'Bol.com doet te weinig tegen namaakproducten'

12-10-2020 08:49



Bol.com reageert traag op klachten van merken over namaakproducten. Dat vergroot de kans dat consumenten producten ontvangen die eerder als nep zijn gesignaleerd. Dat blijkt uit onderzoek van React, waar het FD over bericht.

Door de namaakhandel lopen Nederlandse ondernemers miljoenen euro's aan inkomsten mis. Bovendien kost het opsporen en offline laten halen van zogenaamde *copycats* een hoop tijd.

Lange procedure

Bol.com vraagt de merken zelf contact op te nemen met de fabrikant van het namaakproduct. Dat is lang niet altijd makkelijk, stelt React-directeur Ronald Brohm. Het platform zegt de procedure in vijftien dagen af te handelen en die periode is volgens Brohm te lang. "Dan hebben klanten nepartikelen meestal al ontvangen. Op deze manier voldoet bol.com niet aan zijn verantwoordelijkheid het platform schoon te houden."

Bij concurrenten als Amazon en Marktplaats verloopt de procedure soepeler. Amazon beschikt over een functie om verdachte advertenties te 'vlaggen'. Marktplaats verwijdert de advertentie vaak al binnen een uur na de melding.

Reactie bol.com

Bol.com laat weten dat zijn succes in grote mate afhangt van de kwaliteit die geboden wordt en het

vertrouwen van de klanten. "Een melding over namaakartikelen klopt niet altijd en we willen voorkomen dat aanbod onterecht offline wordt gehaald", aldus de reactie. Het platform zegt gemiddeld binnen zes dagen te reageren.

React is een internationale coöperatie van meer dan driehonderd merken als Nike, Apple en Tommy Hilfiger.