



**CONSEJO DE
LA UNIÓN EUROPEA**

**Bruselas, 25 de abril de 2013
(OR. en)**

8904/13

**PI 59
UD 93
TELECOM 89
DATAPROTECT 55
MI 332
COMPET 242
CONSOM 74
JAI 320
COSI 41
CRIMORG 69
ENFOPOL 123
AUDIO 40
CULT 38**

NOTA DE TRANSMISIÓN

Emisor:	Por el Secretario General de la Comisión Europea, D. Jordi AYET PUIGARNAU, Director
Fecha de recepción:	18 de abril de 2013
Destinatario:	D. Uwe CORSEPIUS, Secretario General del Consejo de la Unión Europea
N.º doc. Ción.:	COM(2013) 209 final
Asunto:	INFORME DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO Y AL CONSEJO acerca del funcionamiento del Memorándum de Acuerdo sobre la venta de mercancías falsificadas a través de internet

Adjunto se remite a las Delegaciones el documento de la Comisión – COM(2013) 209 final.

Adj.: COM(2013) 209 final



COMISIÓN
EUROPEA

Bruselas, 18.4.2013
COM(2013) 209 final

INFORME DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO Y AL CONSEJO
acerca del funcionamiento del Memorándum de Acuerdo sobre la venta de mercancías
falsificadas a través de internet

(Texto pertinente a efectos del EEE)

INFORME DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO Y AL CONSEJO
acerca del funcionamiento del Memorándum de Acuerdo sobre la venta de mercancías
falsificadas a través de internet

(Texto pertinente a efectos del EEE)

ÍNDICE

1.	Introducción	4
2.	El Memorándum de Acuerdo	5
2.1.	Un planteamiento de cooperación novedoso.....	5
2.2.	Ámbito y estructura del Memorándum de Acuerdo.....	6
2.3.	Autorregulación con arreglo al Memorándum de Acuerdo	8
3.	Funcionamiento y repercusión del Memorándum de Acuerdo	9
3.1.	Conseguir que el Memorándum de Acuerdo funcione	9
3.2.	Procedimientos de notificación y retirada: piedra angular del Memorándum de Acuerdo	9
3.3.	Medidas proactivas y preventivas — medidas decisivas para combatir eficazmente las falsificaciones	11
3.4.	Infractores reincidentes	13
3.5.	Cooperación, incluida la puesta en común de información	14
3.6.	Confianza, información y protección de los consumidores	15
3.7.	Comunicación externa y sensibilización	16
3.8.	Análisis comparativo de los efectos del Memorándum de Acuerdo.....	17
4.	Próximos pasos	19
	Anexo: Lista de sitios y marcas cubiertos por el Memorándum de Acuerdo	21
	Marcas cubiertas por el Memorándum de Acuerdo	21
	Sitios cubiertos por el Memorándum de Acuerdo.....	23

1. INTRODUCCIÓN

En el presente informe se evalúa el funcionamiento del Memorándum de Acuerdo sobre la venta de mercancías falsificadas a través de internet (mayo de 2011), en lo sucesivo denominado «el Memorándum de Acuerdo»¹.

La venta de mercancías falsificadas a través de internet es perjudicial y nociva para todas las partes interesadas legítimas, en concreto las plataformas de internet y los titulares de derechos de propiedad intelectual y, lo más importante, para los consumidores. La falsificación en línea es un **fenómeno dinámico, que está cambiando constantemente** y que se adapta para introducirse en nuevos modelos de negocio. Los negocios ilícitos de falsificación son complejos: reaccionan ante las estrategias de protección contra la falsificación.

La finalidad del Memorándum de Acuerdo es establecer un código de prácticas para la lucha contra la venta de mercancías falsificadas a través de internet y mejorar la colaboración entre sus signatarios, para que puedan responder eficazmente a esta amenaza constante. Existe consenso en cuanto a que **cooperar es mucho mejor que litigar**, algo que ni mejora la eficiencia del mercado ni promueve la confianza de los consumidores. El objetivo clave es infundir confianza en el mercado. El Memorándum de Acuerdo promueve **la confianza en el mercado en línea** ofreciendo medidas detalladas contra las ofertas en línea de mercancías falsificadas, así como una **mejor protección para los consumidores** que compran involuntariamente una imitación.

El Memorándum de Acuerdo engloba a las principales plataformas de comercio electrónico, así como marcas importantes en el ámbito de los bienes de consumo de rotación rápida, de la electrónica de consumo, la moda, los artículos de lujo, los artículos deportivos, las películas, los programas informáticos, los juegos y juguetes, todas ellas presentes tanto a nivel mundial como regional².

Durante el periodo de evaluación³, los signatarios se reunieron periódicamente. En la página web de la DG Mercado Interior y Servicios⁴ se han publicado resúmenes de estas reuniones.

¹ De acuerdo con lo establecido en el artículo 41 del Memorándum de Acuerdo, http://ec.europa.eu/internal_market/iprenforcement/docs/memorandum_04052011_en.pdf.

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

³ El artículo 40 del Memorándum de Acuerdo establece que su firma (el 4 de mayo de 2011) estará seguida por un periodo de evaluación de doce meses. Aunque el periodo de evaluación inicial se había fijado en doce meses, los signatarios convinieron por unanimidad en ampliar este periodo en otros seis meses para que pudieran probarse de manera exhaustiva todas las medidas previstas en el Memorándum de Acuerdo.

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

En el presente informe se analizan el desarrollo, la aplicación y el funcionamiento del Memorandum de Acuerdo y se hace balance de cómo evalúan los signatarios su eficacia para reducir la venta en la UE, a través de internet, de mercancías falsificadas. El informe se ciñe estrictamente al Memorandum de Acuerdo y no abarca cuestiones de política general conexas.

Se muestra que el enfoque adoptado por **el Memorandum de Acuerdo funciona, pero se destaca también la necesidad de que las plataformas de internet y los titulares de derechos se mantengan alerta y vigilantes**. En él se concluye que el Memorandum de Acuerdo debe prorrogarse dos años más y que debe ampliarse el número de partes signatarias. La Comisión está considerando la posibilidad de adoptar nuevas medidas para luchar contra las falsificaciones de forma más general y podría proponer una iniciativa antes de que finalice el año en curso.

2. EL MEMORÁNDUM DE ACUERDO

2.1. Un planteamiento de cooperación novedoso

Tanto en su Comunicación de 2009 «Mejorar el respeto de los derechos de propiedad intelectual en el mercado interior»⁵ como en su Comunicación de 2011 «Un mercado único de los derechos de propiedad intelectual»⁶, la Comisión destacó la importancia de que los titulares de los derechos de propiedad intelectual y otras partes interesadas, como las plataformas de internet, los mayoristas, los minoristas y los consumidores, así como las asociaciones profesionales, adopten enfoques basados en la voluntariedad y la colaboración para combatir la falsificación.

En la Comunicación de 2009 se explicaba que **la cooperación, y no el litigio**, debía convertirse en el enfoque preponderante entre partes interesadas que operan en un entorno tecnológico y comercial en rápida evolución. Se proponían **diálogos entre los interesados** como método de trabajo para llegar a posibles acuerdos voluntarios, es decir, diálogos constructivos centrados en problemas concretos y soluciones viables y prácticas que deben ser realistas, equilibradas, proporcionadas y justas para todos. Este tipo de enfoque conjunto, inclusivo y participativo concuerda bien con el programa «Legislar mejor» de la Comisión.

En el contexto de este Memorandum de Acuerdo, la Comisión Europea asumió una función novedosa como facilitadora de los diálogos citados, proporcionando apoyo administrativo y logístico y salvaguardando, en caso necesario, un equilibrio justo entre los diferentes intereses en juego, en especial los derechos y expectativas legítimos de los ciudadanos de la UE.

La función facilitadora de la Comisión Europea garantiza también que esos diálogos entre los interesados, y los posibles acuerdos subsiguientes, sean transparentes y rigurosamente conformes con el marco jurídico vigente, respetando escrupulosamente los derechos y libertades fundamentales.

⁵ COM(2009) 467 final de 11.9.2009: «Mejorar el respeto de los derechos de propiedad intelectual en el mercado interior».

⁶ COM(2011) 287 final de 24.5.2011: «Un mercado único de los derechos de propiedad intelectual - Estimular la creatividad y la innovación para generar crecimiento económico, empleos de calidad y productos y servicios de excelencia en Europa».

Tanto el Parlamento Europeo⁷ como el Consejo⁸ apoyaron este planteamiento de la Comisión.

Como primer ejemplo del planteamiento cooperativo, la Comisión puso en marcha un diálogo entre los interesados sobre la venta de mercancías falsificadas a través de internet, que tuvo como resultado un memorándum de acuerdo que fue adoptado por 33 empresas y asociaciones profesionales y englobaba a 39 sitios de internet diferentes.

2.2. **Ámbito y estructura del Memorándum de Acuerdo**

El comercio en línea ofrece a las empresas y los consumidores oportunidades sin precedentes para comprar y vender mercancías, tanto a nivel nacional como a través de las fronteras internas del mercado interior y a nivel internacional. Dentro del mercado interior, internet reduce las barreras transfronterizas al comercio.

Lamentablemente, internet se ha convertido también en uno de los principales canales para las falsificaciones. La mayor parte del comercio electrónico que se realiza a través de plataformas de internet es completamente legítimo. No obstante, hay operadores ilícitos o fraudulentos que comercian con falsificaciones y están aprovechando también las ventajas que ofrece el comercio electrónico para ofrecer productos falsificados directamente a los consumidores. Por ejemplo, los signatarios señalan una nueva generación de vendedores de falsificaciones (a pequeña escala), que adquieren cantidades modestas de falsificaciones baratas en sitios en línea o a través de canales de distribución más tradicionales para ofrecerlas después a la venta en sitios de internet. Ni el vendedor inicial de las mercancías ni las mercancías falsificadas están necesariamente ubicados en el territorio de la UE. De este modo, las plataformas de internet legítimas y los titulares de derechos que ofrecen servicios a los vendedores y los compradores pueden caer víctimas de quienes trafican con falsificaciones, en perjuicio de los consumidores, los titulares de derechos, los prestadores de servicios de comercio electrónico, la economía y la sociedad en general.

Aunque antes de existir el Memorándum de Acuerdo las plataformas de internet y los titulares de derechos ya habían adoptado medidas contra las ofertas en línea de mercancías falsificadas, a raíz de la puesta en marcha del diálogo entre los interesados se generalizó la convicción de que era posible conseguir más.

El Memorándum de Acuerdo se centra en **desbaratar e imposibilitar el mercado de las falsificaciones por el lado de la oferta**, es decir, trata de eliminar la oferta de mercancías falsificadas a través de internet lo más rápidamente posible. Establece medidas proporcionadas y disuasorias contra quienes tratan repetidamente de vender falsificaciones. Además, intenta lograr una mejor protección de los consumidores que compran involuntariamente una imitación, y de los vendedores legales de mercancías a los que puede parecerles que se les restringe o retrasa indebidamente la presentación de un producto para su venta en línea.

El Memorándum de Acuerdo promueve una estrategia basada en tres vías de defensa. Con ellas se trata de garantizar que no aparezcan en línea ofertas ilícitas, y que, si aparecen, se

⁷ Resolución del Parlamento Europeo, de 22 de septiembre de 2010, sobre el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual en el mercado interior;
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2010-0340+0+DOC+XML+V0//ES>.

⁸ Resolución del Consejo, de 1 de marzo de 2010, sobre el respeto de los derechos de propiedad intelectual en el mercado interior, DO C 56 de 6.3.2010, p. 1.

retiren lo antes posible y, en cualquier caso, lo bastante rápido como para impedir que se realicen nuevas transacciones. Todas las medidas se producen simultáneamente y en tiempo real.

En primer lugar, es muy importante que los consumidores, es decir, vendedores y compradores, **comprendan el fenómeno de la falsificación, los riesgos que conlleva para los consumidores y sus efectos perjudiciales para los titulares de derechos**. Los consumidores pueden participar activamente en la lucha contra la falsificación. Con este fin, las plataformas de internet se han comprometido a **poner a disposición de los potenciales vendedores y compradores información** apropiada, a la que se pueda acceder fácilmente y, cuando proceda, en cooperación con los titulares de derechos. Deben explicar que ofrecer mercancías falsificadas es ilegal y señalar las medidas de precaución que los compradores han de tomar para evitar comprarlas. En las plataformas de internet, los vendedores bien informados deben comprometerse a no ofrecer esas mercancías. A su vez, los consumidores bien informados deben conocer las herramientas que pueden utilizar y los procedimientos que deben seguir si han comprado mercancías falsificadas. El Memorándum de Acuerdo es plenamente conforme con la Agenda del Consumidor, recientemente elaborada por la Comisión, en la que se anima a intermediarios y comerciantes a ir más allá del mero cumplimiento de la legislación y adoptar medidas autorreguladoras para mejorar la protección de los consumidores⁹.

La **segunda vía de defensa** incluye **medidas proactivas y preventivas** como respuesta inmediata y adecuada a los intentos de vender falsificaciones, antes de que la oferta se ponga a disposición del público o poco después. Adoptando estas medidas, los titulares de derechos y las plataformas de internet intentan reducir las ofertas de mercancías falsificadas a través de internet. Pueden ser medidas técnicas o procedimentales, y a menudo requieren la intervención humana. En muchos casos, son específicas para los respectivos modelos de negocio y la organización de los titulares de derechos y/o las plataformas de internet. Un ejemplo de medida proactiva y preventiva es la investigación de los vendedores antes de permitir que operen en una plataforma de internet y, en determinados casos, evaluar de manera continua su actuación. Las medidas proactivas y preventivas eficaces suelen ser complejas y exigen recursos sustanciales y una buena cooperación entre los titulares de derechos y las plataformas de internet. **Con ellas se trata de garantizar que no aparezcan en línea ofertas de mercancías falsificadas.**

En tercer lugar, pese a la información de los consumidores y la adopción de medidas proactivas y preventivas, es posible que sigan poniéndose a disposición del público en alguna plataforma de internet ofertas de mercancías falsificadas. Cuando esto sucede, los titulares de derechos y los consumidores pueden notificar a la plataforma de internet la existencia de tales ofertas. Esto permite a la plataforma tomar las medidas adecuadas, como retirar la oferta del sitio en cuestión. **Los procedimientos de notificación y retirada tratan de ofrecer un procedimiento sencillo, justo y expeditivo para eliminar ofertas en línea de mercancías falsificadas.**

El Memorándum de Acuerdo complementa estas medidas proporcionando una mejor **protección a los consumidores**, lo que incluye la posibilidad de recibir a cambio otro producto o un reembolso en determinadas condiciones. El Memorándum de Acuerdo incluye también **acciones disuasorias contra los infractores reincidentes**, en cuya detección se han

⁹ Comunicación de la Comisión: «Una Agenda del Consumidor Europeo para impulsar la confianza y el crecimiento», COM(2012) 225 final.

comprometido a cooperar sus signatarios. Las plataformas de internet se comprometen a aplicar y hacer cumplir las medidas disuasorias de conformidad con sus directrices internas. Las políticas aplicadas en relación con los infractores reincidentes tienen que ser objetivas y proporcionadas y tener plenamente en cuenta las circunstancias. El intercambio de información sobre los infractores reincidentes con arreglo al Memorándum de Acuerdo respeta plenamente la legislación en materia de protección de datos.

Los consumidores deben utilizar toda la información disponible cuando compran en línea para evitar adquirir falsificaciones; no obstante, pueden resultar perjudicados. Es posible que les hayan inducido con engaño a comprar involuntariamente mercancías falsificadas, lo que puede acarrear daños económicos o de otra índole. El Memorándum de Acuerdo incluye un conjunto mínimo de disposiciones de protección de los consumidores. La compensación por los daños económicos o de otro tipo dependerá de las políticas de cada uno de los signatarios afectados. Un consumidor que haya ofrecido a la venta una presunta mercancía falsificada posteriormente retirada puede resultar perjudicado si se comprueba que esa retirada fue injustificada.

Por último, el Memorándum de Acuerdo garantiza que, durante el periodo de evaluación, los signatarios **no inicien nuevos litigios que los enfrenten entre sí** en relación con asuntos contemplados por él. Esta moratoria sobre los litigios es una disposición importante que pone de relieve el compromiso mutuo de los signatarios de cooperar de buena fe.

2.3. Autorregulación con arreglo al Memorándum de Acuerdo

La cooperación voluntaria de un gran número de partes con intereses y modelos de negocio diferentes suele ser difícil de lograr. Lleva tiempo construir la confianza necesaria para que esa cooperación funcione.

El proceso anterior a la firma del Memorándum de Acuerdo, así como la propia firma, han demostrado ser pasos esenciales para la construcción de un clima de confianza mutua entre los signatarios. El diálogo estructurado permitió a las partes interesadas conocer mejor sus respectivas inquietudes, así como sus limitaciones técnicas, organizativas y comerciales. **La confianza mutua es el factor unificador.** Sin ella, la cooperación voluntaria está condenada al fracaso.

Otros factores decisivos para el éxito han sido los siguientes:

- el claro incentivo que constituye para cada signatario el hecho de que el acuerdo sea voluntario;
- las salvaguardias que contiene el acuerdo para proteger los intereses esenciales de cada signatario, tener en cuenta los diferentes modelos de negocio y políticas comerciales y garantizar la seguridad jurídica a fin de superar la resistencia en las respectivas organizaciones;
- el hecho de que se trata de un acuerdo voluntario con una orientación muy clara, que incluye un objetivo bien definido, y obligaciones claramente formuladas y realistas distribuidas de manera proporcional entre las partes (aplicación inteligente de las disposiciones);
- el alto nivel de adhesión y compromiso dentro de las empresas signatarias del acuerdo;

- la suficiente flexibilidad como para permitir las adaptaciones que exija la evolución de las circunstancias sin tener que renegociar el acuerdo.

Por otra parte, la **participación de los servicios de facilitación de la Comisión Europea** ha estructurado y conducido los diálogos y las negociaciones, además de alentar a las partes interesadas a superar los obstáculos. El apoyo político de las autoridades y los parlamentos nacionales puede ser muy útil también.

La **transparencia hacia el exterior** aumenta la credibilidad y garantiza la rendición de cuentas y la responsabilidad con respecto a las partes interesadas, las autoridades y los parlamentos nacionales y la sociedad en su conjunto. Puede animar también a nuevas partes interesadas a suscribir el acuerdo voluntario y las mejores prácticas que promueve.

3. FUNCIONAMIENTO Y REPERCUSIÓN DEL MEMORÁNDUM DE ACUERDO

3.1. Conseguir que el Memorándum de Acuerdo funcione

El Memorándum de Acuerdo está limitado a signatarios que prestan servicios y suministran mercancías en la UE y el EEE. Para aclarar su ámbito de aplicación, los signatarios precisaron los sitios web y las marcas que engloba (véase el anexo).

Se elaboró una lista de **puntos de contacto** con el fin de facilitar la comunicación entre los signatarios sobre cuestiones relacionadas con el Memorándum de Acuerdo y permitir contactos operativos directos entre las personas responsables de la protección de la marca de los titulares de derechos en los diferentes Estados miembros y los sitios que operan en las plataformas de internet.

La disponibilidad de esta información básica en un formato fácilmente accesible y actualizado periódicamente ha ayudado a los signatarios a aplicar el Memorándum de Acuerdo en la práctica. Asimismo, ha dado a conocer a las organizaciones locales de signatarios el Memorándum de Acuerdo, su potencial y ventajas.

Las plataformas de internet y los titulares de derechos participaron en **reuniones bilaterales** para establecer contactos, intercambiar información y debatir cuestiones operativas. Estas reuniones, junto con la utilización sistemática de los respectivos programas de protección de derechos de las plataformas de internet, permitieron a los signatarios poner en común conocimientos, detectar tendencias y, como resultado, acelerar la retirada de las ofertas sospechosas, mejorando la prevención.

En general, las partes en el Memorándum de Acuerdo han señalado que ha **mejorado significativamente la comunicación** entre los signatarios, lo que ha facilitado la colaboración. En casos específicos se ha actuado de manera concertada, como, por ejemplo, en la reacción rápida ante casos de aumento repentino de falsificaciones concretas.

3.2. Procedimientos de notificación y retirada: piedra angular del Memorándum de Acuerdo

Todos los signatarios sostienen que los procedimientos de notificación y retirada son indispensables en la lucha contra la venta de falsificaciones a través de internet. En el contexto de este Memorándum de Acuerdo, las normas de notificación y retirada prevén lo siguiente:

- i) un mecanismo para eliminar ofertas específicas de presuntos artículos falsificados de los sitios de las plataformas de internet, y
- ii) un mecanismo para notificar a las plataformas de internet los usuarios que venden falsificaciones (notificaciones basadas en el vendedor).

Esta es la principal herramienta que debe aplicarse cuando circulan ya a través de internet presuntas ofertas ilícitas. Además, los signatarios han señalado que el Memorándum de Acuerdo ha demostrado ser útil; las normas de notificación y retirada no deben ser demasiado prescriptivas y deben incluir mecanismos para tratar los abusos del sistema. Algunas empresas han ideado métodos adaptados a sus propias necesidades para hacer frente a las infracciones en sus sitios de internet.

Los signatarios han informado de que las plataformas de internet reciben millares de solicitudes de notificación y retirada cada año, basadas en todo tipo de razones. En el contexto del Memorándum de Acuerdo, y de conformidad con el acervo¹⁰ de la UE, la finalidad de los procedimientos de notificación y retirada es eliminar las ofertas de presuntas mercancías falsificadas de los sitios de las plataformas de internet de manera oportuna, eficiente y efectiva.

Antes de existir el Memorándum de Acuerdo, todas las plataformas de internet tenían ya instalado algún mecanismo de notificación y retirada que capacitaba o autorizaba a los titulares de derechos y otras personas y organizaciones afectadas para detectar presuntas falsificaciones. Aunque algunos de estos sistemas eran fáciles de encontrar en los sitios web, se consideraba que muchos otros no funcionaban satisfactoriamente. Además, no todos los titulares de derechos utilizaban siquiera el sistema de notificación y retirada disponible. Las notificaciones eran incompletas, no eran lo bastante específicas, resultaban difíciles de procesar y a veces se referían a artículos individuales, pero también a catálogos completos de productos. El curso dado a las notificaciones variaba entre las distintas plataformas de internet y no siempre era considerado satisfactorio por los titulares de derechos que las habían realizado. Las ofertas no se retiraban, tardaban demasiado en retirarse o volvían a aparecer rápidamente después de haber sido retiradas.

Desde la introducción del Memorándum de Acuerdo, algunas plataformas de internet han informado de que tardan hasta 24 horas en eliminar una oferta de internet, y a veces hasta 48 horas; otras tardan de 2 a 5 horas. En cambio, otras señalan que las ofertas denunciadas se eliminan el mismo día o temprano al día siguiente. Con todo, los titulares de derechos han señalado diferencias en la velocidad de procesamiento de la misma plataforma de internet en los distintos Estados miembros.

Por otra parte, las plataformas de internet han señalado la gran variación registrada en la cantidad media mensual de notificaciones de ofertas de falsificaciones (desde una hasta varios centenares) presentadas por titulares de derechos concretos. Desde que el Memorándum de Acuerdo entró en vigor, muy pocas veces rechazan solicitudes de retirada y casi nunca necesitan pedir información adicional para procesar una notificación: las solicitudes de información adicional suelen referirse a notificaciones de titulares de derechos que utilizan por primera vez este proceso. Algunos titulares de derechos opinan que en ciertos casos se ha exigido un nivel de detalle innecesario. Cuando se retira una presunta oferta ilícita de internet,

¹⁰ Directiva 2000/31/CE, capítulo II, sección 4; DO L 178 de 17.7.2000, p. 1.

la plataforma correspondiente, entre otras cosas, informa al vendedor afectado, explicando las razones que han justificado la retirada.

Las notificaciones sobre usuarios que venden falsificaciones —a diferencia de las notificaciones sobre ofertas específicas— han sido relativamente escasas. En general, las notificaciones referentes al vendedor se consideran engorrosas, ya que casi siempre exigen una investigación adicional oferta por oferta antes de tomar una decisión. Puesto que los infractores reincidentes (vendedores identificados que actúan de mala fe) serán sancionados en cualquier caso (a raíz de notificaciones referentes a su oferta), no se considera que las notificaciones que señalan al vendedor aporten una ventaja significativa. Antes bien, un titular de derechos indicó que, si bien la cooperación en los procesos de notificación y retirada funcionaba bien cuando se trataba de denuncias de artículos, no estaba tan claro en qué medida las plataformas de internet estaban tomando medidas en respuesta a las notificaciones sobre vendedores implicados en la venta de mercancías falsificadas.

Las condiciones que aplican las diferentes plataformas de internet prohíben claramente la venta de artículos que vulneren los derechos de terceros. También especifican que los artículos ilícitos pueden ser suprimidos. Algunas plataformas de internet suministran a los titulares de derechos formularios que deben utilizar para presentar las notificaciones, aunque están básica y principalmente destinados a los titulares de derechos que no han suscrito el Memorándum de Acuerdo. Aunque el tratamiento efectivo de las notificaciones es un proceso interno, las plataformas de internet más grandes ofrecen explicaciones en línea sobre el procedimiento de notificación y retirada. Estas explicaciones sirven como punto de referencia, en especial para los titulares de derechos que no se han adherido al Memorándum de Acuerdo, y pueden incorporarse también en el programa específico de protección de derechos de la plataforma de internet o en la sección de «ayuda» del sitio web.

Desde la entrada en vigor del Memorándum de Acuerdo, todos los signatarios han señalado una mejora en todos los aspectos del procedimiento de notificación y retirada. Varias plataformas de internet han revisado y, en muchos casos, simplificado sus herramientas y procedimientos. Una plataforma de internet reestructuró sus procesos de notificación y retirada para aplicar un procedimiento común en todos sus sitios europeos¹¹.

Según la información proporcionada por los titulares de derechos, en términos generales el procedimiento de notificación y retirada está funcionando bien en los sitios de las plataformas de internet adheridas al Memorándum de Acuerdo¹². No obstante, en muchos casos, a los titulares de derechos les resulta caro mantener un programa de seguimiento.

3.3. Medidas proactivas y preventivas — medidas decisivas para combatir eficazmente las falsificaciones

Las medidas proactivas y preventivas son las medidas y los procedimientos que permiten a las plataformas de internet y los titulares de derechos impedir la realización de ofertas ilícitas a

¹¹ Este procedimiento común permitió a esta plataforma de internet vincular más sitios a las disposiciones del Memorándum de Acuerdo.

¹² Esta conclusión es exclusivamente válida para la notificación y retirada en el contexto del presente Memorándum de Acuerdo y no prejuzga su funcionamiento en otros ámbitos de contenidos ilegales o en lo que atañe a los no signatarios del Memorándum de Acuerdo. En concreto, debe entenderse sin perjuicio de las conclusiones de la Comisión en el contexto de la iniciativa sobre procedimientos de notificación y actuación (http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/notice-and-action/index_en.htm).

través de internet, o limitar su disponibilidad a un periodo lo más breve posible. Estas medidas y procedimientos varían no solo entre signatarios, sino a veces incluso entre los diferentes sitios de una misma plataforma de internet.

Según los signatarios, **la reacción mediante notificación y retirada no parece ser por sí sola suficiente** para tratar la cuestión de las ventas de falsificaciones en los mercados en línea. La adopción proactiva de salvaguardias adecuadas para impedir que se pongan a la venta en los mercados en línea mercancías falsificadas es igualmente importante en la lucha contra la falsificación a través de internet.

Las medidas proactivas y preventivas están muy vinculadas a los modelos de negocio y las prácticas particulares de las plataformas de internet y los titulares de derechos de que se trate. Constituyen uno de los factores de diferenciación de las plataformas de internet con respecto a sus competidores en el mercado. Pueden influir significativamente en la satisfacción de los consumidores y en su confianza en las ofertas disponibles en un sitio concreto. Algunas plataformas de internet son relativamente transparentes en relación con sus medidas proactivas y preventivas. Según han indicado algunas de ellas, para que estas medidas sigan siendo eficaces, con frecuencia tienen que ser complejas y poder adaptarse rápidamente a circunstancias cambiantes. En consecuencia, a menudo resulta cara su aplicación. Para los titulares de derechos, las medidas proactivas y preventivas forman parte de su programa de protección de la marca, con cuyas estrategias y operaciones están estrechamente relacionadas.

Todos los signatarios subrayaron repetidamente que **el intercambio de información entre los titulares de derechos y las plataformas de internet es crucial para la eficacia de las medidas proactivas y preventivas**. Varios de ellos observaron que la eficiencia de estas medidas parecía variar en el tiempo, así como en los diferentes sitios de las plataformas de internet, lo cual no resulta sorprendente dadas la agilidad y la capacidad de adaptación de quienes intentan vender falsificaciones. Esto demuestra que los signatarios deben permanecer siempre alerta y pone de relieve la necesidad de seguir cooperando.

Un signatario indicó que, gracias a la firma del Memorándum de Acuerdo, la inversión en medidas proactivas y preventivas había aumentado y estaba dando resultados tangibles. Una plataforma de internet señaló que ahora eliminaba ofertas potencialmente problemáticas más de forma voluntaria y proactiva que como reacción¹³.

Las medidas proactivas y preventivas abarcan desde medidas técnicas, como las relacionadas con la capacidad de una plataforma de internet para detectar el uso de ciertas palabras clave o de ofertas de contenidos aún no comercializados, hasta el intercambio de información con otras plataformas de internet sobre los indicadores de falsificaciones y sobre el *modus operandi* de quienes las venden. Algunas plataformas informaron de que utilizan determinadas tecnologías de detección y retiradas cautelares.

A algunos signatarios les preocupaba que, al tomar medidas proactivas para impedir la venta de mercancías falsificadas, se les pudiera acusar de conocer de hecho las actividades ilegales, lo cual les dejaría fuera del régimen de exenciones de responsabilidad establecido en la Directiva relativa al comercio electrónico.

¹³ T3 2011: 65/35, es decir, el 65 % de las ofertas sospechosas relacionadas con las marcas signatarias del Memorándum de Acuerdo se elimina proactivamente, frente al 35 % que se elimina reactivamente.
T3 2012: 80/20, es decir, el 80 % de las ofertas sospechosas relacionadas con las marcas signatarias del Memorándum de Acuerdo se elimina proactivamente, frente al 20 % que se elimina reactivamente.

3.4. Infractores reincidentes

De conformidad con el apartado 35 del Memorándum de Acuerdo, las plataformas de internet deben tener en cuenta las notificaciones sobre los infractores reincidentes y aplicar y hacer cumplir políticas disuasorias contra ellos.

Las políticas de las distintas plataformas para combatir a los infractores reincidentes prevén, por lo general, medidas disuasorias (por ejemplo, la suspensión temporal de las cuentas) dirigidas contra el vendedor (y no simplemente contra la oferta de que se trate) tras la segunda infracción. Pueden aplicarse medidas disuasorias más severas si se descubre que un vendedor está ofreciendo de nuevo mercancías falsificadas. Todas las plataformas de internet aplican medidas para impedir que vuelvan a registrarse los vendedores proscritos.

Si bien las medidas disuasorias son importantes e incluso esenciales, las plataformas de internet sostienen que, además de la suspensión de la cuenta de usuario, hay otras formas de impedir que se repitan las infracciones, como la educación, las medidas de seguridad, los desincentivos o las restricciones.

Las plataformas de internet describen su política de disuasión en las condiciones que figuran en el sitio web correspondiente. Además, algunas de ellas la resumen en otras secciones de sus sitios web, por ejemplo en el programa de protección de derechos o en las secciones de ayuda.

Las plataformas de internet no ejercen su política de medidas disuasorias de manera automática. A veces hacen falta correcciones concretas que se introducen cuando se considera apropiado. Un vendedor que actúa obviamente de mala fe puede quedar prohibido de inmediato, mientras que a un infractor reincidente que cometió por primera vez una infracción de pequeña importancia hace mucho tiempo se le puede advertir de nuevo antes de suspender su cuenta. Algunas plataformas de internet gestionan las sanciones estrictamente caso por caso, aunque con resultados y eficiencia similares. **A la hora de decidir qué medidas disuasorias aplicar se tienen en cuenta diversos aspectos**, como la gravedad de la vulneración, el número de presuntas infracciones, la reincidencia, el tiempo transcurrido desde la anterior infracción, las alegaciones del vendedor, el uso de un lenguaje que exprese una intencionalidad clara, la magnitud de las actividades lícitas y otros comportamientos más sospechosos, como los esfuerzos para evitar la detección. **En consecuencia, no ha sido posible adoptar una sola definición uniforme de medida disuasoria.**

Una vez más, la comunicación entre titulares de derechos y plataformas de internet es crucial para aplicar políticas eficaces de lucha contra los infractores reincidentes. Las plataformas de internet necesitan información de los titulares de derechos afectados; sin ella, sus políticas contra los infractores reincidentes son menos eficaces. Varias plataformas han desarrollado herramientas de notificación especializadas que han puesto a disposición de los titulares de derechos para facilitar el intercambio mutuo de información, y más en concreto mantener informado al titular de derechos que ha presentado la notificación, respetando al mismo tiempo el interés legítimo de todas las partes.

Las medidas disuasorias tienen consecuencias inmediatas para los vendedores, estén o no justificadas: la pérdida de oportunidades de venta del artículo en cuestión, la inversión de tiempo en formación obligatoria o la adopción de medidas de seguridad adicionales; la pérdida de la consideración de vendedor de confianza, lo que conduce a una disminución de la confianza de los consumidores y, en consecuencia, a una bajada de los precios medios de

venta; la limitación del negocio por la restricción de las ventas puede conducir a excedentes de existencias, pérdida de inversiones y pérdidas económicas; la imposición de suspensiones permanentes puede poner en riesgo todo el negocio (y con él a sus empleados y socios comerciales). Por estas razones, **las plataformas de internet se muestran reacias a aplicar medidas disuasorias y, cuando lo hacen, actúan con la debida cautela.**

Las políticas frente a los infractores reincidentes son muy importantes para los titulares de derechos porque son estos infractores los que les causan mayor perjuicio, sobre todo si consiguen seguir comerciando con falsificaciones mediante prácticas fraudulentas. **Los titulares de derechos siguen denunciado que hay infractores reincidentes que han estado vendiendo falsificaciones en diferentes plataformas de internet bajo nombres diversos durante bastante tiempo.** Los titulares de derechos notifican a las plataformas estas prácticas reiteradas, incluida la reaparición de ofertas que habían sido retiradas, basándose en sus propias investigaciones. Sin embargo, no siempre consiguen detectar y posteriormente identificar a los infractores reincidentes, por ejemplo porque el sitio afectado no ofrece herramientas de búsqueda basadas en los datos de los vendedores.

Se considera que las plataformas de internet toman ahora medidas más enérgicas que antes frente a los infractores reincidentes, bien por iniciativa propia bien a instancias de los titulares de derechos afectados, pero aplican su propio criterio y tienen en cuenta todas las circunstancias específicas del caso¹⁴. Por lo tanto, no a todas las notificaciones de infracciones reiteradas sigue la suspensión o cancelación de una cuenta. Desde que entró en vigor el Memorándum de Acuerdo, las plataformas de internet se han vuelto más transparentes con los titulares de derechos en cuanto a su política de acciones disuasorias y su aplicación. Algunas plataformas y titulares intercambian bilateralmente información sobre casos concretos, pero esta no parece ser la práctica general.

Todas las plataformas de internet han introducido medidas técnicas y procedimentales para detectar a los infractores reincidentes e impedir que vuelvan a registrarse en sus sitios web. Estos esfuerzos logran solo un éxito parcial debido a las tácticas encubiertas de los vendedores que actúan de mala fe. Solo un mayor intercambio mutuo de información y la cooperación directa entre las plataformas de internet y los titulares de derechos puede mejorar la situación.

Los signatarios están invirtiendo en herramientas y prácticas para combatir a los infractores reincidentes. A lo largo del pasado año estos esfuerzos conjuntos fueron mostrando progresivamente mejores resultados. En algunos casos se han conseguido éxitos notables¹⁵. No obstante, puede ser útil seguir trabajando para aclarar la aplicación práctica con el fin de mejorar los resultados operativos de las medidas adoptadas contra estos infractores.

3.5. Cooperación, incluida la puesta en común de información

La cooperación y la puesta en común de información son esenciales para la eficacia de las medidas proactivas y preventivas. **Todas las plataformas de internet han adoptado y**

¹⁴ Una plataforma de internet indicó en su informe anual sobre su lucha contra la falsificación que, en 2011, había cerrado 1715 cuentas, lo que suponía un incremento del 14 % con respecto a 2010. Otra cerró o restringió duramente varios millares de vendedores de productos de signatarios del Memorándum de Acuerdo durante el tercer trimestre de 2012, lo que indicaba también un aumento con respecto al mismo período del año anterior.

¹⁵ Varios titulares de derechos constataron una disminución de las infracciones reiteradas en varias plataformas de internet. Uno de ellos señaló incluso que, en una importante plataforma, el número de infracciones reiteradas que afectaban a sus marcas se había reducido en un 50 %.

publicado su política en materia de derechos de propiedad intelectual en sus respectivos sitios. Todas ellas comunican claramente los detalles de sus políticas. Estas políticas se reflejan también con claridad en las condiciones de uso de los sitios en cuestión, así como en los contratos con los vendedores. Todas las plataformas de internet aplican medidas para hacer cumplir su política en materia de derechos de propiedad intelectual e industrial.

Varias plataformas de internet han desarrollado programas de cooperación especiales para la protección de los derechos, que a menudo son la base para una cooperación ampliada entre dichas plataformas y los propietarios de marcas en general. La participación de los titulares de derechos en estos programas varía según los sitios web. Desde la entrada en vigor del Memorándum de Acuerdo, diversos titulares de derechos se han unido a estos programas en función de sus necesidades específicas¹⁶.

El Memorándum de Acuerdo no impide que los signatarios intercambien información más detallada o de otro tipo, de forma bilateral y con arreglo a condiciones adicionales. Algunas plataformas de internet han revelado análisis estadísticos de ofertas eliminadas (tanto de forma proactiva como a raíz de una notificación y solicitud de retirada) y esta información ha demostrado ser útil. Otras accedieron a revelar previa solicitud la identidad y los datos de contacto de presuntos infractores, conforme a lo permitido por la legislación sobre protección de datos aplicable. Solo en un caso han señalado los signatarios problemas en relación con este aspecto del Memorándum de Acuerdo¹⁷.

3.6. Confianza, información y protección de los consumidores

La confianza de los consumidores es un factor decisivo de éxito para todos los signatarios. Por consiguiente, todos ellos intentan protegerlos adecuadamente contra las falsificaciones y buscan la manera de compensar a aquellos consumidores bienintencionados que compran sin quererlo mercancías falsificadas.

Todas las plataformas de internet informan a los consumidores sobre cuáles son las mejores prácticas para utilizar sus servicios de forma segura y cómo detectar las ofertas sospechosas.

Todas las plataformas de internet importantes tienen sistemas de compensación por daños. Sin embargo, todos estos sistemas de protección del comprador son muy diferentes en cuanto a alcance y procedimientos. Por ejemplo, una plataforma de internet ofrece una garantía completa contra las falsificaciones y mantiene el dinero en depósito hasta que el comprador queda satisfecho con el resultado de la transacción. Además del reembolso a través del sistema de pago en línea, las plataformas de internet compensan a los consumidores mediante su propio programa de protección del comprador o una política global de devoluciones. Varias plataformas de internet ayudan a los consumidores a obtener un

¹⁶ En el caso de una plataforma de internet, todos los titulares de derechos presentes en ella se han unido al programa de protección de derechos. En otra, varios titulares de derechos gravemente afectados por las falsificaciones se han sumado a estos programas desde la entrada en vigor del Memorándum de Acuerdo; otras están utilizando los procedimientos de notificación y retirada sin adherirse formalmente al programa de protección de derechos como tal; una minoría ni se ha adherido al programa ni utiliza estos procedimientos.

¹⁷ Para más información general, véanse también los comentarios del Supervisor Europeo de Protección de Datos (SEPD) de 13 de septiembre de 2013 acerca de la consulta pública de la DG MARKT sobre procedimientos de notificación y actuación contra contenidos ilegales almacenados por intermediarios en línea; http://www.edps.europa.eu/EDPSWEB/webdav/site/mySite/shared/Documents/Consultation/Comments/2012/12-09-13_Comments_DG_MARKT_EN.pdf.

reembolso del vendedor de que se trate. Se ha de señalar al respecto que la legislación de la UE incluye unas normas mínimas que protegen a los consumidores que compran mercancías falsificadas a vendedores profesionales. En los casos en que una plataforma de internet actúa como vendedor profesional, la Directiva 1999/44/CE, sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo, confiere al consumidor el derecho a que los bienes se le sustituyan por un artículo auténtico o, si esto no es posible, a obtener un reembolso.

Es frecuente que consumidores decepcionados tras la compra de mercancías falsificadas se pongan en contacto con titulares de derechos no implicados en una venta concreta¹⁸. Obviamente, los titulares de derechos no tienen la obligación general de ofrecer una compensación ni de ayudar al consumidor a obtener reparación. No obstante, algunos de ellos realizan esfuerzos especiales.

Diversas plataformas de internet animan sistemáticamente a los consumidores a notificar las falsificaciones a las autoridades policiales locales. Algunas autoridades nacionales, como los organismos de vigilancia de la competencia y protección de los consumidores, tienden a denunciar también presuntas vulneraciones de la protección de los consumidores, como la publicidad engañosa, las prácticas comerciales desleales y el incumplimiento de las normas de etiquetado.

Todos los signatarios convinieron en que uno de los principales objetivos del Memorándum de Acuerdo es mejorar la protección de los consumidores. Los signatarios no han mencionado reacciones negativas de los consumidores¹⁹. Una plataforma de internet señaló incluso que el número de notificaciones negativas en relación con los vendedores y de denuncias enviadas por compradores insatisfechos había disminuido un 30 % desde principios de 2011.

3.7. Comunicación externa y sensibilización

Las **asociaciones profesionales** desempeñan un papel importante en la consecución de los objetivos del Memorándum de Acuerdo. Varias de ellas han contribuido de forma decisiva a crear relaciones constructivas entre titulares de derechos y plataformas de internet. Algunas velan de hecho por que se respeten los derechos de sus miembros y todas ellas representan igualmente los intereses de sus miembros y coordinan las posiciones conjuntas que deben adoptarse en su nombre en relación con el Memorándum de Acuerdo, pero, además, las asociaciones profesionales juegan un papel fundamental en la difusión de los conceptos que subyacen al Memorándum de Acuerdo y el fomento del respeto de sus principios entre sus miembros. La mayoría de las asociaciones profesionales han divulgado los progresos en la aplicación del Memorándum de Acuerdo y promovido las ventajas que reporta a través de actualizaciones de sus sitios web, circulares electrónicas distribuidas entre sus miembros y sesiones informativas en el transcurso de conferencias.

Los signatarios han reconocido la importancia de que las **autoridades** nacionales participen en la lucha contra las falsificaciones a través de internet, así como de mantener a los organismos que se ocupan de los derechos de propiedad intelectual e industrial y a los diputados al Parlamento Europeo plenamente informados sobre el Memorándum de Acuerdo

¹⁸ Algunos ejemplos característicos de motivos que llevan al comprador a quejarse al supuesto fabricante son los aparatos de electrónica de consumo que no funcionan bien o las camisetas de deporte mal confeccionadas. Tras un examen, se comprueba que el producto en cuestión no ha sido producido por el fabricante, sino que es una falsificación.

¹⁹ Ninguna organización de protección de los consumidores ha firmado el Memorándum de Acuerdo.

y las novedades conexas. Todos destacaron las ventajas de intensificar esa sensibilización a raíz de la adopción del presente informe.

A nivel de la UE, se ha hecho referencia al Memorándum de Acuerdo en diversas comunicaciones sobre las políticas relacionadas²⁰. También a nivel de los Estados miembros han surgido iniciativas similares²¹. A nivel internacional, el Memorándum de Acuerdo se promueve en foros internacionales como la OMPI²² y la OMC, así como en debates con los principales socios comerciales de la UE.

3.8. Análisis comparativo de los efectos del Memorándum de Acuerdo

Los signatarios han proporcionado a la Comisión, para la elaboración del presente informe, una cantidad sustancial de datos que muestran el funcionamiento del Memorándum de Acuerdo y su efecto en sus empresas. La mayoría de esos datos se consideran confidenciales debido a su naturaleza sensible desde el punto de vista comercial y, por lo tanto, no pueden citarse de manera directa.

Pese a todos los esfuerzos, **todas las plataformas de internet siguen teniendo ofertas de mercancías falsificadas en sus sitios web**. Los vendedores de mercancías falsificadas se han vuelto más hábiles en presentar sus ofertas de tal manera que no siempre es posible distinguir si el producto en línea es auténtico o una imitación. Esto pone de relieve las limitaciones de las medidas proactivas y preventivas basadas en palabras clave o fotografías y en los precios.

Muchos signatarios han invertido en el desarrollo de los indicadores apropiados (los llamados «**indicadores clave de resultados**») con la intención de medir los progresos alcanzados, y la aplicación y el funcionamiento del Memorándum de Acuerdo de una manera fiable y transparente. Estos indicadores deben tener en cuenta las características particulares de los diferentes modelos de negocio, así como las mercancías y los sectores de que se trate, y no ha sido posible utilizar un solo conjunto de indicadores para las mediciones de los diferentes signatarios. Por consiguiente, no ha sido posible aún generar cifras generales que sirvan como vector cuantitativo para evaluar y comunicar los efectos del Memorándum de Acuerdo.

Para supervisar las tendencias de las ofertas de mercancías falsificadas en los respectivos sitios de las plataformas de internet, algunos titulares de derechos han puesto en marcha de forma sistemática **programas de compra de prueba**, que se han repetido varias veces en circunstancias comparables. Estos programas han resultado valiosos para identificar tendencias.

Una plataforma de internet señaló que desde mediados de 2011 había observado una disminución apreciable (20 %) del número de informes de notificación y retirada presentados

²⁰ COM(2012) 537 final de 26.9.2012: «Promover los sectores de la cultura y la creación para el crecimiento y el empleo en la UE»;
SWD(2012) 286 final de 26.9.2012: «Competitiveness of the European High End Industries»;
COM(2012) 582 final de 10.10.2012: «Una industria europea más fuerte para el crecimiento y la recuperación económica — Actualización de la Comunicación sobre política industrial»;
COM(2012) 784 final de 18.12.2012: «La Agenda Digital para Europa – Motor del crecimiento europeo»;

Resolución del Parlamento Europeo, de 11 de diciembre de 2012, sobre la culminación del Mercado Único Digital. P7-TA(2012)0468, punto 56.

²¹ Por ejemplo, en Francia, la Carta sobre la lucha contra las falsificaciones en internet (2009), que se complementa con Cartas especiales sobre los sitios de anuncios clasificados y los operadores postales (2012).

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

por titulares de derechos, lo que probablemente se debía a una disminución del número de ofertas sospechosas visibles en la plataforma. Durante el mismo período, observó que la retirada con carácter proactivo de artículos sospechosos en el marco de sus medidas proactivas y preventivas casi se había duplicado. Un titular de derechos informó de que, el año pasado, sus marcas enviaron casi 120 000 notificaciones de contenidos ilícitos a intermediarios de internet, de las cuales, solo el 0,005 % no estaban justificadas.

Otra importante plataforma de internet informó de que, en el tercer trimestre de 2012, se **bloquearon o restringieron severamente las cuentas** de más de 8 600 vendedores porque se descubrió que habían puesto a la venta productos sospechosos de marcas de signatarios del Memorándum de Acuerdo. Aunque no se dispone de estadísticas específicas referentes a los signatarios del Memorándum de Acuerdo correspondientes a los mismos períodos de años precedentes, una extrapolación conservadora de estas cifras indica un aumento en comparación con años anteriores. Un titular de derechos señaló que, desde que se había adoptado el Memorándum de Acuerdo, y sobre una base trimestral, el número de infractores reincidentes se había reducido a la mitad. Otro titular de derechos mencionó también una disminución significativa del número de infractores reincidentes que seguían activos en las mismas plataformas de internet. En mayo de 2012 el 15,7 % de los infractores reincidentes seguía en activo, mientras que en agosto de 2012 solo se registró actividad del 5 % de ellos.

El efecto del Memorándum de Acuerdo en la presencia real de ofertas falsificadas en los sitios de las plataformas de internet ha sido variable, según informan los signatarios. **Un titular de derechos informó de que las falsificaciones de una categoría de producto concreta habían disminuido del 40 % al 0 % constante en una importante plataforma de internet.** El mismo titular informó de una disminución general de las falsificaciones en los sitios de otra importante plataforma. Otro mencionó una reducción del 50 % del número de vendedores fraudulentos y del 30 % de las ofertas ilícitas en la misma plataforma de internet. Un tercer titular identificó unos 12 000 vendedores diferentes de productos con su propia marca que habían realizado transacciones en una determinada plataforma de internet durante una semana del otoño de 2012; de ellos, el 9 % comerciaban con falsificaciones en cinco importantes mercados de la UE. Estos resultados muestran que la venta de falsificaciones tiende a desplazarse a las plataformas de internet con una política de control menos estricta (en general, no adheridas al Memorándum de Acuerdo), lo que puede significar que el Memorándum de Acuerdo promueve buenas prácticas y debe ampliarse a nuevos signatarios para que siga siendo eficaz como medida voluntaria.

Solo una plataforma de internet comunicó cifras sobre los informes de **malas experiencias de los compradores** (habían disminuido un 30 % desde principios de 2011).

Los informes de los signatarios muestran que las empresas varían en cuanto a la prioridad que conceden a la lucha activa contra las falsificaciones. Los **recursos financieros y humanos** asignados reflejan esas prioridades. Proteger una marca es caro. Un titular de derechos informó de que gasta más de 3 millones EUR al año en medidas de protección de la marca, incluidas la supervisión de los servicios en línea y la notificación de las ofertas ilícitas. Una plataforma de internet informó de que el coste total de los recursos humanos asignados a su programa de lucha contra las falsificaciones había sido de similar magnitud. Otro importante titular de derechos declaró un coste anual de un millón EUR. En el extremo opuesto, otro titular indicó que gastaba tan solo unos millares de euros al año en medidas de protección de la marca. Las plataformas de internet parecen invertir una cantidad sustancial de recursos en medidas de lucha contra las falsificaciones. Varias comunicaron que unos 40 de sus empleados se dedican de un modo u otro a las medidas de lucha contra las falsificaciones.

Una plataforma ha creado un equipo específico de operaciones de lucha contra las falsificaciones, que ofrece apoyo operativo al equipo de relaciones con los titulares de derechos. Todas las plataformas de internet siguen invirtiendo en nuevas aplicaciones informáticas en ámbitos como los informes de notificación y retirada, las medidas proactivas y preventivas, la supervisión y denuncia de infractores reincidentes y el apoyo a los clientes. Como es lógico, las cantidades invertidas son proporcionales al tamaño y la cobertura geográfica de la plataforma. Esto es aplicable también, *mutatis mutandis*, a los distintos titulares de derechos.

Varias plataformas mencionaron una inversión bastante sustancial en **actividades de sensibilización**, como campañas de lucha contra las falsificaciones realizadas en colaboración con diseñadores, talleres educativos para pequeñas y medianas empresas, así como un congreso anual sobre la lucha contra las falsificaciones. Algunas asociaciones profesionales están promoviendo también activamente la sensibilización de sus miembros. Algunos titulares de derechos han hablado públicamente sobre el Memorándum de Acuerdo en conferencias.

4. PRÓXIMOS PASOS

La falsificación en línea es una diana en movimiento. La tecnología y los modelos empresariales que utilizan los falsificadores cambian constantemente. En consecuencia, las plataformas de internet y los titulares de derechos deben **permanecer alerta y vigilantes** si quieren estar listos para tomar medidas inmediatas y acertadas cuando sea necesario.

El Memorándum de Acuerdo ha superado su período de prueba. Está funcionando satisfactoriamente gracias al empeño de los signatarios en hacer que sea eficaz. Hasta el momento, **no parece necesario modificar el texto del Memorándum de Acuerdo**. Las disposiciones actuales se han formulado de tal manera que permiten actuar con rapidez contra nuevos fenómenos. No obstante, aún existe margen para mejorar la aplicación operativa si se quiere que la norma se reconozca como «mejor práctica».

Parece que la mejor manera de avanzar en la lucha contra las falsificaciones consiste en consolidar lo logrado hasta ahora y hacer que el Memorándum de Acuerdo funcione mejor todavía. Así pues, los signatarios prevén las siguientes líneas de trabajo:

Prorrogar el Memorándum de Acuerdo y revisarlo al cabo de otros dos años

De acuerdo con la versión actual del Memorándum de Acuerdo, **los signatarios están comprometidos en seguir aplicándolo durante otros dos años**²³. Durante este período, **los Signatarios han manifestado su deseo de reunirse dos veces al año bajo los auspicios de la Comisión Europea**. En primavera se celebraría una sesión plenaria para examinar cuestiones de política general. En la reunión de otoño se haría hincapié en cuestiones más operativas²⁴.

Los signatarios del Memorándum de Acuerdo y la Comisión Europea están de acuerdo en que conviene **examinar periódicamente** si el Memorándum de Acuerdo sigue siendo adecuado

²³ De conformidad con el artículo 44 del Memorándum de Acuerdo, todo signatario puede poner fin en cualquier momento a su participación en él mediante notificación a los demás signatarios y a la Comisión Europea.

²⁴ En el artículo 42 del Memorándum de Acuerdo se prevé una prolongación del Memorándum de Acuerdo, después del período de evaluación, por un período indefinido, así como reuniones semestrales y la presentación periódica de un informe a la Comisión.

para combatir las ofertas de mercancías falsificadas a través de internet. En consecuencia, la Comisión planificará una segunda revisión similar a la presente a finales de 2014. Para entonces debe haberse fijado un **marco común sobre indicadores clave de resultados**, que mediría el compromiso de los signatarios.

La presente evaluación ha demostrado que sigue habiendo margen de mejora en la aplicación del Memorándum de Acuerdo. Deben continuar las **reuniones bilaterales** entre signatarios, para que puedan informarse unos a otros sobre cuestiones específicas y buscar conjuntamente soluciones prácticas. Además, y si surge la necesidad, podría ser útil **ampliar el papel de la Comisión como facilitadora** y dejar que evolucione hacia una **función de mediación con más competencias para ofrecer soluciones** a cuestiones específicas. Esto podría ser útil en relación con cuestiones delicadas importantes para un grupo restringido de signatarios.

Los signatarios y la Comisión Europea desarrollarán conjuntamente una **estrategia de mejora de la comunicación** que ayude a obtener todos los beneficios del Memorándum de Acuerdo, como iniciativa encaminada a difundir entre los titulares de derechos y las plataformas de internet las mejores prácticas para frenar las falsificaciones a través de internet.

Ampliar el número de firmantes del Memorándum de Acuerdo

Basándose en su experiencia hasta la fecha, los signatarios han estado de acuerdo en que sería útil **ampliar el número de signatarios del Memorándum de Acuerdo** incluyendo nuevas plataformas de internet, distribuidores, titulares de derechos y asociaciones profesionales. Ampliar la adhesión al Memorándum de Acuerdo aceptando nuevos signatarios, en particular de nuevos sectores o territorios dispuestos a cumplir sus disposiciones y capaces de hacerlo, se considera un próximo paso esencial para aumentar su eficacia. La atención debe centrarse en las empresas y asociaciones profesionales que pueden ser útiles para la realización de los objetivos del Memorándum de Acuerdo y aportarle valor añadido.

Para difundir las mejores prácticas y promover el apoyo al Memorándum de Acuerdo, los signatarios y la Comisión Europea **intentarán ayudar a las plataformas de internet y los titulares de derechos no signatarios** a adaptar sus procesos empresariales y sus herramientas de apoyo, cuando proceda. En este aspecto, el Observatorio Europeo de las Vulneraciones de los Derechos de Propiedad Intelectual debería desempeñar también una función útil.

Para **seguir mejorando la dimensión de protección de los consumidores del Memorándum de Acuerdo y garantizar que su aplicación proteja rigurosamente los derechos fundamentales**, la Comisión seguirá buscando la colaboración, y de preferencia la participación plena, de organizaciones de consumidores y grupos de defensa de los derechos civiles representativos. Las plataformas de internet y los titulares de derechos deben buscar también nuevas formas de mejorar la protección de los consumidores, además de las ya estipuladas en el Memorándum de Acuerdo.

Anexo: Lista de sitios y marcas cubiertos por el Memorandum de Acuerdo

Marcas cubiertas por el Memorandum de Acuerdo

Grupo Adidas

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

Grupo 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

Grupo Lego

1. Lego

Grupo 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 (únicamente en el Reino Unido, Irlanda y Francia; propiedad de Henkel en los demás países)
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

Sitios cubiertos por el Memorándum de Acuerdo

Grupo 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 (excl. anuncios clasificados)
9. eim.ebay.gr
10. eim.ebay.hu
11. ebay.ie
12. ebay.it/classico (excl. anuncios clasificados)
13. ebay.nl
14. eim.ebay.no
15. ebay.pl
16. eim.ebay.pt
17. ebay.es/classico (excl. anuncios clasificados)
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.