działających w złośliwy sposób. W ten sposób zapewniamy, że fałszywe zgłoszenia znaków towarowych i potwierdzenia rejestracji nie mogą zostać wykorzystywane do wpisu do Rejestru marek. Te informacje wykorzystujemy również do wykrywania potencjalnych nadużyć w naszych serwisach. Amazon przekazuje też USPTO informacje na temat nadużyć i trendów obserwowanych w naszych serwisach, aby pomóc urzędowi w prowadzeniu dochodzeń w sprawach potencjalnych oszustw, których mogą dopuszczać się wnioskodawcy i osoby ubiegające się o rejestrację.

Wymiana informacji jest korzystna dla obu stron – USPTO dysponuje informacjami wyższej jakości, a Amazon publikuje dokładniejsze dane w bazie Brand Registry. W 2021 r. zacieśniająca się współpraca pozwoliła nam powstrzymać 2000 prób użycia fałszywego znaku towarowego USPTO w celu rejestracji w Rejestrze marek. Liczymy na dalsze zacieśnienie współpracy z USPTO i rozszerzenie jej na inne urzędy na całym świecie.



Philips i Amazon kontynuują współpracę, której celem jest jeszcze lepsza ochrona marki PHILIPS na Amazon, dzięki dokładniejszej analizie nadużyć sprzedawców i zapewnieniu większych możliwości egzekwowania prawa przez obie firmy”.

PHILIPS

Część 2: Efektywne narzędzia do ochrony marek

Rejestr marek

W 2017 r. uruchomiliśmy Amazon Brand Registry – bezpłatną usługę dla właścicieli marek, dostępną niezależnie od tego, czy dany podmiot prowadzi sprzedaż w naszym serwisie. Usługa daje właścicielom firm możliwość zarządzania ich markami, a także ochrony praw własności intelektualnej w serwisach Amazon. Za pomocą narzędzia „Zgłoś naruszenie” właściciele marek mogą wyszukiwać, wykrywać i zgłaszać naruszenia, a następnie monitorować postępy w zgłoszeniu. Rejestr pozwala również Amazon skuteczniej chronić firmy dzięki zautomatyzowanym zabezpieczeniom, które wykorzystują technologię uczenia maszynowego i dane zapisane w Brand Registry. Nasze zautomatyzowane mechanizmy nieustannie skanują serwisy Amazon, wykrywając produkty potencjalnie naruszające prawo. W 2021 r.:

- W Rejestrze marek figurowało ponad 700 tys. firm, w porównaniu do ponad 500 tys. w 2020 r., co stanowi wzrost o 40%.
- Dzięki ciągłym ulepszeniom naszego systemu zautomatyzowanych zabezpieczeń, właściciele marek wykryli mniej produktów naruszających ich prawa na Amazon. Średnia liczba zasadnych zgłoszeń naruszeń dokonanych przez biznesy figurujące w Rejestrze spadła o 25% w porównaniu z 2020 r.

„Jako duży, międzynarodowy serwis e-commerce, Amazon przykładą ogromną wagę do opinii właścicieli praw i ich postulatów Amazon udostępnia narzędzie Brand Registry do obsługi zgłoszeń dotyczących usuwania ofert, zapewnia usługę monitorowania serii produktów „Transparentność”, a także realizuje „Projekt Zero”, w ramach którego umożliwia właścicielom praw do marek podejmowanie działań w celu ich ochrony. Dzięki temu jesteśmy w stanie chronić naszą firmę skutecznie i wygodnie, a także walczyć z podrobionymi produktami. To dobry wzór również dla innych przedsiębiorstw z branży e-commerce. Liczymy na dalszą, bliską współpracę z Amazon, aby współtworzyć jeszcze bezpieczniejszą przestrzeń e-commerce dla konsumentów na całym świecie”.



„Ochrona marek przed naruszeniami wymaga nieustannej czujności i ciągłych innowacji. Cenne informacje dostarczane nam przez marki za pośrednictwem Rejestru marek umożliwiają nam proaktywne zapobieganie publikacji ofert dotyczących produktów naruszających prawa w naszych serwisach na całym świecie. Realizacja naszej misji ochrony marek i klientów to dla nas powód do dumy.”



Raj Kizhakkekathil,
dyrektor ds. Rejestru marek,
Amazon

 amazon brand registry

Akcelerator ochrony praw własności intelektualnej

Amazon IP Accelerator pomaga firmom sprawniej uzyskiwać ochronę własności intelektualnej, pozwalając im chronić ją w każdym sklepie, nie tylko Amazon. Firmy mogą również zapisywać się w Rejestrze marek w oczekiwaniu na rejestrację znaku towarowego, co pozwala im korzystać z wybranych narzędzi Amazon w celu ochrony ich przedsiębiorstwa. W ramach IP Accelerator firmy mają dostęp do sieci uważnie dobranych kancelarii prawnych, które świadczą usługi rejestracji znaków towarowych w przystępnych cenach. W 2021 r.:

- Za pośrednictwem IP Accelerator ponad 5900 małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) uzyskało dostęp do naszej sieci zaufanych kancelarii prawnych. Od uruchomienia programu w 2019 r. ponad 12 tys. firm wpisano do Rejestru marek za pośrednictwem IP Accelerator.
- IP Accelerator uruchomiliśmy w pięciu kolejnych krajach – Australii, Brazylii, Kanadzie, Meksyku i Singapurze, bazując na dotychczasowej dostępności w USA, Europie, Indiach, Japonii i Wielkiej Brytanii.
- Zwiększyliśmy zespół prawników obsługujących IP Accelerator, aby obsługiwać małe i średnie firmy w 11 językach: angielskim, francuskim, niemieckim, japońskim, koreańskim, mandaryńskim, hiszpańskim, hindi, gudżarati, włoskim i portugalskim.

„MAVEN IP ma świetne doświadczenia w programie IP Accelerator. Program IP Accelerator, który umożliwia sprzedawcom na Amazon szybkie wpisanie do Rejestru marek w oczekiwaniu na oficjalne zatwierdzenie przez władze federalne ich wniosku o rejestrację znaku towarowego, uświadomił właścicielom firm, jak duże znaczenie ma zabezpieczenie praw do znaków towarowych. Obserwujemy, że właściciele małych i średnich firm nie tylko dbają o zabezpieczenie praw do znaków towarowych, ale starają się tworzyć znaki wyróżniające się, które zapewniają największą ochronę”.

Janet Moreira,
Maven IP

MAVEN[®] ip
Protecting your creative capital[®]

„IP Accelerator daje początkującym i doświadczonym sprzedawcom dostęp do narzędzi, które są im niezbędne w procesie tworzenia marki. W przyjemności wspieramy sprzedawców w wyszukiwaniu znaków oraz składaniu wniosków, pomagając im wcielić w życie ich pomysły i czuć się pewnie podczas tworzenia własnych firm.”

Meichelle MacGregor, kancelaria
Cowan, Liebowitz & Latman PC

**COWAN
LIEBOWITZ
& LATMAN**



Projekt Zero

W Projekcie Zero wykorzystujemy zaawansowaną technologię Amazon oraz bogatą wiedzę, jaką marki posiadają na temat własnej własności intelektualnej oraz metod najskuteczniejszego wykrywania podróbek swoich produktów. Korzystamy z naszych wszechstronnych narzędzi do ochrony firm, między innymi umożliwiając ich właścicielom bezpośrednie usuwanie okazji z naszego serwisu, co jest rozwiązaniem bezprecedensowym. W 2021 r.:

- W ramach Projektu Zero zarejestrowano kolejne 2 tys. marek, zwiększając ich łączną liczbę do ponad 20 tys.
- W grupie marek uczestniczących w Projekcie Zero, na każdą usuniętą przez firmę okazję, zautomatyzowane mechanizmy ochronne Amazon proaktywnie usuwały ponad tysiąc podejrzanych pozycji.

„Projekt Zero to fantastyczna inicjatywa Amazon. Narzędzie przyniosło ulgę właścicielom marek i działa bezproblemowo. Doceniamy zaangażowanie Amazon w tworzenie programów proaktywnej ochrony marek. Jesteśmy pewni, że nasza firma i nasi klienci są właściwie chronieni”.



Hindustan Unilever Limited

Transparentność

„Transparency” to usługa do monitorowania numerów seryjnych produktów, która zapobiega docieraniu podróbek do klientów na całym świecie. Marki oznaczają każdy produkt unikalnym kodem, który można zeskanować w celu zweryfikowania jego autentyczności na każdym etapie łańcucha dostaw. Sprawdzenie kodu leży w gestii poszczególnych sprzedawców, ale w przypadku produktów zarejestrowanych w usłudze „Transparentność”, Amazon weryfikuje 100% wszystkich egzemplarzy. Te nieoznaczone kodem są zatrzymywane, dzięki czemu do klientów docierają wyłącznie autentyczne produkty. W 2021 r.:

- W usłudze „Transparentność” zarejestrowano ponad 23 tys. marek na całym świecie, co stanowi wzrost o 35% w porównaniu do 2020 r.
- W ramach usługi objęto ochroną ponad 750 mln egzemplarzy produktów – o 50% więcej niż w 2020 r.

W 2021 r. uruchomiliśmy funkcję śledzenia w ramach usługi „Transparentność”, która umożliwia markom monitorowanie produktów w kanałach dystrybucji, a także zapewnia więcej informacji na temat produktów zwracanych przez klientów. Umożliwia to firmom analizowanie trendów dotyczących wad produktów na poziomie fabryki lub partii produkcyjnej oraz usunięcie przyczyny ich powstawania.

„Dzięki usłudze „Transparentność” czujemy się pewnie. Każdy sprzedawany przez nas produkt ma swój unikalny kod, dzięki czemu możemy mieć pewność, że nieuczciwe podmioty nie będą czerpać korzyści z naszej ciężkiej pracy”



„Dzięki „Transparentności” mamy pewność, że możemy skupić uwagę nie na ochronie marki, a na jej rozwoju”



MINDBEAST
GET LOST IN YOUR WORLD

Więcej informacji na temat „Transparentności” przedstawiamy w studiach przypadków dotyczących następujących marek:



Studium przypadku Koala Babycare



Studium przypadku Mindbeast

Ekspresowa analiza patentów przez Amazon

Amazon uruchomił program pilotażowy Amazon Patent Evaluation Express (APEX) w 2018 r. Umożliwił on właścicielom patentów na wzór użytkowy skuteczniejsze rozstrzygnięcie sporów dotyczących naruszenia praw patentowych i znacznie znaczne zmniejszenie obciążeń finansowych z tym związanych po obu stronach. W 2021 r. program APEX został oficjalnie udostępniony jako funkcja w narzędziu „Zgłoś naruszenie” w ramach Rejestru marek. To pozwoliło firmom zlecać za pośrednictwem tego narzędzia analizę w przypadku sporów dotyczących patentów na wzór użytkowy oraz monitorować postępy w procesie decyzyjnym.

Ze względu na złożoność techniczną wielu patentów na wzór użytkowy, ustalenie na podstawie samego wyglądu, czy dany produkt narusza objęte ochroną prawa może być skomplikowane. Podjęcie decyzji z kolei może wymagać wiedzy specjalistycznej zarówno w zakresie technologii, jak i prawa patentowego. Z tego względu w procesie APEX uczestniczy niezależny, zewnętrzny ekspert, który ustala, czy dany produkt takie prawa narusza. Dokonujący oceny prawnicy nie są związani z Amazon, a Amazon nie angażuje się w prowadzone analizy.

- Sprawy analizowane w ramach APEX są rozstrzygane w średnio siedem tygodni, czyli znacznie szybciej niż dwa lata, których przeciętnie potrzebują amerykańskie sądy do rozstrzygnięcia sprawy dotyczącej ochrony patentowej.

Korzystanie z APEX jest bezpłatne dla strony, na której korzyść spór zostanie rozstrzygnięty. Każdy uczestnik deponuje 4 tys. dolarów u podmiotu przeprowadzającego analizę. Na koniec procesu podmiot zwraca tę kwotę stronie, na której korzyść rozstrzygnięto spór. Kaucja wpłacona przez drugą stronę pokrywa koszty przeprowadzonej analizy. Pozew o naruszenie ochrony patentowej może kosztować setki tysięcy, a nawet miliony dolarów i trwać kilka lat. W świetle tego APEX jest przystępną kosztowo i szybką metodą rozstrzygania sporów patentowych.



Wiemy, że zawsze można dochodzić roszczeń dotyczących naszej własności intelektualnej w sądzie, ale pozwy dotyczące ochrony patentowej mogą spowodować koniec małej firmy, odwrócić uwagę od innowacji i generować ogromne koszty obsługi prawnej. Inaczej wygląda to w przypadku usługi Amazon Patent Evaluation Express. Proces jest prosty i przystępny cenowo. Rozstrzygnięcie jest jasne i pozwala skutecznie egzekwować nasze prawa wynikające z patentu. APEX to rewolucyjne rozwiązanie dla małych firm”.

LAY/N/GO.

– Adam Fazackerley,
COO i współzałożyciel Lay-n-Go

Część 3: Pociąganie nieuczciwych podmiotów do odpowiedzialności

Jednostka Amazon ds. zwalczania podróbek

Aby skuteczniej walczyć na drodze sądowej z nieuczciwymi podmiotami i ściślej współpracować w tym zakresie z organami ścigania na całym świecie, w 2020 r. utworzyliśmy w Amazon jednostkę ds. zwalczania podróbek (CCU). W skład zespołu CCU Amazon wchodziły byli prokuratorzy federalni, agenci FBI, doświadczeni śledczy i analitycy danych. CCU, agencje celne i organy ścigania udostępniają sobie informacje w celu namierzania fałszerzy, usuwania kont nieuczciwych podmiotów, przejmowania podrobionych produktów i ścigania osób zaangażowanych w tego rodzaju proceder. CCU skutecznie przeciwdziała aktywności podmiotów podrabiających produkty i ich sieci, wytaczając procesy cywilne, a także angażując się we wspólne działania i akcje konfiskowania towaru z organami ścigania na całym świecie. CCU bierze udział w walce, między innymi, z dostawcami, operatorami usług logistycznych, influencerami z mediów społecznościowych czy dostawcami fałszywych faktur. W 2021 r.:

- Amazon złożył pozwy cywilne w sądach amerykańskich przeciwko ponad 170 producentom podróbek.
- Amazon pozwał lub zgłosił podejrzenia w stosunku do ponad 600 przestępców w USA, Wielkiej Brytanii, UE i Chinach, co stanowi wzrost o ponad 300% w porównaniu z 2020 r.
- Współpracowaliśmy z takimi markami, jak Yeti, GoPro, Hanesbrands, Valentino, Weber, Salvatore Ferragamo, Whirlpool i Procter & Gamble, ścigając podmioty podrabiające ich produkty na całym świecie.
- W październiku 2021 r. informacje przekazane przez CCU doprowadziły do wspólnej operacji z amerykańskim Departamentem Bezpieczeństwa Wewnętrznego (HSI) i Departamentem Szeryfa Hrabstwa Los Angeles (LASD), w wyniku której skonfiskowano nieautentyczne produkty motoryzacyjne o wartości ponad 1,2 mln dolarów. Skonfiskowane części stwarzały potencjalne zagrożenie dla konsumentów, ponieważ zakłócały działanie czujników bezpieczeństwa montowanych w samochodach. Przejęcie dostawy towaru ochroniło nie tylko klientów Amazon, ale także klientów robiących zakupy w innych sklepach, w których przestępcy zamierzali sprzedawać swoje produkty.
- Chiński Urząd nadzoru rynkowego (MSA) z siedzibą w mieście Yiwu w prowincji Zhejiang przeprowadził nalot na magazyn i skonfiskował podrabiane akcesoria w postaci pasków i sprzączek, korzystając z informacji przekazanych przez Amazon i markę Salvatore Ferragamo. W efekcie podróbki nie trafiły do kanałów sprzedaży detalicznej na całym świecie.

„Jesteśmy dumni z tego, że wspólnie z Amazon walczymy z podrobionymi produktami w internecie, a także z bycia pionierami w tym zakresie również poza przestrzenią cyfrową. Cieszymy się, że inne firmy idą za naszym przykładem, czego wyrazem jest wzmożona aktywność w świecie offline, która najskuteczniej odstrasza nieuczciwe podmioty”.


VALENTINO
GARAVANI

„W ciągu dwóch lat jednostka CCU zyskała reputację globalnego partnera marek i organów ścigania, do czego przyczyniły się nasze agresywne działania wymierzone w przestępców podrabiających produkty. Naszą misją jest powstrzymanie i likwidowanie sieci fałszerzy poprzez tropienie nielegalnych źródeł dochodów, postępowania karne oraz uzyskiwanie orzeczeń i nakazów w procesach cywilnych, aby konsumenci mogli mieć pewność, że kupują wyłącznie oryginalne i bezpieczne produkty, a nieuczciwe podmioty zostaną pociągnięte do odpowiedzialności”.



Kebharu Smith,
dyrektor i zastępca
głównego radcy
prawnego, CCU,
Amazon

Opracowanie dotyczące współpracy sektora prywatnego i publicznego w walce z podmiotami podrabiającymi produkty

Sprzedaż (lub próba sprzedaży) podróbek to przestępstwo i chcemy powstrzymać ją u źródła, co wymaga szeroko zakrojonej współpracy w tej dziedzinie z naszymi licznymi partnerami. Sektor publiczny i prywatny, a także branża handlowa oraz instytucje rządowe muszą współpracować, aby powstrzymać podmioty podrabiające produkty i chronić przed nimi klientów, właścicieli praw oraz sklepy.

W październiku 2021 r. Amazon opublikował dokument określający zasady współpracy pomiędzy sektorem publicznym i prywatnym, ukierunkowanej na powstrzymywanie tych przestępców. Rekomendacje Amazon można znaleźć w [białej księdze](#) naszego opracowania, w której przedstawiamy trzy główne sposoby zacieśnienia współpracy:

- Wymiana informacji na temat aktywności przestępców w celu zatrzymania podróbek na granicy.
- Udostępnianie informacji o zablokowanych nieuczciwych podmiotach, aby pomóc branży reagować wcześniej i skuteczniej.
- Zwiększenie zasobów organów ścigania na ściganie podmiotów podrabiających produkty.

Opracowanie zachęciło do dialogu między Amazon i politycznymi decydentami na temat współpracy branży i instytucji państwowych, zwłaszcza w zakresie wymiany informacji na temat sieci przestępców podrabiających produkty, a także prób importu podróbek.

W ramach pilotażu wymiany informacji z innymi usługodawcami aktywnymi na rynku, wykryliśmy pasujące do siebie konta prowadzone przez potwierdzonych fałszerzy próbujących sprzedawać podróbki w naszym serwisie. Sektor prywatny przyjął rolę lidera w tworzeniu umożliwiającego zwiększanie skali rozwiązania do wymiany informacji w czasie rzeczywistym na temat zidentyfikowanych podmiotów podrabiających produkty. Zachęcamy więcej firm do współpracy z nami w przyszłości.

„Służba Analiz Kryminalnych promuje projekty realizowane we współpracy z różnymi siłami, których celem jest walka z podrabianymi produktami i piractwem produktowym wspólnie z prefekturami i przy istotnym wkładzie lokalnej oraz krajowej policji. Stawiamy czoła nowym wyzwaniom, jakie pojawiają się wraz z ewolucją rynku internetowego. Wspieramy wielopłaszczyznową współpracę z sektorem publicznym i prywatnym. Współpraca z Amazon zasługuje na szczególne wyróżnienie, ponieważ firma okazała się ważnym partnerem, którego wkład pozwolił pogłębić wiedzę o tym zjawisku i opracowywać nowe strategie działania.”

**Włoskie Ministerstwo
Spraw Wewnętrznych
– Departament
Bezpieczeństwa
Publicznego –
Centralna Dyrekcja**

Eliminacja podróbek ze wszystkich części łańcucha dostaw

Walka z nieautentycznymi produktami jest problemem globalnym, który dotyczy wszystkich kanałów sprzedaży detalicznej. Amazon chce mieć pewność, że w przypadku wykrycia podróbki zostanie ona odpowiednio wyeliminowana, aby uniemożliwić jej odsprzedaż w innej części łańcucha dostaw. Daje to gwarancję zakupu autentycznych produktów przez klientów nie tylko podczas robienia zakupów na Amazon, ale też w innych serwisach. To również istotny czynnik odstraszający, uniemożliwiający podmiotom podrabiającym produkty czerpanie z nich korzyści w innym miejscu.

W 2021 r. wykryliśmy, przejęliśmy i wyeliminowaliśmy ponad 3 mln nieautentycznych produktów, zapobiegając negatywnym konsekwencjom dla klientów lub ponownej sprzedaży towaru w innej części łańcucha dostaw. Między innymi zatrzymywaliśmy nieautentyczne produkty przesyłane do centrów logistycznych Amazon w celu dalszej wysyłki. We współpracy z markami i organami ścigania ustalamy również położenie magazynów oraz fabryk produkujących nieautentyczne produkty, aby doprowadzić do ich zamknięcia.

Wymiana najlepszych praktyk i wspólne doskonalenie

Amazon współpracuje z wiodącymi stowarzyszeniami branżowymi i organizacjami non-profit, aby ulepszać realizowane programy i dzielić się najlepszymi praktykami. Dzięki temu inne podmioty mogą działać skuteczniej, identyfikować trendy, testować nowe rozwiązania i ostatecznie lepiej chronić klientów i marki. Poniżej przedstawiamy kilka tego rodzaju partnerstw.

„Dzięki zaangażowaniu zespołu ochrony marek i jednostki ds. zwalczania podróbek (CCU), Amazon nieustannie rozwija imponujący system ochrony własności intelektualnej. Są otwarci na informacje zwrotne i wprowadzają zmiany na lepsze dla właścicieli praw. Dzięki ścisłej współpracy z Amazon przekonaliśmy się, że nieustannie doskonalą swoje narzędzia do egzekwowania prawa i inwestują w rozwój programów, które proaktywnie chronią marki”.



„Federacja Confindustria Moda na przestrzeni lat zacieśniła współpracę z Amazon, którą w dalszym ciągu rozwija. Amazon wykazał silną wolę pomocy naszym członkom w obronie ich praw własności intelektualnej oraz ich marek. Doceniamy to, że Amazon kontynuuje wdrażanie systemu ochrony marek i nieprzerwanie wspiera firmy z branży odzieżowej w walce z podrabianymi produktami w internecie”.



„Współpraca między INDICAM i Amazon rozpoczęła się 4 lata temu. Początkowo musieliśmy budować zaufanie, ale przyświeca nam wspólny cel, którego realizacja doprowadziła do wymiernych ulepszeń oraz lepszych rezultatów. Nasze wspólne działania można zawsze dopracować, niemniej jednak jest to pozytywny krok we właściwym kierunku”.



„ACG stale współpracuje z Amazon, aby zapobiegać przedostawaniu się na rynek brytyjski i rynki międzynarodowe podrabianych produktów, które w coraz większym stopniu zagrażają konsumentom, naszym firmom i gospodarce. ACG i Amazon zacieśniają współpracę ze sobą, działając jeszcze skuteczniej. Rozwijająca się współpraca zapewnia pogłębioną wiedzę i buduje świadomość na temat sposobów funkcjonowania podmiotów podrabiających produkty, zapewniając możliwość skuteczniejszego przeciwdziałania przestępcom wykorzystującym do swojej działalności systemy internetowe”



Część 4:

Edukacja i wspieranie klientów

Gwarancja dla klienta

Pomimo naszych kompleksowych mechanizmów ochrony marek, nie jesteśmy doskonali i zdarzają się rzadkie przypadki zakupu nieautentycznego produktu przez klienta w naszym serwisie. Od dziesięcioleci w ramach naszej gwarancji „od A do Z” zapewniamy klientom pełny zwrot pieniędzy za każdy zakupiony przedmiot, niezależnie od tego, czy kupili go od Amazon, czy od sprzedawcy zewnętrznego. W 2019 r. poszliśmy jeszcze dalej. Jeśli ustalimy, że klient kupił podróbkę od Amazon lub od sprzedawcy zewnętrznego, proaktywnie kontaktujemy się z klientem, informujemy go, że kupił podrobiony produkt i zwracamy pełną kwotę zakupu – bez konieczności podejmowania przez klienta jakichkolwiek działań.

„Jestem dumna z ogromu pracy, jaką wykonujemy, zapobiegając naruszeniom praw, jednak najbardziej jestem dumny z naszego programu proaktywnego powiadamiania klientów i zwracania im pieniędzy po zakupie podrobionego produktu. Stworzyliśmy ten program, ponieważ odpowiednio chroni klientów i mam nadzieję, że inne serwisy internetowe zaczną wzorować się na Amazon”.



Annasara Purcell,
starsza radczyni prawna,
Amazon



Świadomość klienta

Przed świątecznym sezonem zakupowym w 2021 r. Amazon nawiązał współpracę z Globalnym Centrum ds. Polityki Innowacji (GIPC) amerykańskiej Izby Handlu oraz amerykańskim Urzędem Celnym (CBP), aby uczyć klientów na temat tego, jak bezpiecznie robić zakupy i uniknąć zakupu podróbek. Aby chronić klientów przed niebezpieczeństwem zakupu nieautentycznego produktu, w ramach kampanii przedstawiono 10 wskazówek, jak mądrze robić zakupy.

W trakcie **kampanii** Amazon, przedstawiciele CBP i GIPC udzielili wywiadów telewizyjnych dla ponad 200 mediów, docierając do konsumentów zamieszkujących miasta i miasteczka w całych Stanach Zjednoczonych. Ponadto do USPTO dołączyli dyrektorzy z Amazon, którzy opowiedzieli o naszych narzędziach i programach ochrony marek podczas dwóch seminariów internetowych przeprowadzonych w ramach rządowej inicjatywy STOPfakes.

„Coraz bardziej oczywiste staje się to, że aby w pełni chronić konsumentów, firmy nie mogą działać same. Potrzebują partnerów w postępie, zwłaszcza w ramach współpracy sektora publicznego i prywatnego. Rząd i branża mogą wspólnie dążyć do skuteczniejszego egzekwowania przepisów przeciwdziałających podrabianiu produktów”.

Kasie Brill,
wiceprezes ds. ochrony marek,
GIPC

Zdajemy sobie również sprawę, że coraz istotniejsze jest informowanie także młodszych klientów na temat podróbek. W 2021 r. Amazon ściśle współpracował z kampanią Unreal Międzynarodowego Stowarzyszenia Znaków Towarowych (INTA) i organizacją skautek z Los Angeles, realizując program edukacyjny dla konsumentów pod nazwą Unreal Patch Program, skierowany do tysięcy skautek w wieku od 13 do 18 lat.

W ramach tej współpracy młodzi uczestnicy programu mieli za zadanie stworzyć markę, zabezpieczyć wynalazek znakami towarowymi i wyjaśnić, co by to dla nich oznaczało, gdyby ktoś próbował ukraść ich pomysł. Po ukończeniu zadania skautka otrzymywała odznakę z limitowanej edycji. Celem programu Unreal Patch było promowanie przedsiębiorczości, a także roli autentyczności, znaków towarowych oraz marek.

„Wow! Cóż za wspaniała współpraca pomiędzy INTA i skautkami z Los Angeles (GSGLA), przy wsparciu Amazon!”

Etienne Sanz de Acedo,
INTA CEO



