



Brussel, 18.4.2013  
COM(2013) 209 final

**VERSLAG VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE  
RAAD**

**over de werking van het memorandum van overeenstemming over de internetverkoop  
van namaakgoederen**

(Voor de EER relevante tekst)

**VERSLAG VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE  
RAAD**

**over de werking van het memorandum van overeenstemming over de internetverkoop  
van namaakgoederen**

(Voor de EER relevante tekst)

## INHOUDSOPGAVE

|      |   |    |
|------|---|----|
| 1.   | Inleiding .....   | 4  |
| 2.   | Het MvO.....  | 5  |
| 2.1. | Een nieuwe coöperatieve benadering.....   | 5  |
| 2.2. | Reikwijdte en opzet van het MvO.....  | 6  |
| 2.3. | Zelfregulering op basis van het MvO.....  | 8  |
| 3.   | De werking en het effect van het MvO .....  | 9  |
| 3.1. | Het MvO laten functioneren.....   | 9  |
| 3.2. | Procedures voor kennisgeving en verwijdering – een hoeksteen van het MvO .....                              | 9  |
| 3.3. | Proactieve en preventieve maatregelen – een belangrijke maatregel om namaak doeltreffend te bestrijden..... | 11 |
| 3.4. | Recidivisten.....   | 12 |
| 3.5. | Samenwerking, waaronder de uitwisseling van informatie .....  | 14 |
| 3.6. | Consumentenvertrouwen, -informatie en -bescherming .....  | 15 |
| 3.7. | Externe communicatie en bewustmaking.....   | 16 |
| 3.8. | Benchmarking van de effecten van het MvO.....   | 16 |
| 4.   | Volgende stappen .....  | 18 |
|      | Bijlage: lijst van websites en merknamen waarop het MvO van toepassing is.....                              | 21 |
|      | Merken waarop het MvO van toepassing is .....   | 21 |
|      | Websites waarop het MvO van toepassing is.....  | 23 |

## 1. INLEIDING

Dit verslag bevat een beoordeling van de werking van het Memorandum van overeenstemming over de internetverkoop van namaakgoederen (mei 2011), hierna het “MvO” genoemd<sup>1</sup>.

De internetverkoop van namaakgoederen is schadelijk voor iedereen met legitieme belangen, waaronder internetplatforms, houders van intellectuele-eigendomsrechten en, eerst en vooral, consumenten. Internetverkoop van namaakgoederen is **een dynamisch fenomeen dat voortdurend verandert** en zich aanpast om in nieuwe bedrijfsmodellen te kunnen infiltreren. Ondernemingen die illegaal goederen namaken zijn geraffineerd; zij spelen in op strategieën die tegen namaak beschermen.

Het MvO heeft als doel een praktijkcode vast te stellen in de strijd tegen de internetverkoop van namaakgoederen en de samenwerking tussen de ondertekenaars ervan te verbeteren, zodat zij effectief op deze voortdurende dreiging kunnen inspelen. Algemeen wordt erkend dat **samenwerking veel beter is dan geschillenbeslechting**, die de doeltreffendheid van de markt niet verhoogd en evenmin het consumentenvertrouwen bevordert. Het voornaamste doel is vertrouwen in de markt te scheppen. Het MvO bevordert **het vertrouwen in de internetmarkt** door gedetailleerde maatregelen vast te stellen tegen de internetverkoop van namaakgoederen en door **een betere bescherming voor consumenten** die ongewild een vervalsing kopen.

Het MvO heeft zowel op de belangrijkste platforms voor elektronische handel betrekking als op de voornaamste merken op het gebied van consumptiegoederen met een hoge omzetsnelheid, consumentenelektronica, mode, luxe artikelen, sportartikelen, films, software, spelletjes en speelgoed, die allemaal op zowel mondiaal als regionaal niveau opereren<sup>2</sup>.

De ondertekenaars kwamen tijdens de beoordelingsperiode<sup>3</sup> regelmatig bijeen. Een samenvattend verslag van deze bijeenkomsten is gepubliceerd op de website van DG Interne markt en diensten<sup>4</sup>.

Dit verslag bevat een analyse van de vooruitgang met en de tenuitvoerlegging en de werking van het MvO en inventariseert de beoordeling door de ondertekenaars van de doeltreffendheid daarvan voor het terugdringen van de internetverkoop van namaakgoederen in de EU. Het

---

<sup>1</sup> Zoals bepaald in artikel 41 van het MvO, [http://ec.europa.eu/internal\\_market/iprenforcement/docs/memorandum\\_04052011\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/iprenforcement/docs/memorandum_04052011_en.pdf).

<sup>2</sup> Het MvO is ondertekend door: de Adidas groep, AIM (European Brands Association), de Allianz Deutscher Produzenten — Film & Fernsehen e.V., de Amer Sports groep, de Anti-Counterfeiting Group (ACG), Amazon, het International Bureau of Societies Managing Recording and Mechanical Reproduction Rights (BIEM), Burberry, Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy (BASCAP), eBay, de European Textile and Clothing Confederation (EURATEX), de Federation of Sports and Play Associations (FSPA), de Federazione Moda Italia, de Federation of the European Sporting Goods Industry (FESI), Gant AB, het Bundesverband der Schuhindustrie e.V., de Interactive Software Federation (ISFE), de International Video Federation (IVF), de Italian Association of Foreign Trade (AICE), Lacoste, de Lego groep, de LVMH groep, Mattel Inc, Microsoft, de MIH groep, de Motion Picture Association (MPA) EMEA, Nike, Nokia, Price-Minister — Rakuten groep, Procter & Gamble, Richemont, de Swedish Anti-Counterfeiting Group (SACG) en Unilever.

<sup>3</sup> Artikel 40 van het MvO bepaalt dat de ondertekening van het MvO (op 4 mei 2011) gevolgd wordt door een beoordelingsperiode van twaalf maanden. Hoewel oorspronkelijk de beoordelingsperiode op 12 maanden was gesteld, waren de ondertekenaars het er unaniem over eens dat deze periode met zes maanden moest worden verlengd om een algehele beoordeling van alle maatregelen uit het MvO mogelijk te maken.

<sup>4</sup> [http://ec.europa.eu/internal\\_market/iprenforcement/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/iprenforcement/index_en.htm)

beperkt zich uitsluitend tot het MvO en heeft geen betrekking op aanverwante algemene beleidskwesties.

Het laat zien dat de met **het MvO gekozen benadering werkt, maar benadrukt ook dat internetplatforms en houders van rechten alert en waakzaam moeten blijven**. Het verslag bevat de conclusie dat het MvO nog eens twee jaar van kracht moet zijn en dat het lidmaatschap ervan moet worden uitgebreid. De Commissie neemt verdere maatregelen in overweging om de strijd tegen het namaken van goederen breder aan te gaan en komt wellicht later dit jaar met een initiatief.

## 2. HET MVO

### 2.1. Een nieuwe coöperatieve benadering

Zowel in haar mededeling uit 2009 inzake een versterkte handhaving van intellectuele-eigendomsrechten in de interne markt<sup>5</sup> en haar mededeling uit 2011 inzake een eengemaakte markt voor intellectuele-eigendomsrechten<sup>6</sup> heeft de Commissie het belang voor de bestrijding van namaak onderstreept van een op vrijwilligheid en samenwerking gebaseerde aanpak door houders van intellectuele-eigendomsrechten en andere belanghebbenden, zoals internetplatforms, groot- en detailhandelaars, consumenten en handelsverenigingen.

In de mededeling uit 2009 werd ervan uitgegaan dat **veeleer samenwerking dan geschillenbeslechting** de overheersende benadering moet worden van de belanghebbenden, die in een zich snel ontwikkelende technologische en commerciële omgeving opereren. Als een werkmethode om te komen tot mogelijk vrijwillige overeenkomsten, werden **dialogen met belanghebbenden** voorgesteld, dat wil zeggen constructieve dialogen die zich richten op concrete problemen en werkbare en praktische oplossingen, die realistisch, evenwichtig, evenredig en billijk voor alle betrokkenen moeten zijn. Een dergelijke gemeenschappelijke, inclusieve en op participatie gebaseerde benadering past goed bij de agenda voor betere regelgeving van de Commissie.

In het kader van dit MvO is de Commissie een nieuwe rol gaan vervullen als facilitator van dergelijke dialogen, door het bieden van administratieve en logistieke ondersteuning en door het waar nodig zorgen voor een billijk evenwicht tussen de verschillende belangen die op het spel staan, met name de legitieme rechten en verwachtingen van EU-burgers.

De faciliterende rol van de Europese Commissie waarborgt ook dat dergelijke dialogen met belanghebbenden en de mogelijk daaruit voortvloeiende overeenkomsten transparant en volledig in overeenstemming met het bestaande rechtskader zijn en de fundamentele rechten en vrijheden nauwgezet eerbiedigen.

Zowel het Europees Parlement<sup>7</sup> als de Raad<sup>8</sup> ondersteunden deze benadering van de Commissie.

---

<sup>5</sup> COM(2009) 467 definitief van 11.09.2009: Voor een versterkte handhaving van intellectuele-eigendomsrechten in de interne markt.

<sup>6</sup> COM(2011) 287 definitief van 24.05.2011: Een eengemaakte markt voor intellectuele eigendomsrechten - Creativiteit en innovatie bevorderen met het oog op economische groei, kwaliteitsjobs en eersteklasproducten en -diensten in Europa.

<sup>7</sup> Resolutie van het Europees Parlement van 22 september 2010 over versterkte handhaving van intellectuele-eigendomsrechten in de interne markt; <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&language=NL&reference=P7-TA-2010-0340>.

<sup>8</sup> Resolutie van de Raad van 1 maart 2010 over versterkte handhaving van intellectuele-eigendomsrechten in de interne markt, PB C 56 van 6.3.2010, blz. 1.

Als een eerste voorbeeld van de coöperatieve benadering lanceerde de Commissie een dialoog met belanghebbenden over de internetverkoop van namaakgoederen, die resulteerde in een MvO waarbij 33 ondernemingen en handelsverenigingen waren betrokken en die op 39 verschillende websites betrekking had.

## 2.2. Reikwijdte en opzet van het MvO

Internethandel biedt ondernemingen en consumenten nog nooit vertoonde mogelijkheden om goederen te kopen en verkopen, nationaal, over de interne grenzen van de interne markt heen en internationaal. Binnen de interne markt vermindert het internet grensoverschrijdende handelsbelemmeringen.

Helaas is het internet ook een van de voornaamste kanalen voor namaakgoederen geworden. De meeste elektronische handel via internetplatforms is volledig legaal. Handelaren die illegaal of op frauduleuze wijze in namaakgoederen handelen, exploiteren echter ook de voordelen van elektronische handel voor het rechtstreeks aanbieden van namaakgoederen aan consumenten. Sommige ondertekenaars wijzen bijvoorbeeld op een nieuwe generatie van (kleinschalige) aanbieders van namaakgoederen die goedkoop en in bescheiden hoeveelheden namaakgoederen verwerven via internetsites of via meer traditionele distributiekanaalen en deze goederen vervolgens via het internet te koop aanbieden. Noch de oorspronkelijke verkoper van de goederen noch de namaakgoederen bevinden zich noodzakelijkerwijze op het grondgebied van de EU. Legale internetplatforms en houders van rechten die verkopers en kopers diensten aanbieden, kunnen dus het slachtoffer worden van handelaren in namaakgoederen, ten detrimente van consumenten, houders van rechten, aanbieders van internetdiensten, de economie en de samenleving.

Vóór de totstandkoming van het MvO namen internetplatforms en houders van rechten al maatregelen tegen de internetverkoop van namaakgoederen, maar als gevolg van het lanceren van de dialoog met de belanghebbenden is er een algemeen inzicht ontstaan dat er meer mogelijk is.

Het MvO legt de nadruk op **het ontwrichten en ontmoedigen van de aanbodzijde van de markt voor namaakgoederen**, dat wil zeggen: het tracht het aanbod via het internet van namaakgoederen zo snel mogelijk te elimineren. Het biedt evenredige, ontmoedigende maatregelen tegen degenen die bij herhaling namaakgoederen proberen te verkopen. Bovendien probeert het een betere bescherming te bereiken van consumenten die onbedoeld een vervalsing kopen, of van legale verkopers van goederen, die het gevoel kunnen hebben dat zij met onevenredige beperkingen of vertragingen te maken hebben bij het via het internet te koop aanbieden van een product.

Het MvO bevordert een strategie die op drie verdedigingslijnes is gebaseerd. Met deze lijnes wordt getracht ervoor te zorgen dat illegaal aanbod niet op het internet verschijnt: en dat, wanneer dat toch gebeurt, dit zo snel mogelijk van het internet wordt gehaald, en in elk geval snel genoeg om te voorkomen dat er nog meer transacties plaatsvinden. De maatregelen zijn allemaal tegelijkertijd en in real time werkzaam.

**Allereerst** is het erg belangrijk dat klanten, dat wil zeggen verkopers en kopers, **het fenomeen namaak, de daaraan verbonden risico's voor consumenten en de schadelijke gevolgen voor rechthebbenden begrijpen**. Klanten kunnen actief partij zijn bij de strijd tegen namaak. Internetplatforms hebben zich daarom ertoe verbonden om **aan potentiële verkopers en kopers eenvoudig toegankelijke informatie beschikbaar** te stellen, waar passend in samenwerking met de houders van rechten. Zij dienen duidelijk te maken dat het aanbieden van namaakgoederen illegaal is en voorzorgsmaatregelen voor te stellen die kopers moeten nemen om te voorkomen dat zij deze goederen kopen. Goed geïnformeerde verkopers

op internetplatforms moeten zich ertoe verbinden dergelijke goederen niet aan te bieden. Goed geïnformeerde consumenten dienen zich ervan bewust te zijn welke instrumenten en procedures moeten worden toegepast wanneer zij namaakgoederen hebben gekocht. Het MvO is volledig in overeenstemming met de recente consumentenagenda van de Commissie, die tussenpersonen en handelaren aanmoedigt om verder te gaan dan enkel de naleving van wetgeving en om zelfregulerende maatregelen te ontwikkelen voor een betere consumentenbescherming<sup>9</sup>.

De **tweede verdedigingslinie** betreft “**proactieve en preventieve maatregelen**” (PPM) als een tijdige en passende reactie op pogingen om namaakgoederen te verkopen, hetzij voordat het aanbod aan het publiek wordt gedaan, hetzij kort daarna. Door het nemen van dergelijke maatregelen proberen houders van rechten en internetplatforms het online-aanbod van vervalste goederen terug te dringen. Dergelijke maatregelen kunnen van technische en/of procedurele aard zijn en vergen vaak menselijke interventie. Zij zijn vaak specifiek voor de respectieve bedrijfsmodellen en de organisatie van de houders van rechten en/of de internetplatforms. Een voorbeeld van een PPM is het keuren van verkopers alvorens deze toestemming te geven om via een internetplatform te verkopen en, in bepaalde gevallen, de voortdurende beoordeling van hun prestaties. Doeltreffende PPM zijn vaak geavanceerd en vergen substantiële middelen en doeltreffende samenwerking tussen houders van rechten en internetplatforms. **Met PPM's wordt getracht ervoor te zorgen dat aangeboden namaakgoederen niet op het internet verschijnen.**

**In de derde plaats** kunnen namaakgoederen, ondanks klantenvoorlichting en PPM, het publiek toch nog via een internetplatform worden aangeboden. In dergelijke gevallen kunnen houders van rechten en klanten het betrokken internetplatform van het bestaan van een dergelijk aanbod in kennis stellen. Daardoor kan het platform passende maatregelen nemen, waaronder het verwijderen van de aangeboden goederen van de betrokken website. **Procedures voor kennisgeving en verwijdering zijn bedoeld om een eenvoudige, billijke en voortvarende wijze van verwijdering van aangeboden namaakgoederen van het internet mogelijk te maken.**

Het MvO vult deze maatregelen aan door **consumenten** een betere **bescherming** te bieden, onder meer door de mogelijkheid om onder bepaalde voorwaarden een vervangend product of terugbetaling te verkrijgen. Het MvO omvat ook **maatregelen ter ontmoediging van personen die bij herhaling inbreuk maken**. De ondertekenaars van het MvO hebben zich ertoe verbonden om samen te werken bij het opsporen van recidivisten. De internetplatforms verplichten zich ertoe om overeenkomstig hun interne richtsnoeren afschrikingsmaatregelen in te voeren en te doen naleven. Het beleid inzake recidive moet objectief en evenredig zijn en ten volle rekening houden met de omstandigheden van het geval. Bij de uitwisseling van informatie over recidivisten krachtens het MvO wordt wetgeving inzake gegevensbescherming volledig in acht genomen.

Consumenten moeten alle beschikbare informatie gebruiken wanneer zij internetaankopen doen, teneinde te voorkomen dat zij namaakgoederen kopen, maar kunnen desalniettemin schade lijden. Zij kunnen misleid zijn en onbedoeld namaakgoederen hebben gekocht en daardoor economisch of anderszins schade hebben geleden. Het MvO bevat een minimumreeks bepalingen inzake consumentenbescherming. De compensatie voor economische of andere schade hangt af van het beleid van de betrokken individuele ondertekenaars. Een consument kan ook hebben aangeboden om een vermeend

---

<sup>9</sup> Mededeling van de Commissie “Een Europese consumentenagenda - Vertrouwen en groei stimuleren, COM 2012/225 final.

namaakproduct te verkopen dat werd verwijderd, en schade hebben geleden wanneer deze verwijdering achteraf ongerechtvaardigd bleek.

Tot slot zorgt het MvO ervoor dat de ondertekenaars tijdens de beoordelingsperiode **jegens elkaar geen nieuwe geschillen aanhangig maken** over zaken waarop het MvO toepassing is. Dit moratorium inzake geschillen is een belangrijke bepaling die de wederzijdse verplichtingen van de ondertekenaars om in goed vertrouwen samen te werken, benadrukt.

### **2.3. Zelfregulering op basis van het MvO**

Vrijwillige samenwerking tussen een groot aantal belanghebbenden met verschillende belangen en bedrijfsmodellen is vaak moeilijk te realiseren. Het opbouwen van het vertrouwen dat voor het welslagen van een dergelijke samenwerking nodig is, vraagt tijd.

De aanloop naar de ondertekening van het MvO alsook de ondertekening zelf zijn essentiële stappen gebleken voor de totstandbrenging van een klimaat van wederzijds vertrouwen tussen de ondertekenaars. De gestructureerde dialoog stelde de belanghebbenden in staat een beter begrip te verkrijgen van hun respectieve punten van zorg alsook van hun technische, organisatorische en commerciële beperkingen. **Wederzijds vertrouwen is de bindende factor.** Zonder dat vertrouwen is vrijwillige samenwerking gedoemd te mislukken.

Andere kritische factoren voor succes waren:

- de duidelijke stimulans die voor elke ondertekenaar van de vrijwillige overeenkomst uitgaat;
- waarborgen in de overeenkomst om de essentiële belangen van elke ondertekenaar te beschermen, om rekening te houden met verschillende bedrijfsmodellen en verschillend commercieel beleid en om te zorgen voor rechtszekerheid, zodat weerstand binnen de respectieve organisaties overwonnen wordt;
- een duidelijk georiënteerde, vrijwillige overeenkomst met een duidelijk gedefinieerde doelstelling, gepaard aan duidelijk geformuleerde, realistische verplichtingen die evenredig over de partijen zijn verdeeld (“smart enforcement”);
- een hoog niveau van instemming en betrokkenheid binnen de ondernemingen die de overeenkomst ondertekenen;
- voldoende inherente flexibiliteit die aanpassingen aan veranderende omstandigheden mogelijk maakt zonder opnieuw over de overeenkomst te hoeven onderhandelen.

Bovendien heeft de **betrokkenheid van de “faciliterende” diensten van de Europese Commissie** de dialogen en onderhandelingen gestructureerd en gemotiveerd en belanghebbenden aangemoedigd om hindernissen te overwinnen. Politieke ondersteuning door nationale autoriteiten en parlementen kan ook een bijdrage leveren.

**Externe transparantie** vergroot de geloofwaardigheid en zorgt ervoor dat verantwoording moet worden afgelegd en verantwoordelijkheid moet worden gedragen jegens belanghebbenden, nationale autoriteiten en parlementen alsook jegens de samenleving in haar geheel. Deze transparantie kan ook nieuwe belanghebbenden aanmoedigen om zich bij de vrijwillige overeenkomst en de daardoor bevorderde beste praktijken aan te sluiten.



### 3. DE WERKING EN HET EFFECT VAN HET MvO

#### 3.1. Het MvO laten functioneren

Het MvO beperkt zich tot ondertekenaars die diensten en goederen aanbieden in de EU/EER. Om het toepassingsbereik van het MvO te verduidelijken, hebben de ondertekenaars vastgesteld op welke websites en merken het betrekking heeft (zie bijlage).

Er werd een lijst van **contactpunten** opgesteld om de communicatie tussen de ondertekenaars over beleidskwesties inzake het MvO te vergemakkelijken en om directe operationele contacten mogelijk te maken tussen de met de merkbescherming belaste personeelsleden van de houders van rechten in de verschillende lidstaten en de door de internetplatforms geëxploiteerde websites.

De beschikbaarheid van deze basisinformatie in een eenvoudig beschikbare en regelmatig bijgewerkte vorm heeft de ondertekenaars geholpen bij de toepassing van het MvO in de praktijk. Daardoor zijn ook de plaatselijke organisaties van de ondertekenaars zich bewust geworden van het MvO en het potentieel daarvan.

Internetplatforms en houders van rechten namen deel aan **bilaterale ontmoetingen** voor de totstandbrenging van contacten, de uitwisseling van informatie en de discussie over praktische aangelegenheden. Samen met het consistente gebruik van de respectieve programma's voor bescherming van rechten van de internetplatforms stelden deze ontmoetingen de ondertekenaars in staat hun kennis te bundelen, trends vast te stellen en, als resultaat daarvan, de verwijdering van verdacht aanbod te bespoedigen en zodoende de preventie te verbeteren.

In het algemeen hebben de partijen bij het MvO gesignaleerd dat het de **communicatie** tussen de ondertekenaars aanmerkelijk heeft **verbeterd**, zodat de samenwerking is bevorderd. In specifieke gevallen zijn er gezamenlijke maatregelen genomen, zoals snelle reacties op gevallen van plotseling toename van bepaalde namaakgoederen.

#### 3.2. Procedures voor kennisgeving en verwijdering – een hoeksteen van het MvO

Alle ondertekenaars zijn van mening dat procedures voor kennisgeving en verwijdering onmisbare maatregelen in de strijd tegen de internetverkoop van namaakgoederen zijn. In het kader van dit MvO zorgen regels inzake kennisgeving en verwijdering voor:

- i) een mechanisme ter verwijdering van individueel aangeboden goederen waarvan wordt beweerd dat zij zijn nagemaakt van de websites van de internetplatforms en
- ii) een mechanisme om internetplatforms te informeren over gebruikers die namaakgoederen verkopen (kennisgevingen inzake verkopers).

Dit is het belangrijkste instrument om toe te passen wanneer aangeboden goederen waarvan wordt beweerd dat zij illegaal zijn, online beschikbaar zijn geworden. Voorts hebben de ondertekenaars opgemerkt dat het MvO heeft aangetoond dat het nuttig is. Regels inzake kennisgeving en verwijdering mogen niet te dwingend zijn en moeten bepaalde mechanismen omvatten om misbruik van het systeem aan te kunnen pakken. Ondernemingen hebben hun eigen, pasklare methoden bedacht om inbreuken aan te pakken op hun websites.

Ondertekenaars maakten er melding van dat internetplatforms jaarlijks duizenden verzoeken in het kader van kennisgeving en verwijdering ontvangen, die op allerhande gronden zijn gebaseerd. In het kader van het MvO en overeenkomstig het EU *acquis*<sup>10</sup>, hebben de procedures voor kennisgeving en verwijdering ten doel het aanbod van goederen waarvan

---

<sup>10</sup> Richtlijn 2000/31/EG, Hoofdstuk II, afdeling 4; PB L178 van 17.7.2000, blz. 1.

wordt beweerd dat zij zijn nagemaakt, tijdig en effectief van de websites van de internetplatforms te verwijderen.

Vóór de totstandkoming van het MvO was er bij alle internetplatforms al sprake van bepaalde mechanismen voor kennisgeving en verwijdering, waarmee het houders van rechten en andere benadeelde personen en organisaties mogelijk/toegestaan was om melding te maken van vermoedelijke vervalsingen. Sommige konden gemakkelijk op websites worden gevonden, maar van veel andere procedures voor kennisgeving en verwijdering vond men dat zij niet naar tevredenheid functioneerden. Bovendien maakten zelfs niet alle houders van rechten gebruik van de beschikbare procedures voor kennisgeving en verwijdering. Kennisgevingen waren onvolledig, niet voldoende specifiek, moeilijk te verwerken en soms gericht op afzonderlijke objecten, maar ook wel op een heel gamma van producten. De follow-up van kennisgevingen varieerde al naar gelang het betrokken internetplatform en werd door de houders van rechten die kennis gaven, niet altijd bevredigend geacht. Aangeboden goederen werden in het geheel niet of te langzaam verwijderd of verschenen alweer snel opnieuw na te zijn verwijderd.

Sinds de introductie van het MvO heeft een aantal internetplatforms gemeld dat zij voor het verwijderen van een aanbod van het internet (ook wel “listing” genoemd) zo'n 24 uur, en soms zelfs tot wel 48 uur nodig hebben; andere internetplatforms hebben twee tot vijf uur nodig. Weer andere delen mee dat omstreden aangeboden goederen nog dezelfde dag of vroeg de volgende dag worden verwijderd. Houders van rechten hebben echter meegedeeld dat de snelheid waarmee een en hetzelfde internetplatform tot verwerking overgaat, per lidstaat kan verschillen.

Voorts hebben de internetplatforms erop gewezen dat zij een grote variatie hebben vastgesteld in het maandelijkse gemiddelde aantal kennisgevingen door bepaalde houders van rechten inzake namaakgoederen (variërend tussen één en een paar honderd). Sinds het MvO in werking trad, hebben zij zelden verzoeken om verwijdering verworpen en zelden om aanvullende informatie voor de verwerking van een kennisgeving hoeven te vragen: verzoeken om aanvullende informatie hebben gewoonlijk betrekking op kennisgevingen door houders van rechten die nog niet met de procedure voor kennisgeving en verwijdering vertrouwd waren. Sommige houders van rechten waren van mening dat in bepaalde gevallen overbodige details werden gevraagd. Wanneer een vermoedelijk illegaal aanbod eenmaal van het internet is verwijderd, stelt het internetplatform onder meer de betrokken verkoper daarvan op de hoogte, waarbij ook de redenen voor de verwijdering worden genoemd.

Kennisgevingen inzake gebruikers die namaakgoederen verkopen, zijn – in tegenstelling tot kennisgevingen inzake specifieke aangeboden goederen – betrekkelijk zeldzaam geweest. In het algemeen worden kennisgevingen inzake verkopers omslachtig gevonden, omdat zij bijna altijd een aanvullend onderzoek van elk afzonderlijk aangeboden goed vergen alvorens een besluit kan worden genomen. Aangezien recidivisten (verkopers van wie is vastgesteld dat zij te kwader trouw zijn) in elk geval zullen worden gestraft (na kennisgevingen inzake aangeboden goederen), worden kennisgevingen inzake verkopers niet geacht belangrijke voordelen te bieden. Een houder van rechten deelde daarentegen mee dat, hoewel de samenwerking bij de procedures voor kennisgeving en verwijdering efficiënt verloopt waar het om kennisgeving en verwijdering inzake goederen gaat, de mate waarin internetplatforms maatregelen nemen naar aanleiding van kennisgevingen inzake bij de verkoop van namaakgoederen betrokken verkopers, onduidelijk is.

De voorwaarden die de verschillende internetplatforms toepassen, verbieden duidelijk de verkoop van goederen waarmee inbreuk op de rechten van derden wordt gemaakt. Zij maken ook duidelijk dat de goederen waarmee inbreuk wordt gemaakt, verwijderd zullen worden.

Sommige internetplatforms verstrekken houders van rechten formulieren voor kennisgeving, hoewel deze beknopt zijn en in hoofdzaak ontworpen voor houders van rechten die niet bij het MvO zijn aangesloten. Hoewel de feitelijke verwerking van kennisgevingen een intern proces is, verschaffen de grotere internetplatforms online toelichtingen over de procedure voor kennisgeving en verwijdering. Deze dienen als een referentiepunt, met name voor houders van rechten die het MvO niet ondertekend hebben. Deze toelichtingen kunnen ook onderdeel uitmaken van het specifieke programma van het internetplatform voor de bescherming van rechten of van het onderdeel “help” van de website.

Sinds de inwerkingtreding van het MvO hebben alle ondertekenaars melding gemaakt van verbeteringen op al deze gebieden van de procedure voor kennisgeving en verwijdering. Verschillende internetplatforms hebben hun instrumenten en procedures op het gebied van kennisgeving en verwijdering herzien en vaak gestroomlijnd. Één internetplatform heeft zijn procedure voor kennisgeving en verwijdering opnieuw georganiseerd en op al zijn Europese sites een gemeenschappelijke procedure ingevoerd<sup>11</sup>.

**Houders van rechten deelden mee dat de procedure voor kennisgeving en verwijdering op de websites van de internetplatforms waarop het MvO van toepassing is, nu in het algemeen goed werkt<sup>12</sup>.** Voor houders van rechten is het echter vaak kostbaar om een monitoringprogramma in stand te houden.

### **3.3. Proactieve en preventieve maatregelen – een belangrijke maatregel om namaak doeltreffend te bestrijden**

Proactieve en preventieve maatregelen (PPM) zijn de maatregelen en procedures waarmee internetplatforms en houders van rechten kunnen voorkomen dat op het internet illegale goederen beschikbaar komen of die beschikbaarheid tot slechts een korte periode kan worden beperkt. Deze maatregelen en procedures verschilden niet alleen tussen de ondertekenaars, maar soms zelfs ook tussen de verschillende websites van een en hetzelfde internetplatform.

Volgens de ondertekenaars **lijken reactieve procedures voor kennisgeving en verwijdering op zich onvoldoende** om het probleem van de internetverkoop van namaakgoederen aan te pakken. Adequate proactieve waarborgen om te voorkomen dat namaakgoederen via internetmarktplaatsen worden aangeboden, zijn net zo belangrijk in de strijd tegen de internetverkoop van namaakgoederen.

Proactieve en preventieve maatregelen zijn nauw gerelateerd aan de individuele bedrijfsmodellen en -praktijken van de betrokken internetplatforms en houders van rechten. Zij vormen een van de manieren waarop internetplatforms zichzelf kunnen onderscheiden van hun concurrenten op de markt. Zij kunnen de tevredenheid en het vertrouwen van klanten ten aanzien van de op een bepaalde website aangeboden goederen aanzienlijk beïnvloeden. Verschillende internetplatforms zijn betrekkelijk transparant over hun PPM. Internetplatforms hebben ook aangegeven dat PPM vaak verfijnd moeten zijn en zich snel aan veranderende omstandigheden moeten kunnen aanpassen, willen zij doeltreffend blijven. PPM zijn daarom vaak kostbaar om uit te voeren. Proactieve en preventieve maatregelen maken voor de

---

<sup>11</sup> Deze gemeenschappelijke procedure maakte het dit internetplatform mogelijk om nog meer websites onder de paraplu van het MvO te brengen.

<sup>12</sup> Deze conclusie gaat uitsluitend op voor procedures inzake kennisgeving en verwijdering in het kader van dit MvO en laat het functioneren van procedures inzake kennisgeving en verwijdering op andere gebieden van illegale inhoud of voor gevallen waarin geen sprake van ondertekening van het MvO is, onverlet. Met name laat zij de conclusies onverlet van de Commissie in het kader van het initiatief inzake meldings- en actieprocedures ([http://ec.europa.eu/internal\\_market/e-commerce/notice-and-action/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/notice-and-action/index_en.htm)).

rechthebbenden deel uit van de maatregelen waarmee zij hun merk beschermen en zijn nauw verbonden met hun strategieën en handelwijze op het gebied van merkbescherming.

Alle ondertekenaars hebben herhaaldelijk benadrukt dat het **delen van informatie tussen rechthebbenden en internetplatforms essentieel is voor de doeltreffendheid van PPM**. Verschillende ondertekenaars merkten op dat de doeltreffendheid van PPM in de tijd en naar gelang de verschillende websites van de internetplatforms leek te fluctueren, wat niet verrassend is gezien de behendigheid en het aanpassend vermogen van de personen die namaakgoederen proberen te verkopen. Het toont aan dat ondertekenaars steeds waakzaam moeten blijven en benadrukt de noodzaak van voortdurende samenwerking.

Een ondertekenaar deelde mee dat als gevolg van de ondertekening van het MvO de investering in PPM zowel was toegenomen als tot tastbare resultaten had geleid. Een internetplatform wees erop dat het thans meer potentieel problematische listings op basis van vrijwilligheid en proactief verwijderd dan reactief<sup>13</sup>.

PPM variëren van technische maatregelen, zoals de mogelijkheid voor een internetplatform om het gebruik van bepaalde steekwoorden of het aanbod van inhoud voordat deze is vrijgegeven, op te sporen, tot het delen van informatie met internetplatforms over indicatoren voor namaakproducten en de modus operandi van aanbieders van namaakgoederen. Sommige internetplatforms deelden mee dat zij bepaalde opsporingstechnologieën gebruiken en preventieve verwijdering toepassen.

Door het nemen van proactieve maatregelen om de verkoop van namaakgoederen te voorkomen, waren sommige ondertekenaars bezorgd dat zij geacht konden worden feitelijk op de hoogte te zijn van de illegale activiteiten, waardoor zij buiten de regeling voor vrijstelling van aansprakelijkheid van de richtlijn inzake elektronische handel zouden komen te vallen.

### 3.4. Recidivisten

Ingevolge punt 35 van het MvO moeten internetplatforms kennisgevingen inzake recidivisten in acht nemen en beleid invoeren en handhaven dat recidivisten ontmoedigt.

Met het recidivebeleid van de diverse internetplatforms worden in het algemeen ontmoedigingsmaatregelen beoogd (bijvoorbeeld een tijdelijke blokkering van een account) die op de verkoper zijn gericht (en niet slechts op het betreffende aanbod) nadat de tweede inbreuk heeft plaatsgevonden. Wanneer een verkoper opnieuw namaakgoederen blijkt aan te bieden, kunnen strengere ontmoedigingsmaatregelen worden toegepast. Alle internetplatforms hebben maatregelen ingevoerd waarmee kan worden voorkomen dat verkopers die zijn uitgesloten, zich opnieuw inschrijven.

Hoewel ontmoedigingsmaatregelen belangrijk en zelfs essentieel zijn, zijn er volgens de internetplatforms andere manieren om iets aan recidive te doen dan enkel de blokkering van een gebruikersaccount, zoals educatie, veiligheidsmaatregelen, negatieve prikkels of beperkingen.

Het ontmoedigingsbeleid is uiteengezet in de voorwaarden van het internetplatform op de betrokken website. Sommige internetplatforms geven de regeling ook nog eens beknopt weer in andere secties van hun website, zoals in het programma inzake de bescherming van rechten of de “help”-secties.

---

<sup>13</sup> Q3 2011: 65/35, dat wil zeggen dat 65 % van de verdachte listings met betrekking tot merken van ondertekenaars van het MvO proactief werden verwijderd tegenover 35 % reactief.  
Q3 2012: 80/20, dat wil zeggen dat 80 % van de verdachte listings met betrekking tot merken van ondertekenaars van het MvO proactief werden verwijderd tegenover 20 % reactief.

Internetplatforms voeren hun ontmoedigingsbeleid niet automatisch uit. Individuele correcties zijn soms noodzakelijk en worden voor zover passend geacht, doorgevoerd. Een verkoper die duidelijk te kwader trouw handelt, kan onmiddellijk uitgesloten worden, terwijl een recidivist die lang geleden voor het eerst op kleine schaal inbreuk maakte, een waarschuwing gegeven kan worden alvorens zijn account wordt geblokkeerd. Sommige internetplatforms bekijken per geval of sancties moeten worden opgelegd, zij het met dezelfde resultaten en doeltreffendheid. **Wanneer het erom gaat te beslissen welke ontmoedigingsmaatregelen moeten worden genomen, moet met verschillende aspecten rekening worden gehouden,** zoals de ernst van de beleidsschending, het aantal beweerdelijke inbreuken, de herhaling van de inbreuk, de tijd die sinds de eerste inbreuk is verstreken, feedback van de verkoper, bewoordingen waaruit een duidelijke bedoeling blijkt, de omvang van legale bedrijfsactiviteiten alsook ander meer verdacht gedrag, zoals pogingen om ontdekking te voorkomen. **Als gevolg daarvan is het niet mogelijk geweest om een enkele, uniforme definitie van ontmoedigingsmaatregelen vast te stellen.**

Communicatie tussen houders van rechten en de internetplatforms is ook hier weer cruciaal voor de tenuitvoerlegging van een effectief recidivebeleid. Internetplatforms hebben informatie nodig van de betrokken houders van rechten; anders is hun recidivebeleid minder doeltreffend. Verschillende internetplatforms hebben speciale rapporteringsinstrumenten ontwikkeld en deze voor houders van rechten beschikbaar gemaakt om de wederzijdse uitwisseling van informatie, waaronder feedback aan de kennisgevende houder van rechten, te vereenvoudigen, met inachtneming van de legitieme belangen van de betrokken personen.

Ontmoedigingsmaatregelen hebben een direct effect op verkopers, ongeacht of ze gerechtvaardigd zijn: verlies van de mogelijkheid het betreffende object te verkopen, tijdsinvestering in verplichte opleiding of aanvullende veiligheidsmaatregelen; verlies van een speciale vertrouwensstatus, die tot een lager consumentenvertrouwen leidt en dus tot lagere gemiddelde verkoopprijzen; verkooprestricties waardoor ondernemingen worden beperkt, zouden tot surplusvoorraden, vergeefse investeringen en economische verliezen kunnen leiden; permanente blokkeringen kunnen hele ondernemingen (en dus ook hun werknemers en zakenpartners) in gevaar brengen. **Internetplatforms passen daarom ontmoedigingsmaatregelen terughoudend en met de nodige omzichtigheid toe.**

Recidivebeleid is voor houders van rechten erg belangrijk omdat hen door recidivisten de meeste schade wordt berokkend, met name wanneer deze door misleidende praktijken in staat zijn om in namaakgoederen te blijven handelen. **Houders van rechten blijven op het standpunt staan dat er recidivisten zijn die al geruime tijd op verschillende internetplatforms en onder een reeks namen namaakgoederen hebben verkocht.** Houders van rechten maken bij internetplatforms melding van recidivisten op grond van hun eigen onderzoek; daarbij gaat het ook om het opnieuw verschijnen van aangeboden goederen die eerder verwijderd waren. Houders van rechten kunnen echter niet altijd recidivisten opsporen en vervolgens identificeren, bijvoorbeeld omdat de betrokken website niet aan de hand van de gegevens van de verkoper kan worden doorzocht.

**Van internetplatforms wordt gedacht dat zij, hetzij op eigen initiatief hetzij op instigatie van de betrokken houder van rechten, voortvarender optreden tegen recidivisten dan voorheen,** maar zij gaan op hun eigen oordeel af en houden rekening met alle specifieke omstandigheden van het geval<sup>14</sup>. Niet alle kennisgevingen inzake recidivisten worden dus

<sup>14</sup> Een internetplatform gaf in zijn jaarverslag over zijn strijd tegen namaakgoederen aan dat het in 2011 1715 accounts heeft gesloten, wat getalsmatig een toename inhoudt van 14% ten opzichte van 2010. Een ander internetplatform sloot enkele duizenden verkopers van goederen van ondertekenaars van het MvO af tijdens het derde kwartaal van 2012 of beperkte deze rigoureuus. Ook dit doet een toename ten opzichte van dezelfde periode in het voorgaande jaar vermoeden.

gevolgd door de blokkering of opheffing van een account. Sinds de inwerkingtreding van het MvO zijn internetplatforms tegenover houders van rechten transparanter geworden over hun ontmoedigingsbeleid en de toepassing daarvan. Sommige internetplatforms en houders van rechten wisselen bilateraal informatie over individuele gevallen uit, maar dit lijkt niet algemeen gebruikelijk te zijn.

Alle internetplatforms hebben technische en procedurele maatregelen ingevoerd voor het opsporen van recidivisten en om te voorkomen dat uitgesloten recidivisten zich opnieuw op hun websites inschrijven. Dergelijke pogingen kunnen slechts tot op zekere hoogte slagen vanwege de heimelijke handelwijze van malafide verkopers. Alleen een grotere wederzijdse uitwisseling van informatie en rechtstreekse samenwerking tussen internetplatforms en houders van rechten kan de situatie verbeteren.

Ondertekenaars investeren in instrumenten en praktijken om recidivisten te bestrijden. Met betrekking tot het afgelopen jaar laten deze gezamenlijke inspanningen steeds betere resultaten zien. In sommige gevallen zijn opmerkelijke successen bereikt<sup>15</sup>. Niettemin kan een grotere inspanning om de praktische uitvoering te verduidelijken, nuttig blijken om de concrete resultaten van maatregelen tegen recidivisten te verbeteren.

### **3.5. Samenwerking, waaronder de uitwisseling van informatie**

Samenwerking en uitwisseling van informatie is van wezenlijk belang voor de doeltreffendheid van PPM. **Alle internetplatforms hebben hun IER-beleid vastgesteld en op hun respectieve websites gepubliceerd.** Zij delen allemaal duidelijk de bijzonderheden van hun beleid mee. Dit beleid komt ook duidelijk tot uitdrukking in de voorwaarden voor het gebruik van de betrokken sites en in de overeenkomsten met de verkopers. Alle internplatforms zorgen voor de naleving van hun IER-beleid.

**Verschillende internetplatforms hebben speciale samenwerkingsprogramma's op het gebied van de bescherming van rechten ontwikkeld,** die vaak de basis vormen voor verdere samenwerking tussen het betrokken internetplatform en merkhouders in het algemeen. De deelname van houders van rechten aan deze programma's verschilt per website. **Sinds de inwerkingtreding van het MvO zijn verschillende houders van rechten aan deze programma's gaan deelnemen, al naar gelang hun specifieke behoeften**<sup>16</sup>.

Het MvO sluit niet uit dat ondertekenaars andere of meer gedetailleerde informatie uitwisselen, bijvoorbeeld op bilaterale basis en volgens aanvullende voorwaarden. Een aantal internetplatforms heeft statistische analyses openbaar gemaakt van (proactief dan wel na ontvangst van een verzoek in het kader van de procedure voor kennisgeving en verwijdering) verwijderd aanbod en deze informatie is nuttig gebleken. Internetplatforms hebben samen besloten om op verzoek de identiteit en contactgegevens van vermoedelijke inbreukmakers openbaar te maken, voor zover dit op grond van de toepasselijke wetgeving inzake

---

<sup>15</sup> Verschillende rechthebbenden constateerden op een aantal internetplatforms een afname van het aantal recidivisten. Een rechthebbende merkte zelfs op dat op een belangrijk internetplatform het aantal recidivisten met betrekking tot zijn merken met 50% was afgenomen.

<sup>16</sup> Bij een internetplatform zijn alle houders van rechten inmiddels deel gaan nemen aan het programma voor de bescherming van rechten. Bij een ander internetplatform zijn verschillende houders van rechten die veel schade lijden door namaakgoederen, deel gaan nemen sinds de inwerkingtreding van het MvO; anderen passen procedures inzake kennisgeving en verwijdering toe zonder formeel aan het programma voor de bescherming van rechten deel te zijn gaan nemen; een minderheid neemt geen deel aan het programma en past evenmin de procedure inzake kennisgeving en verwijdering toe.

gegevensbescherming is toegestaan. Slechts in een geval zijn er door ondertekenaars problemen gemeld in verband met dit aspect van het MvO<sup>17</sup>.

### 3.6. Consumentenvertrouwen, -informatie en -bescherming

**Consumentenvertrouwen is een cruciale succesfactor voor alle ondertekenaars.** Alle ondertekenaars streven er dan ook naar consumenten naar behoren tegen namaakgoederen te beschermen en manieren te vinden om consumenten die te goeder trouw en onbedoeld namaakgoederen hebben gekocht, schadeloos te stellen.

Alle internetplatforms informeren consumenten over de beste manier om veilig van hun diensten gebruik te maken en zich bewust van verdacht aanbod te zijn.

**Alle belangrijke internetplatforms hebben regelingen voor schadevergoeding.** Deze regelingen ter bescherming van kopers zijn echter alle zeer verschillend qua reikwijdte en procedures. Een internetplatform biedt bijvoorbeeld een volledige garantie tegen namaakgoederen aan en houdt het geld onder zich tot de transactie naar de volle tevredenheid van de koper is voltooid. Naast terugbetaling via de online-betalingsregeling compenseren internetplatforms consumenten via hun eigen regeling voor de bescherming van kopers of op grond van een algemeen retourneringsbeleid. Diverse internetplatforms helpen consumenten om van de betrokken verkoper terugbetaling te verkrijgen. In dit verband moet worden opgemerkt dat de EU-wetgeving minimumregels bevat ter bescherming van consumenten die namaakgoederen van professionele verkopers kopen. In gevallen waarin een internetplatform als een professionele verkoper handelt, geeft Richtlijn 1999/44/EG betreffende de verkoop van en de garanties voor consumptiegoederen consumenten het recht om de goederen te laten vervangen door een echt product of, wanneer dat niet mogelijk is, terugbetaling te verkrijgen.

Houders van rechten die niet bij een bepaalde verkoop betrokken zijn, worden vaak benaderd door teleurgestelde consumenten die namaakgoederen hebben gekocht<sup>18</sup>. Het spreekt voor zich dat houders van rechten geen algemene plicht hebben om schadevergoeding aan te bieden of om de consument bij te staan om verhaal trachten te halen. Een aantal houders van merken verricht echter speciale inspanningen.

Verschillende internetplatforms moedigen consumenten systematisch aan om namaakgoederen bij de lokale rechtshandavingsinstanties te melden. Sommige nationale autoriteiten, zoals instanties voor mededingingstoezicht en consumentenbescherming, zijn ook genegen om vermoedelijke schendingen van consumentenbescherming te melden, zoals misleidende reclame, oneerlijke handelspraktijken en schending van etiketteringsvoorschriften.

Alle ondertekenaars waren het erover eens dat de verbetering van consumentenbescherming een van de voornaamste doelstellingen van het MvO is. De ondertekenaars hebben geen enkele negatieve feedback van consumenten gemeld<sup>19</sup>. Een internetplatform deelde zelfs mee dat het aantal meldingen met negatieve feedback inzake verkopers en claims van ontevreden burgers sinds begin 2011 met 30% was afgenomen.

---

<sup>17</sup> Zie voor meer achtergrondinformatie ook de opmerkingen van de EDPS van 13 september 2012 over de openbare raadpleging door DG Markt over de procedures voor de aangifte en bestrijding van illegale inhoud op servers van providers; [http://www.edps.europa.eu/EDPSWEB/webdav/site/mySite/shared/Documents/Consultation/Opinions/2012/12-09-13\\_e-privacy\\_EN.pdf](http://www.edps.europa.eu/EDPSWEB/webdav/site/mySite/shared/Documents/Consultation/Opinions/2012/12-09-13_e-privacy_EN.pdf).

<sup>18</sup> Typische voorbeelden zijn elektronische huishoudelijke apparaten die niet werken of slecht op maat gemaakte sporthemden waarover de koper zich bij de vermeende fabrikant beklaagt. Bij nadere beschouwing blijkt het betrokken product niet door de fabrikant te zijn vervaardigd, maar nagemaakt te zijn.

<sup>19</sup> Geen enkele organisatie op het gebied van consumentenbescherming heeft het MvO ondertekend.

### 3.7. Externe communicatie en bewustmaking

**Handelsverenigingen** spelen een belangrijke rol bij het bereiken van de doelstellingen van het MvO. Verschillende handelsverenigingen hebben een rol gespeeld bij de totstandbrenging van constructieve relaties tussen houders van merken en internetplatforms. Terwijl sommige handelsverenigingen ook daadwerkelijk namens hun leden de eerbiediging van rechten afdwingen en ze allemaal ook de belangen van hun leden vertegenwoordigen en de gezamenlijke standpunten coördineren die namens hun leden inzake het MvO moeten worden ingenomen, spelen handelsverenigingen een centrale rol waar het gaat om de verspreiding van de ideeën die aan het MvO ten grondslag liggen en om het aansporen van hun leden om de beginselen daarvan te eerbiedigen. De meeste handelsverenigingen hebben via updates van hun website, e-mailcirculaires aan de leden en informatiesessies tijdens hun conferenties bekendheid gegeven aan de vooruitgang die met het MvO is geboekt en de voordelen ervan.

De ondertekenaars erkennen dat het van belang is om nationale **autoriteiten** te blijven betrekken bij de strijd tegen de internetverkoop van namaakgoederen en om IER-instanties alsook de leden van het Europees Parlement volledig op de hoogte te houden van het MvO en de daarmee verband houdende ontwikkelingen. Zij beklemtoonden allemaal de voordelen die het heeft wanneer na de vaststelling van dit verslag nog meer aan een dergelijke bewustwording wordt gedaan.

Op EU-niveau is in de relevante beleidsmededelingen naar het MvO verwezen<sup>20</sup>. Ook op het niveau van de lidstaten zijn dergelijke initiatieven tot stand gekomen<sup>21</sup>. Op internationaal niveau wordt bekendheid aan het MvO gegeven op internationale fora als de WIPO<sup>22</sup> en de WHO, alsook in discussies met de voornaamste handelspartners van de EU.

### 3.8. Benchmarking van de effecten van het MvO

De ondertekenaars hebben de Commissie ten behoeve van dit verslag een aanzienlijke hoeveelheid gegevens verstrekt die de werking van het MvO en het effect daarvan op hun onderneming aantonen. De meeste gegevens worden als betrouwbaar beschouwd vanwege hun commercieel gevoelige aard en kunnen dus niet rechtstreeks worden aangehaald.

Ondanks alle inspanningen **worden op de websites van alle internetplatforms nog namaakgoederen aangeboden**. De verkopers van namaakgoederen zijn behendiger geworden in het zodanig aanbieden van hun goederen dat het niet altijd mogelijk is om aan het op het internet aangeboden te zien of het om een nagemaakt of een authentiek product gaat. Gelet daarop hebben op steekwoorden of afbeeldingen alsook op prijzen gebaseerde PPM hun beperkingen laten zien.

Veel ondertekenaars hebben geïnvesteerd in de ontwikkeling van geschikte indicatoren (zogenoemde **kernprestatie-indicatoren**) in een poging vooruitgang, implementatie en werking van het MvO op een betrouwbare en transparante wijze te meten. Omdat dergelijke

<sup>20</sup> COM(2012) 537 final van 26.09.2012: Steun aan culturele en creatieve sectoren ten behoeve van groei en banen in de EU;  
SWD(2012) 286 definitief van 26.09.2012: Competitiveness of the European High End Industries;  
COM(2012) 582 final van 10.10.2012: Actualisering van de mededeling over het industriebeleid — Een sterkere Europese industrie om bij te dragen tot groei en economisch herstel;  
COM(2012) 784 final van 18.12.2012: The Digital Agenda for Europe — Driving European growth digitally;  
Resolutie van het Europees Parlement van 11 december 2012 inzake het voltooiën van de digitale interne markt; P7-TA(2012)0468, punt 56.

<sup>21</sup> Bijvoorbeeld het Franse handvest inzake de strijd tegen namaakgoederen op het internet (2009), aangevuld met speciale handvesten met betrekking tot websites voor kleine advertenties en aanbieders van postdiensten (2012).

<sup>22</sup> [http://www.wipo.int/meetings/en/2012/sct\\_info\\_net\\_ge\\_12/index.html](http://www.wipo.int/meetings/en/2012/sct_info_net_ge_12/index.html).



indicatoren rekening moeten houden met de bijzondere kenmerken van verschillende bedrijfsmodellen alsook met de betrokken goederen en sectoren, was het niet mogelijk dat door de diverse ondertekenaars een enkele reeks indicatoren voor metingen werd gebruikt. Daardoor is het nog niet mogelijk geweest om totaalcijfers te verkrijgen die als kwantitatieve vector kunnen fungeren voor de beoordeling van en de informatieverstrekking over de effecten van het MvO.

Om trends inzake het aanbod van namaakgoederen op de respectieve sites van de internetplatforms in de gaten te houden, hebben diverse houders van rechten systematische **testaankoopprogramma's** uitgevoerd, die verschillende keren onder vergelijkbare omstandigheden zijn herhaald. Deze zijn voor het vaststellen van trends waardevol gebleken.

Één internetplatform deelde mee dat het sinds medio 2011 een opvallende daling (20%) had waargenomen in het aantal door houders van rechten aangespannen **procedures inzake kennisgeving en verwijdering**, wat vermoedelijk overeenkomt met een op het platform zichtbare afname van het aantal aangeboden verdachte goederen. Het stelde vast dat gedurende dezelfde periode het aantal proactieve verwijderingen van verdachte producten in het kader van zijn PPM bijna verdubbeld was. Een andere houder van rechten deelde mee dat inzake zijn merken in het afgelopen jaar bij internetproviders bijna 120 000 meldingen werden gemaakt van inbreukmakende inhoud, waarvan slechts 0,005% niet gerechtvaardigd bleek.

Een ander belangrijk internetplatform deelde mee dat in het derde kwartaal van 2012 van meer dan 8 600 verkopers de **account geblokkeerd of ernstig beperkt** werd nadat was gebleken dat zij verdachte goederen online hadden gezet die een merk van ondertekenaars van het MvO droegen. Hoewel er met betrekking tot dezelfde perioden in voorgaande jaren geen specifiek op ondertekenaars van het MvO betrekking hebbende statistische gegevens beschikbaar zijn, doet een voorzichtige extrapolatie van deze cijfers vermoeden dat er ten opzichte van voorgaande jaren een toename heeft plaatsgevonden. Een houder van rechten meldde dat sinds de totstandkoming van het MvO het aantal recidivisten per kwartaal is gehalveerd. Een andere houder van rechten maakte ook melding van een aanzienlijke afname van het aantal recidivisten dat nog steeds op dezelfde internetplatforms actief is. In mei 2012 was 15,7 % van de recidivisten actief geweest; in augustus 2012 werd slechts 5% van de recidivisten geregistreerd.

Het effect van het MvO op de feitelijke aanwezigheid van aangeboden namaakgoederen op de websites van de internetplatforms is volgens de verslagen van de ondertekenaars variabel geweest. **Een rechthebbende maakte gewag van een daling op een belangrijk internetplatform van 40% in de namaak van een specifieke productcategorie tot een constante 0%.** Dezelfde houder van rechten meldde een algemene afname van namaakgoederen op de sites van een ander belangrijk internetplatform. Een andere houder van rechten meldde een afname met 50% van het aantal frauduleuze verkopers en een afname met 30% van het aantal aangeboden illegale goederen op hetzelfde internetplatform. Weer een andere telde gedurende een week in de herfst van 2012 ongeveer 12 000 op een bepaald internetplatform actieve individuele verkopers van goederen met zijn merk, waarvan in totaal 9 % op de vijf voornaamste EU-markten in namaakgoederen handelde. Deze resultaten laten zien dat de verkoop van namaakgoederen ertoe neigt zich te verplaatsen naar internetplatforms met een minder streng handhavingsbeleid (waarom het MvO meestal niet van toepassing is), wat erop kan wijzen dat het MvO goede praktijken bevordert en moet worden uitgebreid tot nieuwe ondertekenaars wil het als vrijwillige maatregel effectief blijven.

Slechts een internetplatform deelde cijfers mee inzake meldingen van **slechte koperservaringen** (een afname met 30% sinds begin 2011).

Verslagen van de ondertekenaars laten zien dat ondernemingen onderling een verschillende prioriteit toekennen aan de actieve bestrijding van namaakgoederen. Deze prioriteiten blijken uit de toegekende **financiële en personele middelen**. Merkbescherming is kostbaar. Een houder van rechten deelde mee dat hij meer dan 3 miljoen EUR per jaar aan maatregelen voor merkbescherming besteed, onder andere voor het toezicht op internetdiensten en de melding van inbreukmakend aanbod. Een internetplatform rapporteerde een totaal aan personeelskosten voor zijn programma voor de bestrijding van namaakgoederen van dezelfde orde van grootte. Een andere belangrijke houder van rechten stelde jaarlijkse kosten ten bedrage van 1 miljoen EUR te hebben. Aan het andere einde van het spectrum bevindt zich een merkhouders die beweerde slechts een paar duizend EUR per jaar te spenderen aan maatregelen voor merkbescherming. Internetplatforms lijken een aanzienlijk bedrag van hun middelen te investeren in maatregelen ter bestrijding van namaakgoederen. Meer dan een internetplatform deelde mee dat ongeveer 40 personeelsleden op de een of andere manier betrokken zijn bij maatregelen ter bestrijding van namaakgoederen. Een platform heeft een speciaal team ter bestrijding van namaakgoederen opgericht, dat het team dat zich met de betrekkingen met houders van rechten bezighoudt, operationeel ondersteunt. Alle internetplatforms blijven investeren in aanvullende computerfuncties op gebieden als procedures in het kader van kennisgeving en verwijdering, PPM, toezicht op en kennisgeving inzake recidivisten, alsmede klantenondersteuning. De bedragen die worden uitgegeven, zijn natuurlijk evenredig aan de omvang en het geografische bereik van het platform. Dit geldt mutatis mutandis voor individuele houders van rechten.

Verschiedende platforms maakten melding van een tamelijk aanzienlijke investering in **bewustmakingsactiviteiten**, zoals campagnes ter bestrijding van namaakgoederen in samenwerking met ontwerpers, educatieve workshops voor kleine en middelgrote ondernemingen en ook een jaarlijkse conferentie over de bestrijding van namaakgoederen. Handelsverenigingen houden zich ook actief bezig met de bewustmaking van hun leden. Sommige houders van rechten hebben op openbare conferenties over het MvO gesproken.

#### **4. VOLGENDE STAPPEN**

De internetverkoop van namaakgoederen is een bewegend doel. De door namakers gebruikte technologie en bedrijfsmodellen veranderen voortdurend. Internetplatforms en houders van rechten moeten dus **alert blijven** zodat zij indien nodig onmiddellijk passende maatregelen kunnen nemen.

Het MvO heeft zijn proefperiode doorstaan. Het functioneert naar tevredenheid doordat de ondertekenaars zich ertoe hebben verbonden het tot een succes te maken. Op dit moment is er **geen duidelijke noodzaak om de tekst van het MvO te wijzigen**. De vigerende bepalingen zijn dusdanig geformuleerd dat snel tegen nieuwe fenomenen kan worden opgetreden. Niettemin zijn er nog steeds verbeteringen mogelijk met betrekking tot de praktische uitvoering wil het uitgroeien tot de erkende “beste praktijk”.

Het blijkt dat vooruitgang in de strijd tegen de verkoop van namaakgoederen het best kan worden bereikt door dat wat al is bereikt te consolideren en het MvO nog beter te laten werken. De ondertekenaars hebben daarom de volgende aanpak op het oog:

**Verlenging van het MvO en een evaluatie ervan na nog eens twee jaar**

Op basis van de huidige versie van het MvO **verbinden de ondertekenaars zich ertoe het nog eens twee jaar lang toe te passen**<sup>23</sup>. **De ondertekenaars wensen** tijdens deze periode **tweemaal per jaar bijeen komen onder leiding van de Europese Commissie**. In het voorjaar buigt dan een plenaire vergadering zich over algemene beleidskwesties. Tijdens de najaarsbijeenkomst moet de nadruk op meer praktische kwesties liggen<sup>24</sup>.

De ondertekenaars van het MvO en de Europese Commissie zijn het erover eens dat zij **periodiek moeten evalueren** of het MvO nog geschikt is om de internetverkoop van namaakgoederen tegen te gaan. De Commissie zal daarom voor eind 2014 een tweede evaluatie plannen die analoog aan de onderhavige is. Tegen die tijd moet **een gezamenlijk kader inzake kernprestatie-indicatoren** zijn vastgesteld, waarmee kan worden vastgesteld in hoeverre de ondertekenaar hun toezeggingen zijn nagekomen.

De onderhavige evaluatie heeft laten zien dat er nog ruimte voor verbetering bij de uitvoering van het MvO mogelijk is. Er moeten **bilaterale bijeenkomsten** tussen de ondertekenaars blijven plaatsvinden zodat zij elkaar over specifieke kwesties kunnen informeren en gezamenlijk praktische oplossingen kunnen zoeken. Bovendien kan het, waar nodig, doeltreffend zijn om **de rol van de Commissie als katalysator** uit te breiden en deze zich tot **een meer bemiddelende functie** te laten ontwikkelen voor de oplossing van specifieke kwesties. Dit kan zinvol zijn waar het om gevoelige kwestie gaat die voor een beperkte groep ondertekenaars relevant zijn.

De ondertekenaars en de Europese Commissie zullen gezamenlijk een **verbeterde communicatiestrategie** ontwikkelen, die ertoe moet bijdragen zoveel mogelijk profijt te hebben van het MvO als een stap in de richting tot de totstandkoming van beste praktijken voor houders van rechten en internetplatforms ter beteugeling van het aanbod van namaakgoederen via het internet.

### **Uitbreiding van het lidmaatschap van het MvO**

Op basis van hun ervaringen tot nu toe zijn de ondertekenaars het erover eens dat het zinvol zou zijn om het **lidmaatschap van het MvO** ook **open te stellen** voor nieuwe internetplatforms, distributeurs, houders van rechten en handelsverenigingen. Uitbreiding van het MvO door het aanvaarden van nieuwe ondertekenaars, met name uit aanvullende sectoren of gebieden, die bereid en in staat zijn om aan de bepalingen ervan te voldoen, wordt als een wezenlijke volgende stap gezien om de doeltreffendheid ervan te vergroten. De nadruk moet liggen op ondernemingen en handelsverenigingen die kunnen bijdragen tot de verwezenlijking van de doelstellingen van het MvO en die voor toegevoegde waarde zouden zorgen.

Om beste praktijken te verspreiden en aansluiting bij het MvO te bevorderen, zullen de ondertekenaars en de Europese Commissie **internetplatforms en houders van rechten** die het MvO niet hebben ondertekend, **trachten te helpen** om hun bedrijfsprocessen en ondersteuningsinstrumenten waar nodig aan te passen. Het EU-waarnemingscentrum inzake inbreuken op IER moet daarbij ook een nuttige rol vervullen.

Teneinde **het consumentenbeschermingsaspect van het MvO te blijven verbeteren en ervoor te zorgen dat bij het gebruik van het MvO de fundamentele rechten rigoureu** **worden geëerbiedigd**, zal de Commissie blijven streven naar de betrokkenheid en bij

---

<sup>23</sup> Ingevolge artikel 44 van het MvO mag iedere ondertekenaar te allen tijde zijn deelname aan het MvO beëindigen door middel van een kennisgeving aan de andere ondertekenaars en de Europese Commissie.

<sup>24</sup> Artikel 42 van het MvO voorziet een verlenging van het MvO, na de evaluatieperiode, voor onbepaalde tijd, in combinatie met twee jaarlijkse bijeenkomsten en een periodiek Commissie-verslag.

voorkeur volledige deelname van representatieve consumentenorganisaties en groeperingen voor burgerrechten. Internetplatforms en houders van rechten moeten ook zoeken naar nieuwe wegen om de bescherming van consumenten nog beter te maken dan in het MvO al is overeengekomen.

**Bijlage: lijst van websites en merknamen waarop het MvO van toepassing is**

**Merken waarop het MvO van toepassing is**

**Adidas groep**

1. Adidas
2. Y-3
3. Reebok
4. Rockport
5. Taylor Made
6. CCM

**Allianz Amer Sports groep**

1. ARC'TERYX
2. MAVIC
3. SALOMON
4. SUUNTO
5. PRECOR
6. ATOMIC
7. WILSON
8. BONFIRE

**Burberry**

1. Burberry

**Gant**

1. GANT
2. GANT RUGGER

**Lacoste**

1. Lacoste

**Lego groep**

1. Lego

**LVMH groep**

1. Louis Vuitton
2. Dior Couture

**Mattel, Inc.**

1. Barbie
2. Hot Wheels

3. Fisher-Price
4. Matchbox
5. Corolle
6. UNO
7. Scrabble
8. Monster High

#### Microsoft

1. Microsoft
2. XBOX
3. Microsoft Windows
4. Microsoft Office
5. Microsoft Windows Server

#### Nike

1. NIKE
2. CONVERSE
3. UMBRO

#### Nokia

1. NOKIA
2. CONNECTING PEOPLE
3. VERTU
4. V

#### Procter & Gamble

1. Gillette
2. OralB
3. Olay

#### Richemont

1. Alfred Dunhill
2. Azzedine Alaia
3. Baume Mercier
4. Cartier
5. Chloe
6. IWC
7. Jaeger LeCoultre
8. Lancel
9. Lange & Sohne
10. Montblanc
11. Panerai
12. Piaget
13. Purdey
14. Roger Dubuis
15. Shanghai Tang
16. Vacheron Constantin

17. Van Cleef & Arpels

**Unilever**

1. Dove
2. Axe/Lynx
3. Sure/Rexona
4. Vaseline
5. Pond's
6. Radox
7. Duschdas
8. St Ives
9. Persil (Alleen Verenigd Koninkrijk, Ierland, Frankrijk; elders eigendom Henkel)
10. Surf
11. Omo
12. Comfort
13. Cif
14. Sunsilk
15. VO5
16. TRESemmé
17. Nexxus
18. Brylcreem
19. Knorr
20. Lipton
21. PG Tips
22. Slimfast
23. Signal
24. Close Up
25. Prodent
26. Mentadent
27. Pepsodent
28. Zwitsal
29. Fissan

**Websites waarop het MvO van toepassing is**

**MIH groep**

1. allegro.pl
2. aukro.bg
3. aukro.cz
4. aukro.sk
5. osta.ee
6. qxl.dk
7. qxl.no
8. ricardo.ch
9. ricardo.gr
10. teszvesz.hu
11. tuktuk.lt
12. vatera.hu

## **eBay**

1. ebay.at
2. ebay.be
3. ebay.ch
4. ebay.cz
5. ebay.de
6. eim.ebay.dk
7. eim.ebay.fi
8. ebay.fr (excl. Petites Annonces)
9. eim.ebay.gr
10. eim.ebay.hu
11. ebay.ie
12. ebay.it/classico (excl. rubrieksadvertenties)
13. ebay.nl
14. eim.ebay.no
15. ebay.pl
16. eim.ebay.pt
17. ebay.es/classico (excl. rubrieksadvertenties)
18. eim.eBay.se
19. ebay.co.uk

## **Price Minister/ Rakuten**

1. <http://www.priceminister.com>
2. <http://www.priceminister.fr>
3. <http://www.priceminister.es>

## **Amazon**

1. amazon.co.uk
2. amazon.fr
3. amazon.de
4. amazon.it
5. Amazon.es.