Google en Louis Vuitton slaan handen ineen tegen namaak

12-09-2014 11:00

Google en Louis Vuitton binden gezamenlijk de strijd aan tegen de verkoop van namaakgoederen. Daarmee komt een einde aan de merkrechtenzaak, die goed was voor tien jaar juridisch getouwtrek.

Louis Vuitton wilde dat Google niet langer advertenties van andere ondernemingen laat zien als online shoppers de zoekterm 'Vuitton' invoeren. Dan worden bijvoorbeeld ook aanbieders met namaakgoederen getoond. Ondernemingen kunnen via Google Adwords advertenties inkopen die verschijnen als bepaalde zoektermen worden gebruikt. Vervalsers maken hier volgens Louis Vuitton vaak gebruik van.

Google en Louis Vuitton hebben via een overeenkomst afgesproken dat ze gezamenlijk de promotie en verkoop van namaakgoederen via internet aanpakken. Hoe ze dat gaan doen, is niet bekend gemaakt. "Deze overeenkomst baant de weg voor vergaande samenwerking naar een veiligere digitale omgeving waarin merken zowel online als offline beschermd zijn", aldus vice-president Pierre Godé van moederconcern LVMH van de fashionretailer.

Namaakgoederen bezorgen merken wereldwijd meer dan zeshonderd miljard dollar (450 miljard euro) schade, berekende de organisatie Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy (BASCAP) onlangs. Merken lopen niet alleen omzet mis, maar kunnen ook te maken krijgen met imagoschade.

In totaal zijn in 2013 bijna 36 miljoen artikelen in beslag genomen bij de EU-grenzen. Met name sportschoenen (achttien procent) en kleding (zeventien procent) mogen de EU vaak niet in vanwege plagiaat of piraterij. Nagemaakte producten mogen sinds dit voorjaar ook binnen de EU worden ingenomen.