

Undersökning om affärsmodeller på internet som innebär immaterialrättsintrång – etapp 2

Sammanfattning

E-butiker misstänkta för varumärkesintrång som drar
nytta av tidigare använda domännamn



Sammanfattning

Undersökning om affärsmodeller på Internet som innebär varumärkesintrång –
etapp 2

E-butiker misstänkta för varumärkesintrång som
drar nytta av tidigare använda domännamn



Förord

EUIPO offentliggjorde sin etapp 1-rapport om affärsmodeller på Internet som innebär immaterialrättsintrång med avsikten att den skulle sammanfalla med lanseringen av Europols samordnade koalition mot brott inom området för immateriell äganderätt (IPC3).

Rapporten gav en översikt över de många olika sätt som immaterialrättsliga brott begås på i kommersiella syften på Internet. Den lade fram ett helt nytt sätt att identifiera, granska, analysera och påvisa sådana affärsmodeller. Rapporten har flitigt åberopats när det gäller affärsmodeller på Internet som innebär immaterialrättsintrång.

Denna studie bygger på de första upptäckterna och tittar närmare på uppgifterna att aktörer misstänkta för immaterialrättsintrång i omfattande grad använder sig av domännamn som tidigare använts av kända personer, organisationer, utländska ambassader, kommersiella företag och många andra.

Fenomenet rapporterades först av en dansk it-brottsexpert, som fann att en stort antal tidigare använda domännamn med den danska domänen .dk systematiskt omregistrerades av aktörer som var misstänkta för varumärkesintrång.

Syftet var att dra fördel av populariteten hos sådana domännamn för att dra till sig internettrafik till nya e-butiker som marknadsför varor som misstänks göra varumärkesintrång. Så snart som domännamnen blev tillgängliga för omregistrering förvärvades de av de intrångsmisstänkta aktörerna, som kort därefter aktiverade en e-butik.

EUIPO beslöt att undersöka om metoden som upptäckts i Danmark även användes i andra europeiska länder med långt utvecklade e-handelssektorer. Sverige, Tyskland, Storbritannien och Spanien valdes ut för undersökningen och i den här rapporten presenteras resultatet.



Upptäckterna är en ögonöppnare. De visar att metoden man funnit i Danmark även används i de fyra valda länderna och detta i ännu högre omfattning än väntat.

Vid undersökningen detaljanalyserades 40 fall och resultatet tycks även tyda på att vad som på ytan ser ut att vara tusentals e-butiker utan anknytning till varandra sannolikt är ett eller ett fåtal företag som till europeiska konsumenter marknadsför varor misstänkta för att göra varumärkesintrång.

Den här nya rapporten ger ytterligare bevis på omfattningen av problemet med överträdelser av immateriella äganderätter i kommersiella syften på Internet och stärker argumentet för samarbete på EU-nivå för att komma till rätta med det.



António CAMPINOS
EUIPO:s verkställande direktör

1. Sammanfattning

Genom Europeiska observatoriet avseende intrång i immateriella rättigheter beställde EUIPO (Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet) år 2015 en studie om affärsmodeller på Internet som används för att göra intrång i immateriella äganderätter. Studien gjordes som en oberoende datadriven studie som skulle bedöma och analysera hur immaterialrättsintrången på Internet fungerade kommersiellt, hur de finansierades, hur de genererade vinster åt aktörerna på Internet, vilket innehåll de spred och hur stort deras användarunderlag var.

Studien skulle ge politiska beslutsfattare, civilsamhället och privata företag ökad kunskap om situationen. Den skulle samtidigt bidra till att identifiera och bättre förstå den mängd åtgärder som krävs för att ta itu med utmaningarna med det omfattande intrånget i immateriella rättigheter på Internet.

Studien planerades i två etapper:

- Etapp 1, en kvalitativ studie med syftet att ge en översikt över de olika affärsmodellerna som används vid immaterialrättsintrång på Internet.
- Etapp 2, en kvantitativ studie där man i detalj undersöker en eller flera viktiga särskilda affärsmodeller och strategier.

Rapporten om etapp 1 offentliggjordes den 12 juli 2016 och finns på EUIPO:s webbplats¹.

Under etapp 1 av undersökningen identifierades en färsk studie som gjorts i Danmark² och som fokuserar på ett mönster som upptäckts i den särskilda användningen av den danska toppdomänen .dk på internet. Studien gjordes efter antydningar i media om e-butiker misstänkta för varumärkesintrång som dök upp på internet men som sågs som enskilda e-butiker utan anknytning till varandra. Syftet med den danska studien var att se om det fanns ett mönster eller en struktur bakom etablerandet av dessa e-butiker. Genom att analysera omregistreringen av tidigare använda domännamn var det möjligt att fastställa att e-butikerna som misstänktes för att marknadsföra varor som gör varumärkesintrång hade etablerats med användning av domännamn som tidigare använts i olika internetsyften. När domännamnen blev tillgängliga för omregistrering omregistrerade e-företagen systematiskt domännamnen och kort därefter etablerade de e-butiker som marknadsförde varor som misstänktes göra intrång i andras varumärken. Karakteristiskt för detta var att den tidigare

¹ https://euiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/resources/Research_on_Online_Business_Models_IBM/Research_on_Online_Business_Models_IBM_en.pdf.

² Undersökningen gjordes av den danska it-brottsexperten Henrik Bjørner och finns att läsa här: <http://cybercrime.eu/analysis/analysing-registration-of-previously-used-danish-domain-names/>.

användningen av domännamnen inte hade någon som helst koppling till de varor som marknadsfördes i de misstänkta e-butikerna. Det fanns exempel på domännamn som tidigare varit registrerade av politiker, utländska ambassader, kommersiella företag och många andra aktörer.

Mellan oktober 2014 och oktober 2015 omregistrerades 566 .dk-domäner av aktörer misstänkta för varumärkesintrång. Omregistreringen skedde omedelbart efter att de tidigare innehavarna av domännamnen hade lämnat ifrån sig namnen, som då blev tillgängliga för omregistrering.³

Undersökningen omfattade bara den danska toppdomänen .dk, men de identifierade aktiviteterna tydde på att samma aktiviteter sannolikt även användes av aktörer misstänkta för varumärkesintrång i andra europeiska länder. Därför beslutade EUIPO att se närmare på denna särskilda fråga i etapp 2 av undersökningsprojektet och då fokusera på fyra europeiska länder med stora e-handelssektorer. Utifrån dessa kriterier valde man ut följande länder: Sverige, som är ett skandinaviskt land och därför förutsätts vara jämförbart med Danmark, Tyskland och Storbritannien, som har mycket välutvecklade och stora e-handelssektorer, samt Spanien, som är ett land i södra Europa med en stor e-handelssektor.

Det övergripande målet med e-butiksanalysen var att upptäcka e-butiker som marknadsför varor som misstänks göra varumärkesintrång. För detta ändamål utvecklades en automatiserad process där varje domännamn passerade genom en uppsättning analysmoduler för att klassificera webbplatsen som endera misstänkt för varumärkesintrång eller inte. Analysmodulerna tjänade särskilda syften för att underlätta informationsinsamlingen och innehållsanalysen.

Vid tiden för analysen var situationen i Sverige, Tyskland, Storbritannien och Spanien följande.

Den aktuella undersökningen har tydligt visat att samma fenomen som tidigare dokumenterats i Danmark även förekommer i Sverige, Tyskland, Storbritannien och Spanien.

³ Observera att denna information har tagits från den nämnda danska studien.

Nationell toppdomän	Sverige .se	Tyskland .de	Storbritan- nien .uk	Spanien .es	Totalt
Analysperiod	8–10 december 2016	23 november–6 de- cember 2016	26 januari–10 fe- bruari 2017	10–11 januari 2017	
Totalt antal upptäckta aktiva nationella toppdomännamn som görs om till en aktiv webbplats.	1 259 990	11 057 426	8 158 245	1 047 780	21 523 441
Totalt antal upptäckta e-butiker som använder ett nationellt toppdomännamn.	33 212	208 939	224 154	49 147	515 452
Totalt antal upptäckta e-butiker som misstänks för intrång i andras varumärken och som använder ett nationellt toppdomännamn.	3 161 (9,5 % av totalt antal e-butiker)	6 066 (2,9 % av totalt antal e-butiker)	14 182 (6,3 % av totalt antal e-butiker)	4 461 (9,1 % av totalt antal e-butiker)	27 870 (5,41 % av totalt antal e-butiker)
Totalt antal upptäckta e-butiker som misstänks för intrång i andras varumärken och som använder ett nationellt toppdomännamn som tidigare varit registrerat av en annan aktör.	2 444 (77,3 % av misstänkta e-butiker)	4 864 (80,2 % av misstänkta e-butiker)	10 081 (71,1 % av misstänkta e-butiker)	3 612 (81,0 % av misstänkta e-butiker)	21 001 (75,35 % av misstänkta e-butiker)

Vid undersökningen upptäcktes 27 870 e-butiker i Sverige, Tyskland, Storbritannien och Spanien som misstänktes för att marknadsföra varor som gör varumärkesintrång. Av dessa e-butiker upptäckte man att 21 001 stycken (75,35 procent) använde tidigare använda domännamn för att dirigera internettrafik till webbplatser som inte hade någon anknytning till deras tidigare användning.

Utifrån resultaten från undersökningen anses det sannolikt att samma sak också sker i andra europeiska länder med väl utvecklade e-handelssektorer.

Analysen av de 27 870 e-butikerna i Sverige, Tyskland, Storbritannien och Spanien som misstänktes för att marknadsföra varor som gör varumärkesintrång har visat på ett antal mönster i samband med att e-butikerna etableras. De omfattar följande:

- Produktkategori: skor är den huvudsakligen berörda produktkategorin i 67,5 procent av de misstänkta e-butikerna och kläder är den huvudsakligen berörda produktkategorin i 20,6 procent av dem⁴.
- Huvudsakligt varumärke som drabbats: det mest skadade varumärket visade sig vara det varumärke som huvudsakligen drabbats i 18 procent av de misstänkta e-butikerna, medan det näst mest skadade varumärket var det varumärke som huvudsakligen drabbats i 11,9 procent av de misstänkta e-butikerna.
- Använd programvara: 94,6 procent av de upptäckta misstänkta e-butikerna använde samma särskilda programvara för e-handel.
- Ombud: 40,78 procent av de upptäckta misstänkta e-butikerna i Sverige och Storbritannien var registrerade genom samma ombud.
- Namnservrar: 21,3 procent av de upptäckta misstänkta e-butikerna använde samma namnservrar.
- Vårdland: 25,9 procent av de misstänkta e-butikerna hade sin värdleverantör belägen i Turkiet, 19,3 procent i Nederländerna och 18,3 procent i USA.

⁴ Det är värt att notera att de två huvudsakliga produktkategorierna matchar de huvudsakliga produktkategorier som Eurostat identifierat i den allmänna undersökningen om inköp på nätet: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics_for_individuals.

Aktiviteterna för de tidigare webbplatser som drevs under de använda domännamnen varierar stort men kan delas in i följande:

1. Offentliga institutioner, internationella organisationer och intressegrupper
2. Finanssektorn
3. Nyheter, media och informationswebbplatser
4. Andra företag
5. Politisk debatt och propaganda
6. Frivilligarbete
7. Kulturella och religiösa webbplatser
8. Privata föreningar
9. Kända personer och fanklubbar
10. Vuxen- och dejtingwebbplatser

Vid undersökningen analyserades 40 e-butiker på djupet. Fallstudierna finns i bilagan till rapporten.

Domain001	Domain007	Domain010	Domain003
I fallstudien <i>Domain001-se</i> användes domännamnet tidigare till att dirigera internettrafiken direkt till en svenskspråkig webbplats med information från Europaparlamentet till den svenska allmänheten.	I fallstudien <i>Domain007-de</i> användes domännamnet tidigare till att dirigera internettrafiken till en tyskspråkig webbplats med information om en balettskola.	I fallstudien <i>Domain010-co.uk</i> användes domännamnet tidigare till att dirigera internettrafiken till en engelskspråkig webbplats med information om en lokal eskorttjänst.	I fallstudien <i>Domain003-es</i> användes domännamnet tidigare till att dirigera internettrafiken till en spanskspråkig webbplats med information om cancerbehandlingar och därtill hörande behandlingar.

Man fann inget samband mellan den tidigare användningen av domännamnet och den aktuella försäljningen av produkter i någon av de 40 fallstudier som gjordes. Även om domänen tidigare användes för att marknadsföra varor bedrev de aktuella e-butikerna marknadsföring av en annan typ av produkt vid tiden för analysen.

Fallstudierna visar att den enda anledningen till omregistrering av domännamnen var att dra nytta av populariteten hos webbplatsen som domännamnet tidigare identifierats med. Fördelarna kunde inbegripa sökmotorers indexering, publicerade recensioner av tjänster och/eller produkter och länkar från andra webbplatser som ännu inte uppmärksammat den aktuella användningen.

Till en början tycktes e-butikerna vara enskilda företag utan anknytning. Men analysen av e-butikerna och fallstudierna har identifierat olika gemensamma drag i fråga om de produktkategorier och varumärken som erbjuds av de misstänkta e-butikerna. Dessa drag märks i webbplats tekniken och användningen av särskilda ombud och namnservrar, och när det gäller värdleverantörernas ursprungsländer.

Om man undersöker hur affärsmetoden är uppbyggd och efter att ha detaljanalyserat 40 fallstudier visar ett annat resultat av undersökningen att e-butikerna sannolikt har en hög grad av anknytning. Undersökningen tycks visa på att det som på ytan ser ut som tusentals e-butiker utan anknytning till varandra sannolikt är ett eller ett fåtal företag som till europeiska konsumenter marknadsför varor som gör varumärkesintrång.

Resultaten i rapporten är intressanta för såväl brottsbekämpande myndigheter och internetmellanhänder som för varumärkesinnehavare och konsumenter för att förstå omfattningen av och kännetecknande drag för denna affärsmodell som används i ett antal EU-medlemsländer.

Avenida de Europa, 4
E-03008 - Alicante
Spanien

www.euiipo.europa.eu



Undersökning om affärsmodeller på internet som innebär immaterialrättsintrång – etapp 2

E-butiker misstänkta för varumärkesintrång som drar nytta av tidigare använda domännamn

Sammanfattning