



Bruselj, 18.4.2013
COM(2013) 209 final

POROČILO KOMISIJE EVROPSKEMU PARLAMENTU IN SVETU
o delovanju Memoranduma o soglasju o prodaji ponarejenega blaga prek interneta

(Besedilo velja za EGP)

POROČILO KOMISIJE EVROPSKEMU PARLAMENTU IN SVETU

o delovanju Memoranduma o soglasju o prodaji ponarejenega blaga prek interneta

(Besedilo velja za EGP)

KAZALO

1.	Uvod.....	4
2.	Memorandum o soglasju.....	5
2.1.	Nov pristop sodelovanja.....	5
2.2.	Področje uporabe in struktura memoranduma o soglasju	5
2.3.	Samoregulacija na podlagi memoranduma o soglasju	7
3.	Delovanje in učinek memoranduma o soglasju	8
3.1.	Zagotavljanje učinkovitosti memoranduma o soglasju.....	8
3.2.	Postopki za prijavo in odstranjevanje – temelj memoranduma o soglasju	8
3.3.	Proaktivni in preventivni ukrepi – ključni ukrepi za učinkovit boj proti ponarejanju	10
3.4.	Večkratni kršitelji.....	11
3.5.	Sodelovanje, vključno z izmenjavo informacij.....	13
3.6.	Zaupanje, obveščanje in varstvo potrošnikov	13
3.7.	Zunanja komunikacija in ozaveščanje	14
3.8.	Merjenje učinkov memoranduma o soglasju	15
4.	Pogled v prihodnost.....	16
	Priloga: Seznam spletnih mest in blagovnih znamk, ki jih zajema memorandum o soglasju..	19
	Blagovne znamke, ki jih zajema memorandum o soglasju	19
	Spletna mesta, ki jih zajema memorandum o soglasju.....	21

1. UVOD

V tem poročilu je ocenjeno delovanje Memoranduma o soglasju o prodaji ponarejenega blaga prek interneta (maj 2011) (v nadaljnjem besedilu: memorandum o soglasju)¹.

Prodaja ponarejenega blaga prek interneta povzroča škodo vsem zakonitim zainteresiranim stranem, vključno z internetnimi platformami in imetniki pravic intelektualne lastnine, predvsem pa potrošnikom. Spletna prodaja ponaredekov je **dinamičen pojav, ki se nenehno spreminja** in prilagaja pri osvajanju novih poslovnih modelov. Nezakonite dejavnosti ponarejanja so zelo iznajdljive; odzivajo se na strategije varstva pred ponarejanjem.

Namen memoranduma o soglasju je vzpostaviti kodeks ravnanja v boju proti prodaji ponarejenega blaga prek interneta in okrepiti sodelovanje med podpisniki, da se bodo lahko učinkovito odzivali na to stalno grožnjo. Vse strani priznavajo, da je **sodelovanje veliko boljše rešitev kot pravni spori**, ki ne spodbujajo niti tržne učinkovitosti niti zaupanja potrošnikov. Glavni cilj je viliti zaupanje v trg. Memorandum o soglasju spodbuja **zaupanje v spletni trg** z zagotavljanjem podrobnih ukrepov proti spletnim ponudbam ponarejenega blaga in **večjega varstva potrošnikov**, ki nenamerno kupijo ponaredek.

Memorandum o soglasju zajema vodilne platforme e-trgovanja kot tudi glavne blagovne znamke na področju hitro premikajočega se blaga za široko porabo, potrošniške elektronike, mode, luksuznega blaga, športnega blaga, filmov, programske opreme, iger in igrač, ki delujejo tako globalno kot regionalno².

Podpisniki so se v obdobju ocenjevanja³ redno sestajali. Povzetki teh sestankov so objavljeni na spletnem mestu GD za notranji trg in storitve⁴.

To poročilo analizira napredek, izvajanje in delovanje memoranduma o soglasju ter proučuje oceno podpisnikov glede njegove učinkovitosti pri zmanjševanju spletne prodaje ponarejenega blaga v EU. Poročilo je strogo omejeno na memorandum o soglasju in ne obravnava splošnih vprašanj politike, ki so povezana z memorandumom.

Dokazuje, da pristop, sprejet v **memorandumu o soglasju, deluje, poleg tega pa poudarja, da morajo biti internetne platforme in imetniki pravic še naprej pozorni in previdni**. Poročilo sklone, da je treba memorandum o soglasju podaljšati za nadaljnji dve leti, njegovo članstvo pa razširiti. Komisija razmišlja o nadaljnjem ukrepanju, v okviru katerega bi se boj proti ponarejanju obravnaval širše, in bo pozneje tega leta morda predlagala pobudo.

¹ Kakor je določeno v členu 41 memoranduma o soglasju, http://ec.europa.eu/internal_market/iprenforcement/docs/memorandum_04052011_en.pdf.

² Podpisniki memoranduma o soglasju so: skupina Adidas, AIM (evropsko združenje za znamke), Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V., skupina Amer Sports, Anti-Counterfeiting Group (ACG), Amazon, International Bureau of Societies Managing Recording and Mechanical Reproduction Rights (BIEM), Burberry, Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy (BASCAP), eBay, European Textile and Clothing Confederation (EURATEX), Federation of Sports and Play Associations (FSPA), Federazione Moda Italia, Federation of the European Sporting Goods Industry (FESI), Gant AB, Bundesverband der Schuhindustrie e.V., Interactive Software Federation (ISFE), International Video Federation (IVF), italijansko združenje za zunanjo trgovino (AICE), Lacoste, skupina Lego, skupina LVMH, Mattel Inc, Microsoft, skupina MIH, Motion Picture Association (MPA) EMEA, Nike, Nokia, skupina Price-Minister – Rakuten, Procter & Gamble, Richemont, švedska skupina za boj proti ponarejanju (SACG) in Unilever.

³ Člen 40 memoranduma o soglasju določa, da podpisu memoranduma o soglasju (4. maja 2011) sledi dvanajstmesečno obdobje ocenjevanja. Čeprav je bilo začetno obdobje ocenjevanja določeno na dvanajst mesecev, so podpisniki soglasno sklenili, da se to obdobje podaljša za dodatnih šest mesecev in se s tem omogoči obširno preverjanje vseh ukrepov, predvidenih v memorandumu o soglasju.

⁴ http://ec.europa.eu/internal_market/iprenforcement/stakeholders/index_en.htm.

2. MEMORANDUM O SOGLASJU

2.1. Nov pristop sodelovanja

Komisija je v sporočilih o krepitvi uveljavljanja pravic intelektualne lastnine na notranjem trgu iz leta 2009⁵ in enotnem trgu na področju varstva pravic intelektualne lastnine iz leta 2011⁶ poudarila pomen prostovoljnih in skupnih pristopov imetnikov pravic intelektualne lastnine ter drugih zainteresiranih strani, kot so internetne platforme, trgovci na debelo, trgovci na drobno in potrošniki, pa tudi trgovinskih združenj, v boju proti ponarejanju.

V sporočilu iz leta 2009 je bilo izraženo mnenje, da bi moral prevladujoč pristop med zainteresiranimi stranmi v hitro razvijajočem se tehnološkem in poslovnem okolju temeljiti na **sodelovanju, ne pa pravnih sporih**. Predlagani so bili **dialogi med zainteresiranimi stranmi** kot način dela za oblikovanje morebitnih prostovoljnih dogovorov, in sicer ustvarjalni dialogi, ki se osredotočajo na konkretne težave ter izvedljive in praktične rešitve, ki morajo biti realistične, uravnotežene, sorazmerne in pravične za vse vpletene. Tak skupen, vključujoč pristop, ki temelji na sodelovanju, se ujema s programom Komisije za boljšo pripravo zakonodaje.

Evropska komisija je v okviru tega memoranduma o soglasju prevzela novo nalogo posrednika pri takih dialogih, tako da omogoča administrativno in logistično podporo ter zagotavlja, kadar je to potrebno, pravično ravnovesje med različnimi vpletenimi interesi, zlasti upravičenimi pravicami in pričakovanji državljanov EU.

Posredniška vloga Evropske komisije poleg tega zagotavlja, da so taki dialogi med zainteresiranimi stranmi in morebitni poznejši dogovori pregledni in popolnoma skladni z obstoječim pravnim okvirom, pri čemer dosledno spoštujejo temeljne pravice in svoboščine.

Komisijo sta pri tem pristopu podprla Evropski parlament⁷ in Svet⁸.

Komisija je kot prvi primer pristopa, ki temelji na sodelovanju, začela dialog med zainteresiranimi stranmi o spletni prodaji ponarejenega blaga, katerega rezultat je memorandum o soglasju, ki vključuje 33 podjetij in trgovinskih združenj ter zajema 39 različnih internetnih spletišč.

2.2. Področje uporabe in struktura memoranduma o soglasju

Spletno trgovanje ponuja do sedaj nepredstavljive možnosti podjetjem in potrošnikom za nakup in prodajo blaga, in to na nacionalni ravni, prek notranjih meja notranjega trga ter na mednarodni ravni. Znotraj notranjega trga internet zmanjšuje čezmejne trgovinske ovire.

Žal pa je internet postal tudi ena glavnih poti za prodajo ponaredkov. E-trgovanje prek internetnih platform je večinoma popolnoma zakonito. Vendar pa nezakoniti ali lažni trgovci s ponaredki tudi izkoriščajo prednosti e-trgovanja za prodajo ponarejenih proizvodov neposredno potrošnikom. Podpisniki na primer opozarjajo na novo generacijo (manjših) prodajalcev ponaredkov, ki nabavljajo poceni ponaredke s spletnih mest ali po bolj

⁵ COM(2009) 467 final, z dne 11. septembra 2009: Krepitev uveljavljanja pravic intelektualne lastnine na notranjem trgu.

⁶ COM(2011) 287 final, z dne 24. maja 2011: Enotni trg na področju varstva pravic intelektualne lastnine – Spodbujanje ustvarjalnosti in inovacij za zagotavljanje ekonomske rasti, kakovostnih delovnih mest in vrhunskih proizvodov in storitev v Evropi.

⁷ Resolucija Evropskega parlamenta z dne 22. septembra 2010 o uveljavljanju pravic intelektualne lastnine na notranjem trgu; <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&language=SL&reference=P7-TA-2010-0340>.

⁸ Resolucija Sveta z dne 1. marca 2010 o krepitvi uveljavljanja pravic intelektualne lastnine na notranjem trgu, UL C 56, 6.3.2010, str. 1.

tradicionalnih distribucijskih poteh v zmernih količinah in jih nato prodajajo na spletnih mestih. Niti začetni prodajalec blaga niti ponarejeno blago ne izvirata nujno z ozemlja EU. Zakonite internetne platforme in imetniki pravic, ki ponujajo storitve za prodajalce in kupce, lahko tako postanejo žrtve preprodajalcev ponaredkov v škodo potrošnikov, imetnikov pravic, ponudnikov storitev e-trgovanja, gospodarstva in družbe.

Internetne platforme in imetniki pravic so že pred memorandumom o soglasju sprejemali ukrepe proti spletnim ponudbam ponarejenega blaga, kot posledica začetka dialoga med zainteresiranimi stranmi pa se je razširilo splošno zavedanje, da je mogoče doseči več.

Memorandum o soglasju se osredotoča na **oviranje in preprečevanje ponudbe na trgu ponaredkov**, tj. poskuša čim hitreje odpraviti spletno ponudbo ponarejenega blaga. Zagotavlja sorazmerne, odvračalne ukrepe proti tistim, ki večkrat poskušajo prodajati ponaredke. Poleg tega si prizadeva doseči boljše varstvo potrošnikov, ki nenamerno kupijo ponaredek, in zakonitih prodajalcev blaga, ki se morda čutijo neupravičeno omejene/v zamudi pri ponudbi proizvoda za spletno prodajo.

Memorandum o soglasju se zavzema za strategijo, ki temelji na treh zaščitnih mehanizmih. Njihov namen je zagotoviti, da se nezakonite ponudbe ne pojavijo na spletu; če pa se že pojavijo, se jih čim hitreje odstrani, vsekakor pa dovolj zgodaj, da se prepreči izvedba nadaljnjih transakcij. Vsi ukrepi delujejo hkrati in v realnem času.

Prvič, zelo pomembno je, da stranke, tj. prodajalci in kupci, **razumejo pojav ponarejanja, z njim povezana tveganja za potrošnike in škodljive posledice za imetnike pravic**. Stranke se lahko dejavno vključijo v boj proti ponarejanju. V zvezi s tem so internetne platforme zavezane k dajanju ustreznih **informacij na razpolago potencialnim prodajalcem in kupcem**, in sicer na enostavno dostopen način ter, kjer je to primerno, v sodelovanju z imetniki pravic. Razložiti morajo, da je ponujanje ponarejenega blaga nezakonito, in predlagati kupcem previdnostne ukrepe, s katerimi se lahko izognejo nakupu takega blaga. Dobro informirani prodajalci na internetnih platformah bi se morali zavezati, da ne bodo ponujali takega blaga. Dobro informirani potrošniki bi morali poznati orodja in postopke, ki naj jih uporabijo, če so kupili ponarejeno blago. Memorandum o soglasju je popolnoma skladen z agendo za potrošnike, ki jo je nedavno objavila Komisija in ki spodbuja posrednike in trgovce, naj presežejo „golo“ skladnost z zakonodajo in razvijejo samoregulativne ukrepe za večje varstvo potrošnikov⁹.

Drugi zaščitni mehanizem vključuje „**proaktivne in preventivne ukrepe**“ kot pravočasen in ustrezen odziv na poskuse prodaje ponaredkov, bodisi preden je ponudba na voljo javnosti ali kmalu zatem. Imetniki pravic in internetne platforme poskušajo s takimi ukrepi zmanjšati spletno ponudbo ponarejenega blaga. Takšni ukrepi so lahko tehnični in/ali postopkovni, pogosto pa zahtevajo posredovanje človeka. Pogosto se nanašajo posebej na zadevne poslovne modele in organizacijo imetnikov pravic in/ali internetnih platform. Primer proaktivnih in preventivnih ukrepov je preverjanje prodajalcev, preden se jim dovoli prodaja na internetni platformi, in v nekaterih primerih stalno ocenjevanje njihovega poslovanja. Učinkoviti proaktivni in preventivni ukrepi so pogosto napredni ter zahtevajo znatne vire in učinkovito sodelovanje med imetniki pravic in internetnimi platformami. **Proaktivni in preventivni ukrepi so namenjeni zagotavljanju, da se ponudbe ponarejenega blaga ne pojavijo na spletu.**

Tretjič, kljub obveščanju potrošnikov ter proaktivnim in preventivnim ukrepom se lahko še vedno pojavijo ponudbe ponarejenega blaga, ki so na voljo javnosti na internetni platformi. V

⁹ Sporočilo Komisije „Evropska agenda za potrošnike – za krepitev zaupanja in rasti“; COM(2012)225 final.

takih primerih lahko imetniki pravic in potrošniki obvestijo zadevno internetno platformo o obstoju takih ponudb. Tako lahko platforma sprejme ustrezne ukrepe in tudi umakne ponudbo z zadevnega spletnega mesta. **Namen postopkov za prijavo in odstranjevanje je ponuditi enostaven, pravičen in hiter postopek za odstranitev spletnih ponudb ponarejenega blaga.**

Memorandum o soglasju dopolnjuje te ukrepe z zagotavljanjem boljšega **varstva potrošnikov**, vključno z možnostjo pridobitve nadomestnega proizvoda ali povračila pod določenimi pogoji. Memorandum o soglasju vključuje tudi **odvračalne ukrepe proti večkratnim kršiteljem**. Podpisniki memoranduma o soglasju so se zavezali k sodelovanju pri odkrivanju večkratnih kršiteljev. Internetne platforme se obvezujejo, da bodo izvajale in uveljavljale odvračalna sredstva v skladu s svojimi notranjimi smernicami. Politike v zvezi z večkratnimi kršitelji morajo biti objektivne in sorazmerne ter upoštevati vse okoliščine. Izmenjava informacij o večkratnih kršiteljih v okviru memoranduma o soglasju v celoti spoštuje zakone o varstvu podatkov.

Potrošniki bi morali pri spletnem nakupovanju uporabiti vse razpoložljive informacije, da se izognejo nakupu ponarejka, vseeno pa lahko utrpijo škodo. Lahko so zavedeni in nenamerno kupijo ponarejeno blago, kar ima za posledico gospodarsko ali drugo škodo. Memorandum o soglasju vključuje minimalen sklop določb o varstvu potrošnikov. Nadomestilo gospodarske ali druge škode je odvisno od politik posameznih zadevnih podpisnikov. Potrošnik bi lahko tudi ponudil prodajo domnevno ponarejenega blaga, ki je bilo odstranjeno, in bi lahko bil oškodovan, če se izkaže, da je bila taka odstranitev neupravičena.

Memorandum o soglasju poleg tega zagotavlja, da podpisniki v obdobju ocenjevanja **ne začenjajo novih medsebojnih pravnih sporov** v zvezi z zadevami, ki jih zajema memorandum o soglasju. Ta moratorij na pravne spore je pomembna določba, ki poudarja vzajemno zavezanost podpisnikov k skupnemu delovanju v dobri veri.

2.3. Samoregulacija na podlagi memoranduma o soglasju

Pogosto je težko doseči prostovoljno sodelovanje velikega števila zainteresiranih strani z različnimi interesi in poslovnimi modeli. Potreben je čas, da se zgradi zaupanje, na katerem temelji tako sodelovanje.

Postopek pred podpisom memoranduma o soglasju kot tudi sama sklenitev sta se izkazala kot bistvena koraka pri ustvarjanju vzdušja medsebojnega zaupanja med podpisniki. Strukturiran dialog je omogočil zainteresiranim stranem tako boljše razumevanje njihovih pomislekov kot tudi tehničnih, organizacijskih in poslovnih omejitev. **Medsebojno zaupanje je dejavnik združevanja**. Brez tega je prostovoljno sodelovanje obsojeno na propad.

Drugi ključni dejavniki za uspeh so naslednji:

- jasna spodbuda za vsakega podpisnika, ki je posledica prostovoljnega dogovora,
- zaščitni ukrepi v dogovoru za zaščito bistvenih interesov vsakega podpisnika, tako da se upoštevajo različni poslovni modeli in trgovinske politike ter zagotovi pravna varnost, ki odpravi nasprotovanja znotraj zadevnih organizacij,
- jasno usmerjen prostovoljni dogovor, ki vključuje podrobno opredeljen cilj, skupaj z jasno oblikovanimi, realističnimi obveznostmi, ki se sorazmerno dodelijo zainteresiranim stranem (pametno izvrševanje),
- visoka stopnja soglasja in predanosti znotraj družb, ki podpišejo dogovor,

- zadostna vgrajena prožnost, ki omogoča prilagoditve zaradi spreminjajočih se razmer brez ponovnih pogajanj o dogovoru.

Poleg tega je **sodelovanje „posredniških“ služb Evropske komisije** strukturiralo in spodbudilo dialoge in pogajanja ter opogumilo zainteresirane strani pri premagovanju ovir. Pomembna bi lahko bila tudi politična podpora nacionalnih organov in parlamentov.

Zunanja preglednost povečuje verodostojnost ter zagotavlja odgovornost in dolžnost do zainteresiranih strani, nacionalnih organov in parlamentov pa tudi družbe kot celote. Lahko tudi spodbudi nove zainteresirane strani k podpisu prostovoljnega dogovora in izvajanju dobre prakse, ki jo ta spodbuja.

3. DELOVANJE IN UČINEK MEMORANDUMA O SOGLASJU

3.1. Zagotavljanje učinkovitosti memoranduma o soglasju

Memorandum o soglasju je omejen na podpisnike, ki opravljajo storitve in prodajajo blago v EU/EGP. Za pojasnitev področja uporabe memoranduma o soglasju so podpisniki opredelili spletna mesta in blagovne znamke, ki jih ta zajema (glej Prilogo).

Oblikovan je bil seznam **kontaktnih točk** za lažje obveščanje med podpisniki o vsebinah politike v zvezi z memorandumom o soglasju in tudi za omogočanje neposrednih operativnih stikov med osebjem za zaščito znamk imetnikov pravic v različnih državah članicah in spletnimi mesti, ki jih upravljajo internetne platforme.

Razpoložljivost teh osnovnih informacij v zlahka dostopni in redno posodobljeni obliki je pomagala podpisnikom pri uporabi memoranduma o soglasju v praksi. Poleg tega so zaradi nje lokalne organizacije podpisnikov seznanjene z memorandumom o soglasju ter njegovim potencialom in zmožnostmi.

Internetne platforme in imetniki pravic so sodelovali na **dvostranskih sestankih**, da bi navezali stike, izmenjali informacije in razpravljali o operativnih vprašanjih. Ti sestanki, skupaj z dosledno uporabo zadevnih programov za varstvo pravic internetnih platform, so podpisnikom omogočili združevanje znanja, opredelitev trendov, posledično pa tudi hitro odstranjevanje sumljivih ponudb, kar je okrepilo preventivno ukrepanje.

Na splošno so podpisniki memoranduma o soglasju nakazali, da je ta znatno **izboljšal komunikacijo** med podpisniki, kar je olajšalo sodelovanje. V posameznih primerih je prišlo do usklajenega delovanja, na primer hitrih reakcij na primere nenadnega povečanja določenih ponaredkov.

3.2. Postopki za prijavo in odstranjevanje – temelj memoranduma o soglasju

Vsi podpisniki menijo, da so postopki za prijavo in odstranjevanje nepogrešljiv ukrep v boju proti spletni prodaji ponaredkov. Pravila postopkov za prijavo in odstranjevanje v okviru tega memoranduma o soglasju določajo:

- (i) mehanizem za odstranitev posameznih ponudb domnevno ponarejenih predmetov s spletnih mest internetnih platform in
- (ii) mehanizem za obveščanje internetnih platform o uporabnikih, ki prodajajo ponaredke (prijave, ki temeljijo na prodajalcih).

To je glavno orodje, ki se uporabi, ko se domnevno nezakonite ponudbe pojavijo na spletu. Poleg tega so podpisniki navedli, da je memorandum o soglasju dokazal svojo uporabnost; pravila postopkov za prijavo in odstranjevanje ne smejo biti preveč normativna in morajo

vključevati nekatere mehanizme za obravnavo zlorab sistema. Družbe so se domislile lastnih metod, posebej prilagojenih za obravnavo kršitev na svojih spletnih mestih.

Podpisniki so poročali, da internetne platforme letno prejmejo na tisoče zahtev v zvezi s postopki za prijavo in odstranjevanje, ki temeljijo na vseh vrstah razlogov. V okviru memoranduma o soglasju in v skladu s pravnim redom EU¹⁰ je namen postopkov za prijavo in odstranjevanje pravočasna, uspešna in učinkovita odstranitev ponudb domnevno ponarejenega blaga s spletnih mest internetnih platform.

Vse internetne platforme so imele že pred memorandumom o soglasju vzpostavljen nekakšen mehanizem za prijavo in odstranjevanje, da so jih lahko imetniki pravic ter druge zadevne osebe in organizacije obvestile o domnevnih ponaredkih. Nekatere sisteme za prijavo in odstranjevanje je bilo zlahka najti na spletnih mestih, za mnoge druge pa se je zdelo, da ne delujejo zadovoljivo. Poleg tega nekateri imetniki pravic niso uporabljali razpoložljivih sistemov za prijavo in odstranjevanje. Prijave so bile nepopolne, premalo specifične, težko jih je bilo obdelati, včasih so se nanašale na posamezne predmete, včasih pa na cele serije proizvodov. Internetne platforme so na podlagi prijav različno ukrepale in po mnenju imetnikov pravic, ki so poslali prijavo, ne vedno zadovoljivo. Nekatere ponudbe sploh niso bile odstranjene, pri nekaterih je trajalo predolgo, preden so bile odstranjene, ali pa so se po odstranitvi kmalu spet pojavile.

Odkar obstaja memorandum o soglasju, nekatere internetne platforme poročajo, da potrebujejo do 24 ur za odstranitev spletne ponudbe (znane tudi kot objave), včasih pa do 48 ur; nekatere druge to opravijo v 2–5 urah. Druge trdijo, da so sporne ponudbe odstranjene še isti ali takoj naslednji dan. Vendar so imetniki pravic poročali o razlikah med hitrostjo obdelave iste internetne platforme v različnih državah članicah.

Nadalje so internetne platforme opozarjale, da so zabeležile velika odstopanja v povprečnem mesečnem številu prijav o ponudbah ponaredkov (v razponu od ene do nekaj sto) s strani določenih imetnikov pravic. Od začetka veljavnosti memoranduma o soglasju zelo redko zavrnejo zahtevo za odstranitev in le redko potrebujejo dodatne informacije za obdelavo prijave: zahtevki za dodatne informacije se običajno nanašajo na prijave imetnikov pravic, ki se šele spoznavajo s postopki prijave in odstranjevanja. Nekateri imetniki pravic so menili, da so se v nekaterih primerih zahtevale nepotrebne podrobnosti. Ko se domnevno nezakonita ponudba odstrani s spleta, internetna platforma med drugim obvesti zadevnega prodajalca, vključno z razlogi za umik.

Prijave o uporabnikih, ki prodajajo ponaredke, so za razliko od prijav o specifičnih ponudbah razmeroma redke. Prijave, ki temeljijo na prodajalcih, se na splošno zdijo nepraktične, saj skoraj vedno zahtevajo dodatno preiskavo vseh posameznih ponudb, preden se lahko sprejme odločitev. Ker bodo večkratni kršitelji (opredeljeni kot nepošteni prodajalci) v vsakem primeru kaznovani (na podlagi prijav o specifičnih ponudbah), se zdi, da prijave, ki temeljijo na prodajalcih, ne zagotavljajo znatne prednosti. Nasprotno pa je eden od imetnikov pravic poročal, da medtem ko sodelovanje v postopkih za prijavo in odstranjevanje uspešno deluje pri postopkih, ki se nanašajo na predmete, ni jasno, kakšen je obseg ukrepov, ki jih internetne platforme sprejmejo pri odzivanju na prijave o prodajalcih, vpletenih v prodajo ponarejenega blaga.

Pogoji uporabe različnih internetnih platform jasno prepovedujejo prodajo predmetov, ki krši pravice tretjih strani. Prav tako jasno navajajo, da bodo predmeti, katerih prodaja krši pogoje uporabe, izbrisani. Nekatere internetne platforme ponujajo imetnikom pravic obrazce, ki jih lahko uporabijo za obvestila, vendar so ti preprosti in oblikovani predvsem za imetnike

¹⁰ Direktiva 2000/31/ES, poglavje II, oddelek 4; UL L 178, 17.7.2000, str. 1.

pravic, ki niso podpisniki memoranduma o soglasju. Čeprav je dejanska obdelava obvestil notranji postopek, imajo večje internetne platforme na spletu pojasnjen postopek za prijavo in odstranjevanje. To služi kot referenčna točka, zlasti za imetnike pravic, ki niso podpisniki memoranduma o soglasju. Takšna pojasnila so lahko tudi del programa za varstvo pravic posamezne internetne platforme ali razdelka spletnega mesta za pomoč uporabnikom.

Od začetka veljavnosti memoranduma o soglasju vsi podpisniki poročajo o izboljšavah na vseh navedenih področjih postopkov za prijavo in odstranjevanje. Nekatere internetne platforme pregledujejo in pogosto izboljšujejo svoja orodja in postopke za prijavo in odstranjevanje. Ena od internetnih platform je preoblikovala postopek za prijavo in odstranjevanje in uvedla skupen postopek na vseh svojih evropskih spletnih mestih¹¹.

Imetniki pravic so poročali, da postopki za prijavo in odstranjevanje na spletnih mestih internetnih platform, ki jih zajema memorandum o soglasju, zdaj na splošno dobro delujejo¹². Vendar je financiranje programa za spremljanje za imetnike pravic pogosto drago.

3.3. Proaktivni in preventivni ukrepi – ključni ukrepi za učinkovit boj proti ponarejanju

Proaktivni in preventivni ukrepi so ukrepi in postopki, s katerimi lahko internetne platforme in imetniki pravic preprečijo pojav nezakonitih ponudb na spletu oziroma omejijo njihovo razpoložljivost samo na kratek čas. Ti ukrepi in postopki so se razlikovali ne samo med podpisniki, ampak včasih tudi med različnimi spletnimi mesti posamezne internetne platforme.

Glede na poročanje podpisnikov **se zdi, da zgolj reaktivni postopki za prijavo in odstranjevanje niso zadostni** za reševanje vprašanja prodaje ponaredkov na spletnih tržnicah. V boju proti prodaji ponaredkov na spletu so prav tako pomembni ustrezni proaktivni zaščitni ukrepi, ki preprečujejo ponudbo ponarejenega blaga na spletnih tržnicah.

Proaktivni in preventivni ukrepi so tesno povezani s posameznimi poslovnimi modeli in praksami zadevnih internetnih platform in imetnikov pravic. So eden izmed načinov, kako se lahko internetne platforme razlikujejo od svojih konkurentov na trgu. Znatno lahko vplivajo na zadovoljstvo strank in zaupanje potrošnikov v ponudbe, ki so na voljo na določenem spletnem mestu. Nekatere internetne platforme imajo razmeroma pregledno politiko glede svojih proaktivnih in preventivnih ukrepov. Internetne platforme so tudi navedle, da morajo biti proaktivni in preventivni ukrepi, če naj ostanejo učinkoviti, kompleksni in se morajo hitro prilagajati spreminjajočim se razmeram. Zato je izvajanje proaktivnih in preventivnih ukrepov pogosto drago. Proaktivni in preventivni ukrepi so za imetnike pravic del ukrepov za zaščito njihovih znamk in so tesno povezani z njihovimi strategijami in dejavnostmi za zaščito znamk.

Vsi podpisniki so večkrat poudarili, da **je izmenjava informacij med imetniki pravic in internetnimi platformami ključna za učinkovitost proaktivnih in preventivnih ukrepov.** Več podpisnikov je opazilo, da se je učinkovitost proaktivnih in preventivnih ukrepov spreminjala v različnih časovnih obdobjih in na različnih spletnih mestih internetnih platform, kar pa ni presenetljivo glede na spretnost in prilagodljivost tistih, ki poskušajo prodajati

¹¹ Ta skupni postopek je omogočil, da je zadevna internetna platforma v okviru memoranduma o soglasju privedla še dodatna spletna mesta.

¹² Ta ugotovitev velja izključno za postopke za prijavo in odstranjevanje v okviru tega memoranduma o soglasju in ne vpliva na delovanje postopkov za prijavo in odstranjevanje za druga področja nezakonitih vsebin ali za nepodpisnike memoranduma o soglasju. Zlasti pa ne vpliva na sklepe Komisije v okviru pobude o postopkih za obveščanje in ukrepanje (http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/notice-and-action/index_en.htm).

ponaredke. To kaže, da morajo biti podpisniki nenehno pozorni, in poudarja potrebo po stalnem sodelovanju.

Eden od podpisnikov je poročal, da se je zaradi podpisa memoranduma o soglasju vlaganje v proaktivne in preventivne ukrepe povečalo in prineslo dejanske rezultate. Ena od internetnih platform je opozorila, da zdaj prostovoljno in proaktivno odstrani več potencialno spornih objav, kot se jih odstrani reaktivno¹³.

Razpon proaktivnih in preventivnih ukrepov sega od tehničnih ukrepov, kot je internetna platforma, ki lahko zazna uporabo določenih ključnih besed ali ponudbe vsebin pred njihovo objavo, do izmenjave informacij z internetnimi platformami o znakih, ki kažejo na ponarejene proizvode, in načinu delovanja prodajalcev ponaredkov. Nekatere internetne platforme so poročale, da uporabljajo določene tehnologije odkrivanja in preventivne odstranitve.

Nekatere podpisnike je skrbelo, da bi se zaradi proaktivnega ukrepanja za preprečevanje prodaje ponarejenega blaga lahko domnevalo, da dejansko vedo za nezakonite dejavnosti, kar bi jih izločilo iz sistema zaščite odgovornosti v okviru direktive o elektronskem poslovanju.

3.4. Večkratni kršitelji

Internetne platforme morajo v skladu s točko 35 memoranduma o soglasju upoštevati obvestila o večkratnih kršiteljih ter izvajati in uveljavljati odvrtačne politike v zvezi z večkratnimi kršitelji.

Politike različnih internetnih platform v zvezi z večkratnimi kršitelji običajno predvidevajo odvrtačne ukrepe (na primer začasno ukinitve računa), usmerjene proti prodajalcem (in ne le zadevni ponudbi) po drugi kršitvi. Strožji odvrtačni ukrepi se lahko uporabijo, če se ugotovi, da prodajalec spet ponuja ponarejeno blago. Vse internetne platforme imajo vzpostavljene ukrepe, ki prodajalcem z ukinjenim računom preprečujejo ponovno registracijo.

Čeprav so odvrtačni ukrepi pomembni in celo bistveni, internetne platforme trdijo, da poleg ukinitve uporabniškega računa obstajajo tudi drugi načini za odpravljanje ponovnih kršitev, na primer izobraževanje, varnostni ukrepi, oviranje ali omejitve.

Politika odvrtačnih ukrepov je opisana v pogojih uporabe internetne platforme na zadevnem spletnem mestu. Nekatere internetne platforme poleg tega povzemajo shemo v drugih razdelkih svojih spletnih mest, na primer v programu za varstvo pravic ali razdelku za pomoč uporabnikom.

Internetne platforme samodejno ne izvajajo politike odvrtačnih ukrepov. Včasih so potrebni posamezni popravki, ki se izvedejo, kakor se zdi primerno. Prodajalec, ki deluje očitno nepošteno, se lahko takoj odstrani, medtem ko se večkratnega kršitelja, čigar prva lažja kršitev se je zgodila dolgo časa nazaj, lahko ponovno opozori, preden se ukine njegov račun. Nekatere internetne platforme izvajajo sankcije izključno za vsak primer posebej, dosegajo pa podobne rezultate in uspešnost. **Pri odločanju o uporabi odvrtačnih ukrepov se upošteva več vidikov**, kot so resnost kršenja politike, število domnevnih kršitev, ponovna kršitev, pretečen čas od prejšnje kršitve, povratne informacije o prodajalcu, jezik, ki kaže jasno namero, obseg zakonitega poslovanja in tudi drugo bolj sumljivo obnašanje, na primer prizadevanje, da se uporabnik ne odkrije. **Zato ni bilo mogoče sprejeti enotne opredelitve odvrtačnih ukrepov.**

¹³ 3. četrletje 2011: 65/35, tj. 65 % sumljivih ponudb v zvezi z znamkami podpisnikov memoranduma odstranjenih proaktivno proti 35 % odstranjenih reaktivno.
3. četrletje 2012: 80/20, tj. 80 % sumljivih ponudb v zvezi z znamkami podpisnikov memoranduma odstranjenih proaktivno proti 20 % odstranjenih reaktivno.

Komunikacija med imetniki pravic in internetnimi platformami je tudi ključnega pomena za izvajanje učinkovitih politik v zvezi z večkratnimi kršitelji. Internetne platforme potrebujejo informacije zadevnih imetnikov pravic, sicer so njihove politike v zvezi z večkratnimi kršitelji manj učinkovite. Nekatere internetne platforme so razvile specializirana orodja za poročanje, ki so na voljo imetnikom pravic za lažjo medsebojno izmenjavo informacij, vključno s povratnimi informacijami za imetnike pravic, ki pošljejo obvestilo, pri tem pa se upoštevajo legitimni interesi vključenih oseb.

Odvračalni ukrepi, upravičeni ali ne, imajo takojšen učinek na prodajalce: izgubljena priložnost za prodajo določenega predmeta, veliko časa za obvezno usposabljanje ali dodatne varnostne ukrepe; izguba statusa posebnega zaupanja, posledica česar je manjše zaupanje potrošnikov in zato nižje povprečne prodajne cene; omejitve prodaje, ki zmanjšujejo obseg poslovanja, lahko imajo za posledico odvečne zaloge, izgubljene naložbe, gospodarske izgube; stalna ukinitve računa lahko ogrozi cela podjetja (in tako tudi njihove zaposlene in poslovne partnerje). Zato **internetne platforme nerade uporabljajo odvračalne ukrepe, pri tem pa so zelo previdne.**

Politike v zvezi z večkratnimi kršitelji so zelo pomembne za imetnike pravic, saj so večkratni kršitelji tisti, ki jim najbolj škodijo, zlasti če so z zavajajočimi praksami sposobni nadaljevati s trgovanjem s ponaredki. **Imetniki pravic še vedno trdijo, da obstajajo večkratni kršitelji, ki že precej dolgo prodajajo ponaredke na različnih internetnih platformah pod različnimi imeni.** Imetniki pravic obveščajo internetne platforme o večkratnih kršiteljih na podlagi lastnih preiskav in tudi o ponovnem pojavu ponudb, ki so že bile odstranjene. Vendar imetniki pravic ne morejo vedno odkriti in nato identificirati večkratnih kršiteljev, na primer zato, ker zadevno spletno mesto nima funkcije iskanja po podatkih prodajalcev.

Zdi se, da internetne platforme izvajajo bolj odločne ukrepe proti večkratnim kršiteljem kot prej, bodisi na svojo lastno pobudo ali na pobudo zadevnega(-ih) imetnika(-ov) pravic, vendar se ravnajo po lastni presoji in upoštevajo vse posebne okoliščine primera¹⁴. Zato se računi ne ukinejo oziroma začasno ukinejo na podlagi vsakega obvestila o ponovnih kršitvah. Internetne platforme so od začetka veljavnosti memorandumu o soglasju za imetnike pravic postale bolj pregledne glede svoje politike odvračalnih ukrepov in njene uporabe. Nekatere internetne platforme in imetniki pravic si na dvostranski ravni izmenjujejo informacije o posameznih primerih, vendar se zdi, da to ni splošna praksa.

Vse internetne platforme so uvedle tehnične in postopkovne ukrepe za odkrivanje večkratnih kršiteljev in preprečevanje večkratnim kršiteljem z ukinjenim računom, da bi se ponovno registrirali na njihovih spletnih mestih. Takšna prizadevanja so lahko uspešna le do določene mere, saj nepošteni prodajalci uporabljajo prikrita taktika. Razmere se lahko izboljšajo samo z obsežnejšo medsebojno izmenjavo informacij in neposrednim sodelovanjem med internetnimi platformami in imetniki pravic.

Podpisniki vlagajo v orodja in prakse za boj proti večkratnim kršiteljem. V zadnjem letu ti skupni napor kažejo vedno boljše rezultate. V nekaterih primerih je bil dosežen izjemen

¹⁴ Ena od internetnih platform je v svojem letnem poročilu o boju proti ponarejanju navedla, da je leta 2011 zaprla 1 715 računov, kar v številkah pomeni 14-odstotno povečanje v primerjavi z letom 2010. Druga internetna platforma je v tretji četrtini leta 2012 zaprla ali strogo omejila račune več tisoč prodajalcev blaga podpisnikov memorandumu o soglasju, kar tudi kaže na povečanje v primerjavi z istim obdobjem predhodnega leta.

uspeh¹⁵. Vseeno pa bi bilo koristno vložiti več naporov v pojasnitev praktičnega izvajanja, da bi se izboljšalo operativno izvajanje ukrepov proti večkratnim kršiteljem.

3.5. Sodelovanje, vključno z izmenjavo informacij

Sodelovanje in izmenjava informacij sta ključna za učinkovitost proaktivnih in preventivnih ukrepov. **Vse internetne platforme so sprejele in na svojih spletnih mestih objavile politike na področju pravic intelektualne lastnine.** Vse tudi jasno navajajo podrobnosti svojih politik. Te politike so jasno izražene tudi v pogojih uporabe zadevnih spletnih mest in tudi v pogodbah s prodajalci. Vse internetne platforme uveljavljajo svoje politike na področju pravic intelektualne lastnine.

Nekatere internetne platforme so razvile posebne programe sodelovanja za varstvo pravic, ki so pogosto podlaga za okrepljeno sodelovanje med zadevno internetno platformo in lastniki znamk. Raven sodelovanja imetnikov pravic v teh programih je zelo različna po različnih spletnih mestih. **Od začetka veljavnosti memoranduma o soglasju se je več imetnikov pravic glede na svoje posebne potrebe pridružilo tem programom**¹⁶.

Memorandum o soglasju ne preprečuje podpisnikom izmenjave drugih ali podrobnejših informacij, na primer na dvostranski ravni in ob upoštevanju dodatnih pogojev. Nekatere internetne platforme so objavile statistične analize (proaktivno in na podlagi zahtev v zvezi s postopki za prijavo in odstranjevanje) odstranjenih ponudb in te informacije so se izkazale kot koristne. Internetne platforme so se strinjale, da bodo na zahtevo razkrile identiteto in kontaktne podatke domnevnih kršiteljev, kolikor to dopuščajo veljavni zakoni o varstvu podatkov. Le v enem primeru so podpisniki poročali o težavah v zvezi s tem vidikom memoranduma o soglasju¹⁷.

3.6. Zaupanje, obveščanje in varstvo potrošnikov

Zaupanje potrošnikov je pomemben dejavnik za uspeh vseh podpisnikov. Zato si vsi podpisniki prizadevajo za ustrezno varstvo potrošnikov pred ponaredki in iščejo načine za povračilo škode potrošnikom, ki so v dobri veri kupili ponarejeno blago.

Vse internetne platforme obveščajo potrošnike o dobrih praksah za varno uporabo njihovih storitev in jih svarijo pred sumljivimi ponudbami.

Vse večje internetne platforme imajo sheme za povračilo škode. Vendar se te sheme za varstvo kupcev zelo razlikujejo med seboj v smislu obsega in postopkov. Ena od internetnih platform ponuja popolno garancijo pred ponaredki in zadrži kupnino na posebnem računu, dokler transakcija ni zaključena in je kupec z njo popolnoma zadovoljen. Internetne platforme poleg povračil prek spletne plačilne sheme jamčijo potrošnikom nadomestilo prek lastnih programov za varstvo kupcev ali celovitih politik za povračila. Več internetnih platform pomaga potrošnikom izterjati povračilo od zadevnega prodajalca. V zvezi s tem je treba

¹⁵ Več imetnikov pravic je ugotovilo, da se je število ponovnih kršitev na mnogih internetnih platformah zmanjšalo. En imetnik pravic je celo navedel, da se je število ponovnih kršitev v zvezi z njegovimi znamkami na eni od večjih internetnih platform zmanjšalo za 50%.

¹⁶ Pri eni od internetnih platform so se programu za varstvo pravic pridružili vsi imetniki pravic. Programu druge internetne platforme se je od začetka veljavnosti memoranduma o soglasju pridružilo več imetnikov pravic, ki so jih ponaredki resno prizadeli; drugi uporabljajo postopke za prijavo in odstranjevanje, ne da bi se uradno pridružili samemu programu za varstvo pravic; majhen del pa ni niti priključen programu niti ne uporablja postopkov za prijavo in odstranjevanje.

¹⁷ Za več informacij glej tudi pripombe ENVP z dne 13. septembra 2012 v zvezi z javnim posvetovanjem GD za notranji trg in storitve o postopkih za obveščanje in ukrepanje glede nezakonitih vsebin, ki jih gostijo spletni posredniki; http://www.edps.europa.eu/EDPSWEB/webdav/site/mySite/shared/Documents/Consultation/Comments/2012/12-09-13_Comments_DG_MARKT_EN.pdf.

opozoriti, da zakonodaja EU vključuje minimalna pravila za varstvo potrošnikov, ki kupijo ponarejene proizvode od poklicnih prodajalcev. V primerih, ko internetna platforma deluje kot poklicni prodajalec, zagotavlja Direktiva 1999/44/ES o nekaterih vidikih prodaje potrošniškega blaga in z njim povezanih garancij potrošniku pravico do zamenjave blaga z originalom oziroma do povračila, če taka zamenjava ni mogoča.

Razočarani potrošniki, ki so kupili ponarejeno blago, se večkrat obrnejo na imetnike pravic, ki niso bili udeleženi v zadevni prodaji¹⁸. Imetniki pravic seveda niso na splošno obvezani ponuditi nadomestilo ali pomagati potrošniku pri zahtevanju odškodnine. Vseeno pa se nekateri imetniki pravic močno potrudijo pomagati.

Nekatere internetne platforme sistematično spodbujajo potrošnike, naj prijavljajo ponaredek lokalnim organom pregona. Tudi nekateri nacionalni organi, kot so agencije za nadzor konkurence in varstvo potrošnikov, običajno obveščajo o domnevnih kršitvah varstva potrošnikov, vključno z zavajajočim oglaševanjem, nepoštenimi poslovnimi praksami in kršitvami pravil o označevanju.

Vsi podpisniki so se strinjali, da je eden glavnih ciljev memoranduma o soglasju izboljšanje varstva potrošnikov. Podpisniki niso poročali o nikakršnih negativnih povratnih informacijah potrošnikov¹⁹. Ena od internetnih platform je celo poročala, da se je število poročil o negativnih povratnih informacijah v zvezi s prodajalci in zahtevkov nezadovoljnih kupcev od začetka leta 2011 zmanjšalo za 30%.

3.7. Zunanja komunikacija in ozaveščanje

Trgovinska združenja imajo pomembno vlogo pri doseganju ciljev memoranduma o soglasju. Več trgovinskih združenj je bistveno prispevalo k oblikovanju konstruktivnega odnosa med imetniki pravic in internetnimi platformami. Čeprav nekatera trgovinska združenja dejansko uveljavljajo pravice v imenu svojih članov, vsa pa tudi zastopajo interese svojih članov in usklajujejo skupna stališča, ki jih sprejmejo v imenu svojih članov v zvezi z memorandumom o soglasju, pa prav trgovinska združenja igrajo ključno vlogo pri razširjanju konceptov, na katerih temelji memorandum o soglasju, in spodbujanju svojih članov, naj spoštujejo njegova načela. Večina trgovinskih združenj naznanja napredek memoranduma o soglasju in oglašuje njegove koristi v novicah na svojih spletnih straneh, v elektronskih okrožnicah, namenjenih njihovim članom, in na informativnih sestankih na svojih konferencah.

Podpisniki so priznali pomen sodelovanja nacionalnih **organov** v boju proti spletni prodaji ponaredekov ter podrobnega obveščanja agencij za pravice intelektualne lastnine in tudi poslancev Evropskega parlamenta o memorandumu o soglasju in z njim povezanim dogajanjem. Vsi so poudarili koristi, ki jih prinaša spodbujanje takega ozaveščanja po sprejetju tega poročila.

Na ravni EU so sklicevanja na memorandum o soglasju navedena v ustreznih sporočilih o politikah²⁰. Podobne pobude so se pojavile tudi na ravni držav članic²¹. Na mednarodni ravni

¹⁸ Tipična primera sta nedelujoče potrošniške elektronske naprave ali slabo izdelane športne majice, za katere se kupci pritožijo domnevnemu proizvajalcu. Po pregledu se izkaže, da zadevnega proizvoda ni izdelal proizvajalec, pač pa gre za ponaredek.

¹⁹ Memoranduma o soglasju ni podpisala nobena organizacija za varstvo potrošnikov.

²⁰ COM(2012) 537 final, z dne 26. septembra 2012: Spodbujanje kulturnih in ustvarjalnih sektorjev za rast in delovna mesta v EU; SWD(2012) 286 final, z dne 26. septembra 2012: Competitiveness of the European High End Industries (Konkurenčnost evropskega sektorja luksuznih izdelkov); COM(2012) 582 final, z dne 10. oktobra 2012: Posodobitev sporočila o industrijski politiki – Močnejša evropska industrija za rast in oživitev gospodarstva;

se memorandum o soglasju predstavlja v okviru mednarodnih forumov, kot sta Svetovna organizacija za intelektualno lastnino²² in Svetovna trgovinska organizacija, ter razprav z glavnimi trgovinskimi partnerji EU.

3.8. Merjenje učinkov memoranduma o soglasju

Podpisniki so za to poročilo predložili Komisiji veliko število podatkov, ki dokazujejo delovanje memoranduma o soglasju in njegov učinek na njihovo poslovanje. Večina podatkov se šteje za zaupne zaradi njihove poslovno občutljive narave in se jih zato ne sme neposredno navajati.

Kljub obsežnim prizadevanjem **imajo vse internetne platforme še vedno objavljene ponudbe ponarejenega blaga na svojih spletnih mestih**. Prodajalci ponarejenega blaga so pri predstavljanju svojih ponudb postali spretnejši, tako na podlagi spletne ponudbe ni mogoče vedno razbrati, ali je proizvod ponaredek ali original. Ob upoštevanju navedenega so proaktivni in preventivni ukrepi, izvedeni na podlagi ključnih besed ali slik ali cen, pokazali svoje omejitve.

Mnogi podpisniki vlagajo v razvoj ustreznih kazalnikov (t. i. **ključnih kazalnikov uspešnosti**), s katerimi bi lahko izmerili napredek, izvajanje in delovanje memoranduma o soglasju na zanesljiv in pregleden način. Taki kazalniki morajo upoštevati posebne značilnosti različnih poslovnih modelov ter tudi zadevnega blaga in sektorjev, zato različni podpisniki niso mogli uporabiti enotnih kazalnikov za merjenje. Posledično še ni bilo mogoče določiti naslovnih vrednosti kot količinskega vektorja za ocenjevanje in sporočanje učinkov memoranduma o soglasju.

Zaradi spremljanja trendov ponudb ponarejenega blaga na zadevnih spletnih mestih internetnih platform so se nekateri imetniki pravic lotili izvajanja sistematičnih **programov testnih nakupov**, ki se večkrat ponovijo pod primerljivimi pogoji. Ti so koristni za prepoznavanje trendov.

Ena od internetnih platform je navedla, da je od sredine leta 2011 zaznala opazno znižanje (20%) števila poročil o **postopkih za prijavo in odstranjevanje**, ki jih predložijo imetniki pravic, kar se verjetno ujema z manjšim številom sumljivih ponudb, vidnih na platformi. V istem obdobju je ugotovila, da se je število proaktivnih odstranitvev sumljivih predmetov z uporabo proaktivnih in preventivnih ukrepov skoraj podvojilo. Eden od imetnikov pravic je poročal, da so njegove znamke v lanskem letu posrednikom internetnih storitev poslale skoraj 120 000 obvestil o kršitvah, od katerih je bilo le 0,005 % neupravičenih.

Druga večja internetna platforma je poročala, da je v tretji četrtini leta 2012 **blokirala ali strogo omejila račune** več kot 8 600 prodajalcev, potem ko je bilo ugotovljeno, da so objavili sumljive ponudbe blaga, označenega kot blagovne znamke podpisnikov memoranduma o soglasju. Čeprav posebne statistike v zvezi s podpisniki memoranduma o soglasju za ista obdobja v prejšnjih letih niso na voljo, konzervativna ekstrapolacija teh vrednosti prikazuje povečanje v primerjavi s preteklimi leti. Eden od imetnikov pravic je poročal, da se je od začetka veljavnosti memoranduma o soglasju na četrletni osnovi število večkratnih kršiteljev prepolovilo. Drug imetnik pravic je poročal tudi o znatnem zmanjšanju števila večkratnih

COM(2012) 784 final, z dne 18. decembra 2012: The Digital Agenda for Europe – Driving European growth digitally (Evropska digitalna agenda – Spodbujanje evropske rasti na digitalen način); Resolucija Evropskega parlamenta z dne 11. decembra 2012 o dokončanju enotnega digitalnega trga. P7-TA(2012)0468, točka 56.

²¹ Na primer francoska listina o boju proti ponarejanju na internetu (2009), ki jo dopolnjujeta posebni listini o spletiščih z malimi oglasi in poštnih operaterjih (2012).

²² http://www.wipo.int/meetings/en/2012/sct_info_net_ge_12/index.html.

kršiteljev, ki ostajajo dejavni na isti internetni platformi. Maja 2012 je bilo dejavnih 15,7% večkratnih kršiteljev, avgusta 2012 pa je bilo zabeleženih le še 5% večkratnih kršiteljev.

Po poročanju podpisnikov je učinek memoranduma o soglasju na dejansko prisotnost ponudb ponaredkov na spletnih mestih internetnih platform spremenljiv. **Eden od imetnikov pravic je poročal o upadu ponaredkov določene kategorije proizvodov s 40% na konstantnih 0% na eni večjih internetnih platform.** Isti imetnik pravic je poročal o splošnem upadu ponaredkov na spletnih mestih druge večje internetne platforme. Drug imetnik pravic je poročal o 50-odstotnem zmanjšanju števila goljufivih prodajalcev in 30-odstotnem upadu nezakonitih ponudb na isti internetni platformi. Tretji pa je prepoznal okoli 12 000 posameznih prodajalcev blaga pod njegovo blagovno znamko, ki so bili dejavni na določeni internetni platformi v obdobju enega tedna jeseni 2012, od katerih jih je 9% trgovalo s ponaredki na petih večjih trgih EU. Ti rezultati kažejo, da se prodaja ponaredkov preusmerja na internetne platforme z manj strogimi politikami izvrševanja (ki jih memorandum o soglasju večinoma ne zajema), kar bi lahko bil znak, da memorandum o soglasju spodbuja dobre prakse in ga je treba razširiti na nove podpisnike, če naj bo še naprej učinkovit kot prostovoljni ukrep.

Le ena internetna platforma je posredovala vrednosti v zvezi s poročili o **slabih izkušnjah kupcev** (30-odstotni upad od začetka leta 2011).

Poročila podpisnikov kažejo, da družbe dejavnemu boju proti ponaredkom pripisujejo različno pomembnost. Stopnja pomembnosti se izraža tudi v temu namenjenih **finančnih in človeških virih**. Zaščita znamk veliko stane. Nek imetnik pravic je poročal, da porabi več kot 3 milijone EUR na leto za ukrepe za zaščito znamk, kar vključuje spremljanje spletnih storitev in obvestila o protizakonitih ponudbah. Neka internetna platforma je poročala o enakem obsegu skupnih stroškov človeških virov za svoj program boja proti ponarejanju. Drug večji imetnik pravic je navedel letne stroške v višini 1 milijona EUR. Na nasprotni strani pa je eden izmed imetnikov pravic trdil, da letno porabi le nekaj tisoč evrov za ukrepe za zaščito znamk. Zdi se, da internetne platforme v ukrepe proti ponarejanju vlagajo znatne količine sredstev. Več internetnih platform je poročalo, da pri ukrepih proti ponarejanju na tak ali drugačen način sodeluje okoli 40 uslužbencev. Ena od platform je ustanovila posebno skupino za dejavnosti proti ponarejanju, ki zagotavlja operativno podporo skupini za odnose z javnostmi imetnikov pravic. Vse internetne platforme še naprej vlagajo v dodatne računalniške zmogljivosti na področjih, kot so postopki za prijavo in odstranjevanje, proaktivni in preventivni ukrepi, spremljanje večkratnih kršiteljev in poročanje o njih ter podpora strankam. Porabljeni zneski so očitno sorazmerni z velikostjo in geografsko pokritostjo platforme. To na podoben način velja tudi za posamezne imetnike pravic.

Več platform je omenilo precej veliko vlaganje v dejavnosti **ozaveščanja**, kot so kampanje proti ponarejanju v sodelovanju z oblikovalci, izobraževalne delavnice za mala in srednje velika podjetja ter letna konferenca o boju proti ponarejanju. Tudi trgovinska združenja dejavno ozaveščajo svoje člane. Nekateri posamezni imetniki pravic so spregovorili o memorandumu o soglasju na javnih konferencah.

4. POGLED V PRIHODNOST

Ponarejanje na spletu predstavlja nenehen izziv. Tehnologija in poslovni modeli, ki jih uporabljajo ponarejevalci, se nenehno spreminjajo. Zato morajo biti internetne platforme in imetniki pravic **pozorni in previdni**, da so, kadar koli je to potrebno, pripravljeni sprejeti takojšnje in ustrezne ukrepe.

Memorandum o soglasju je prestal poskusno obdobje. Podpisniki so se zavezali za njegovo uresničitev, zato deluje zadovoljivo. Do danes se še **ni pokazala očitna potreba po**

spremembi besedila memoranduma o soglasju. Sedanje določbe so bile oblikovane tako, da omogočajo hiter odziv na nove pojave. Ne glede na to pa so še vedno možne izboljšave v zvezi z operativnim izvajanjem, če naj postane priznano merilo „dobrih praks“.

Zdi se, da je napredek v boju proti prodaji ponaredkov najlaže doseči s krepitvijo dosedanjih dosežkov in prizadevanji za še boljše delovanje memoranduma o soglasju. Podpisniki zato predvidevajo naslednji potek dela:

Podaljšati memorandum o soglasju in izvesti pregled po nadaljnjih dveh letih

Na podlagi trenutne različice memoranduma o soglasju **so podpisniki zavezani k nadaljevanju njegove uporabe za nadaljnji dve leti**²³. V tem obdobju **se želijo podpisniki sestati dvakrat na leto pod okriljem Evropske komisije**. Na spomladanskem plenarnem zasedanju naj bi se obravnavala splošna vprašanja politike. Na jesenskem zasedanju pa naj bi bil večji poudarek na operativnih vprašanjih²⁴.

Podpisniki memoranduma o soglasju in Evropska komisija se strinjajo, da bi morali **redno preverjati**, ali je memorandum o soglasju še vedno primeren za boj proti spletnim ponudbam ponarejenega blaga. Komisija zato za konec leta 2014 načrtuje drugi pregled, ki bo podoben sedanjemu. Do tedaj bi moral biti oblikovan **skupni okvir za ključne kazalnike uspešnosti**, ki bi merili predanost podpisnikov.

Sedanja ocena je pokazala, da se izvajanje memoranduma o soglasju lahko še izboljša. **Dvostranski sestanki** med podpisniki bi se morali nadaljevati, da bi se lahko medsebojno obveščali o specifičnih težavah in skupaj iskali praktične rešitve. Če se pokaže taka potreba, bi bilo poleg tega morda primerno **okrepiti vlogo Komisije kot posrednika** in pustiti, da se razvije v bolj **posredniško funkcijo** za specifična vprašanja. To bi lahko bilo koristno pri občutljivih vprašanjih, ki zadevajo manjšo skupino podpisnikov.

Podpisniki in Evropska komisija bodo skupaj razvili **strategijo okrepljene komunikacije**, ki naj bi pripomogla k popolnemu izkoristku prednosti memoranduma o soglasju kot prizadevanja za oblikovanje najboljših praks, s katero bi imetniki pravic in internetne platforme zajezili spletne ponaredke.

Razširiti članstvo memoranduma o soglasju

Podpisniki so se na podlagi dosedanjih izkušenj strinjali, da bi bilo koristno **razširiti članstvo memoranduma o soglasju**, tako da se vključijo nove internetne platforme, distributerji, imetniki pravic in trgovinska združenja. Razširitev memoranduma o soglasju s sprejetjem novih podpisnikov, zlasti iz novih sektorjev ali območij, ki bi bili pripravljene in sposobni upoštevati njegove določbe, bi bil ključen naslednji korak za izboljšanje njegove učinkovitosti. Usmeriti se je treba na družbe in trgovinska združenja, ki so potencialno pomembna za doseganje ciljev memoranduma o soglasju in bi prinesla dodano vrednost.

Za širjenje dobrih praks in doslednejšega upoštevanja memoranduma o soglasju si bodo podpisniki in Evropska komisija **prizadevali pomagati internetnim platformam in imetnikom pravic, ki niso podpisniki memoranduma o soglasju**, pri prilagajanju njihovih poslovnih procesov in podpornih orodij, če je to primerno. Pri tem bi lahko koristno sodeloval tudi Evropski opazovalni urad za kršitve pravic intelektualne lastnine.

Za nadaljnje izboljšanje varstva potrošnikov v okviru memoranduma o soglasju in zagotavljanje, da njegova uporaba dosledno varuje temeljne pravice, si bo Komisija še

²³ V skladu s členom 44 memoranduma o soglasju lahko vsak podpisnik kadar koli prekine svoje sodelovanje v memorandumu o soglasju, tako da o tem obvesti druge podpisnike in Evropsko komisijo.

²⁴ Člen 42 memoranduma o soglasju predvideva podaljšanje memoranduma o soglasju po obdobju ocenjevanja za nedoločeno obdobje, skupaj s polletnimi sestanki in periodičnim poročilom Komisije.

naprej prizadevala za vključevanje, po možnosti pa tudi polno sodelovanje, predstavniških organizacij potrošnikov in skupin, ki predstavljajo civilno družbo. Internetne platforme in imetniki pravic bi morali iskati tudi nove načine za izboljšanje varstva potrošnikov, ki bi presegli tisto, kar je že bilo dogovorjeno v okviru memoranduma o soglasju.

Priloga: Seznam spletnih mest in blagovnih znamk, ki jih zajema memorandum o soglasju

Blagovne znamke, ki jih zajema memorandum o soglasju

Skupina Adidas

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

Skupina Allianz Amer Sports

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

Skupina Lego

1. Lego

Skupina LVMH

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 (samo v Združenem kraljestvu, na Irskem in v Franciji; drugje je lastnik 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

Spletna mesta, ki jih zajema memorandum o soglasju

Skupina MIH

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 (brez malih oglasov (Petites Annonces))

9. eim.ebay.gr
10. eim.ebay.hu
11. ebay.ie
12. ebay.it/classico (brez malih oglasov)
13. ebay.nl
14. eim.ebay.no
15. ebay.pl
16. eim.ebay.pt
17. ebay.es/classico (brez malih oglasov)
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.