

Samenvatting

De groei van de e-commerce is goed gedocumenteerd, maar het is niet duidelijk hoe de opkomst van verschillende technologieën en consumptiegewoonten van invloed is geweest op inbreuken op intellectuele-eigendomsrechten (IER) op internet en, in het bijzonder, op socialemediaplatforms. Het Bureau voor intellectuele eigendom van de Europese Unie (EUIPO) heeft in dit verband een onderzoek verricht om meer inzicht te krijgen in de omvang en de frequentie van IER-inbreuken via sociale media ⁽¹⁾. Dit onderzoek is opgezet rond drie aandachtspunten om een beter inzicht te krijgen in de huidige activiteiten en trends in verband met de namaak van fysieke producten en de piraterij van digitale inhoud.

Het eerste deel van het onderzoek heeft ten doel een volledig beeld te schetsen van het gebruik van sociale media in verband met mogelijke activiteiten of promoties die inbreuk maken op intellectuele-eigendomsrechten; het tweede deel meet de relatieve aanwezigheid van IER-inbreuken bij fysieke producten en digitale inhoud op sociale media vergeleken met originele producten of legale, auteursrechtelijk beschermde digitale inhoud; en het derde deel heeft ten doel sleutelindicatoren vast te stellen om bedrijfsmodellen voor IER-inbreuk op sociale media beter te kunnen herkennen.

De analyse is uitgevoerd met behulp van datamining van vier socialemediaplatforms (Facebook, Twitter, Instagram en Reddit) in zes Europese landen: Duitsland, Spanje, Frankrijk, Italië, Polen en Zweden, hoewel de gesprekken op de voor het onderzoek geselecteerde socialemediakanalen niet altijd getraceerd konden worden. Met het oog op deze beperking werden taalcriteria gebruikt om de gesprekken over de doellanden te verdelen. Bijgevolg is het Engels toegevoegd aan de zes talen van de Europese Unie (EU) die voor het onderzoek in aanmerking werden genomen (Frans, Duits, Italiaans, Pools, Spaans en Zweeds), aangezien het op sociale media vaak wordt gebruikt door niet-moedertaalsprekers.

Bij het onderzoek wordt een methodologie toegepast die gebaseerd is op social intelligence analytics (SIA) en een kwantitatieve en een kwalitatieve analyse. Bij het

⁽¹⁾ Zoals blijkt uit het in juni 2020 gepubliceerde [Verslag 2020 over de stand van zaken met betrekking tot IER-inbreuken van EUIPO](#).

bestuderen van gesprekken in verband met IER-inbreuken op fysieke producten en digitale inhoud is een van de beperkingen van het onderzoek het recht op toegang tot bepaalde gesprekken op sociale netwerken. Daarom heeft het onderzoek alleen betrekking op openbare gesprekken. Een andere kwestie die in het onderzoek naar voren komt, is het feit dat het moeilijk is een onderscheid te maken tussen legale en illegale inhoud. Tot slot vormen de in dit verslag gepresenteerde resultaten uiteraard een beperkte steekproef en zijn de analyses alleen van toepassing op de zes landen, de zeven talen en de vier socialemediakanalen die in het verslag zijn opgenomen. Toch betekent deze verscheidenheid aan bronnen en de omvang van de gegevens dat de gevolgtrekkingen een ruimere relevantie kunnen hebben. Evenzo kan het belang van dit verslag betreffende de op sociale media vastgestelde gedragingen worden beschouwd als indicatief voor bredere gewoonten die momenteel prominent aanwezig zijn op sociale media met betrekking tot IE-inbreuken.

Gebruik van sociale media voor activiteiten of promoties die inbreuk maken op intellectuele-eigendomsrechten

In totaal zijn met behulp van SIA 3,9 miljoen gesprekken met betrekking tot de categorieën en merken die gekozen waren om fysieke producten te vertegenwoordigen voor het onderzoek geëxtraheerd. Van deze categorieën fysieke producten hebben speelgoed, parfum en cosmetica het grootste gespreksvolume. Wat digitale inhoud betreft, hebben films, muziek en videospelletjes het grootste gespreksvolume.

Een met IER-inbreuk verband houdend gesprek is elk gesprek over een inbreuk op een IER. Uit het onderzoek blijkt dat 11 % van de gesprekken over fysieke producten mogelijk verband houdt met namaakproducten en dat 35 % van de gesprekken over digitale inhoud mogelijk verband houdt met piraterij. Hoewel de kwantitatieve analyse zorgvuldig is uitgevoerd, blijkt uit het onderzoek hoe moeilijk het is om een IER-inbreuk met zekerheid vast te stellen.

Wanneer wordt nagegaan waar het grootste aantal IER-inbreuken wordt gepleegd, blijken kleding, schoeisel en juwelen alle drie in de top 3 van fysieke producten te staan. Het grootste aantal inbreuken op digitale inhoud betreft e-boeken, tv-programma's en muziek. Uit dit bewijsmateriaal kan duidelijk worden geconcludeerd dat voor deze

producten tezamen het hoogste percentage gesprekken werd gevoerd waarvan werd vastgesteld dat zij mogelijk verband hielden met IE-inbreuken.

De relatieve aanwezigheid van gesprekken over namaakproducten en illegaal gekopieerde inhoud op sociale media vergeleken met originele producten of legale digitale inhoud

In het tweede deel van het onderzoek, dat is gebaseerd op de analyse van drie verschillende aspecten: platforms, talen en tijdschema's, komen bepaalde trends naar voren in de activiteiten of daarmee samenhangende promoties die inbreuk maken op intellectuele-eigendomsrechten.

Wat betreft IER-inbreuken met betrekking tot fysieke producten blijkt uit het onderzoek dat Instagram het sociale netwerk is met het grootste totale gespreksvolume. Op productcategorieniveau is Instagram ook het belangrijkste platform voor gesprekken over horloges, speelgoed, parfum en cosmetica, juwelen en schoeisel. Op Twitter blijkt het gespreksvolume over kleding en speelgoed het grootste te zijn en Reddit wordt het vaakst gebruikt voor gesprekken over geneesmiddelen en hoofddeksels. Facebook ⁽²⁾ daarentegen vertoont een kleiner gespreksvolume, wat wellicht kan worden verklaard door de efficiënte aanpak van het platform om inbreukmakende inhoud te identificeren en te verwijderen ⁽³⁾. Dit kan echter niet worden bevestigd door het bewijsmateriaal in dit verslag en het is zelfs mogelijk dat het lage aantal opgenomen gesprekken van Facebook te wijten is aan het feit dat gesprekken over IER-inbreuken eerder onder vier ogen dan in het openbaar plaatsvinden. Hoewel alle platforms een functie voor directe berichten hebben, lijkt de prominente aanwezigheid van privégroepen een verschijnsel te zijn dat uniek is voor Facebook. Aangezien in dit onderzoek uitsluitend publieke gesprekken zijn onderzocht, kan deze hypothese niet worden bevestigd, maar er moet wel rekening mee worden gehouden gezien het betrekkelijk lage aantal gesprekken op Facebook waarvan wordt vermoed dat zij IER-inbreuken inhouden, die door middel van SIA zijn vastgesteld.

⁽²⁾ Privégroepen op Facebook zijn van dit onderzoek uitgesloten.

⁽³⁾ De maatregelen van Facebook tegen IER-inbreuken omvatten een "wereldwijd melding-en-verwijderingsprogramma, een robuust beleid tegen recidivisten en aanvullende gespecialiseerde maatregelen die verder gaan dan melding-en-verwijdering". – [Facebook transparantieverlag](#).

Bij IER-inbreuken op digitale inhoud is een ander patroon te zien. Reddit is met name belangrijk geworden voor gesprekken over films en tv-programma's en Twitter krijgt de voorkeur als het gaat om gesprekken over muziek en e-boeken.

Wat de taalparameter betreft, blijkt uit het eerste deel van het onderzoek dat het Engels overheerst en dat sommige talen, zoals het Pools en het Zweeds, weinig gebruikt worden. Desondanks is vastgesteld dat op Instagram een groot aantal gesprekken in het Frans, Duits, Italiaans en Spaans over fysieke producten wordt gevoerd, met uitzondering van gesprekken over geneesmiddelen, die weer vaker op Twitter worden gevoerd.

Aangezien het onderzoek zes maanden duurde (van april tot en met september 2020) en tijdens de COVID-19 pandemie plaatsvond, is vastgesteld dat de verkregen resultaten ten dele zijn beïnvloed door de lockdown. Met het oog op de contextualisering van de resultaten is een vergelijking gemaakt tussen het totale volume aan IER-gerelateerde gesprekken en het algemene patroon van de IER-gesprekken die de afgelopen drie jaar (van juni 2017 tot en met juli 2020) zijn geregistreerd. Daaruit blijkt dat wat de fysieke producten betreft, in de categorie geneesmiddelen een duidelijke toename van het aantal gesprekken te zien is en dat de categorie kleding tegen het einde van de lockdown een hoogtepunt bereikt. Daarentegen vertoont de trend van de digitale inhoud een geleidelijke toename van het gespreksvolume, die kan worden geïnterpreteerd als een leercurve-effect naarmate de gebruikers meer vertrouwd raken met zowel legale als illegale consumptie van digitale inhoud.

Op sociale media gebruikte bedrijfsmodellen die inbreuk maken op intellectuele-eigendomsrechten

Uit de ontwerpmodellering en de kwalitatieve analyse die is uitgevoerd om mogelijke bedrijfsmodellen die inbreuk maken op intellectuele-eigendomsrechten op te sporen, blijkt dat het heel moeilijk is om een patroon te vinden met betrekking tot IER-inbreuk op sociale media. Dit kan wellicht worden verklaard door de volgende vaststellingen.

- In het geval van fysieke producten blijkt uit de analyse dat gesprekken over IER-inbreuken voornamelijk betrekking hebben op promoties en commerciële

activiteiten. De aanbieders van namaakproducten kopiëren beproefde en succesvolle bedrijfsmodellen die reeds door de legitieme merken worden gebruikt.

- In de verzamelde gesprekken wordt piraterij van digitale inhoud aangestuurd door de intentie van de gebruikers om toegang te krijgen tot illegaal gekopieerde inhoud. In feite gaan alle gesprekken over het vinden van manieren om illegaal toegang te krijgen tot inhoud. Bijgevolg zijn aanbieders van illegaal gekopieerde digitale inhoud een passieve rol gaan spelen, waarbij zij op de gebruikers vertrouwen om de informatie te verspreiden en nieuwe gebruikers voor hun inhoud aan te trekken.

Hoewel in dit onderzoek geen op maat gemaakte bedrijfsmodellen voor IER-inbreuken zijn vastgesteld, is uit de analyse een benadering naar voren gekomen die kan worden omschreven als een “bundle-of-clues”-aanpak om de aan IER-inbreuken gerelateerde gesprekken te helpen identificeren, zowel voor fysieke producten als voor digitale inhoud. Het gebruik van getrainde machine learning-modellen die voorspellingen en aanbevelingen kunnen doen, zou een betrouwbaardere aanpak van de opsporing eveneens vergemakkelijken.

Uit het onderzoek blijkt dat socialemediaplatforms instrumenten zijn voor terugkerende IER-inbreuken, zowel voor fysieke producten als voor digitale inhoud. Bovendien is het identificeren van dit soort inhoud ingewikkeld door de gevarieerde en voortdurend veranderende benaderingen die de aanbieders van namaakproducten of illegaal gekopieerde inhoud gebruiken, en die wijdverspreid zijn over meerdere platforms, talen en soorten inhoud.