

Utilização abusiva do comércio eletrónico para o comércio de contrafações

Sumário executivo



O presente estudo apresenta uma análise quantitativa da utilização abusiva do comércio eletrônico para facilitar o comércio de contrafações. Nos últimos anos, o comércio eletrônico conheceu uma rápida expansão graças à cada vez maior confiança dos consumidores na aquisição de produtos e serviços pela Internet.

O número de empresas ativas no comércio eletrônico da empresas ao consumidor (B2C) está em constante crescimento. Entre 2018 e 2020, as vendas a retalho em linha, um subconjunto do total do B2C, aumentaram 41 % nas principais economias, em comparação com um aumento inferior a 1 % vendas a retalho totais. Este aumento foi impulsionado pela pandemia de COVID-19, pois os consumidores, devido aos confinamentos e à necessidades de evitar as lojas físicas, encomendavam por Internet. Durante a pandemia, o ambiente em linha também se tornou um alvo mais popular para o comércio ilícito. Os serviços de aplicação das leis do ciberespaço comunicaram volumes crescentes de vários tipos de cibercrimes, incluindo a venda de mercadorias ilícitas, entre as quais medicamentos de contrafação ou de qualidade inferior, *kits* de teste e outros produtos relacionados com a COVID-19.

A crescente popularidade do comércio eletrônico não passou despercebida aos contratadores, que utilizam cada vez mais o comércio eletrônico para vender produtos falsos aos consumidores, alguns dos quais compram produtos pensando que são autênticos, enquanto outros procuram ativamente imitações a baixos preços.

As interligações entre o comércio eletrônico e o comércio ilícito de contrafações são apoiadas por uma análise quantitativa que examina a relação entre o comércio eletrônico e o número e o valor das apreensões aduaneiras de mercadorias de contrafação durante o período 2017-19. A análise conclui que a ligação é mais evidente quando se incluem indicadores de comércio ilícito nas contrafações que utilizam abusivamente pequenas encomendas, o que sugere que os produtos ilícitos comprados no comércio eletrônico são frequentemente enviados por essas pequenas encomendas, em particular por via postal.

Um estudo de caso na União Europeia que recolhe dados sobre apreensões de contrafações ligadas ao comércio eletrônico dá mais informações sobre a situação. Os dados mostram que 91 % das apreensões de contrafações ligadas ao comércio eletrônico implicaram o uso do serviço postal. Em contrapartida, o serviço de correios só esteve envolvido em 45 % das apreensões de contrafações não ligadas ao comércio eletrônico. Quanto ao valor, os dados mostram que 81,8 % das apreensões ligadas ao comércio eletrônico implicaram o uso do correio, em comparação com apenas 8,9 % no caso de outras contrafações. No que diz respeito à proveniência, as fontes de contrafações eram semelhantes tanto nas ligadas ao comércio eletrônico como nas não ligadas a

esse comércio; no entanto, a parte da China no total foi mais elevada no caso das contrafações ligadas ao comércio eletrónico (75,9 % contra 45,9 % do número total de apreensões).

As apreensões de contrafações na UE ligadas ao comércio eletrónico incluíam uma vasta gama de produtos, liderados pelo calçado (33,7 % do total de apreensões), vestuário (17,3 %), perfumes e cosméticos (9,6 %), artigos de couro (8,7 %), máquinas e equipamentos elétricos (6,5 %), brinquedos (5,5 %) e relógios (5,2 %).

Os mercados de comércio eletrónico fazem prosperar estes agentes nocivos, pois é relativamente fácil criar sítios que vendem artigos de contrafação. Além disso, estes agentes continuam a encontrar novas formas de infiltrar as plataformas fiáveis para vender os seus produtos contrafeitos. Os serviços de aplicação da lei participam ativamente na identificação e no encerramento de sítios Web fraudulentos e trabalham com os principais operadores de plataformas e titulares de marcas para combater as vendas de contrafações, mas o problema continua a ser significativo e está a aumentar.

A dificuldade de interceção de contrafações foi agravada pelos meios através dos quais os produtos encomendados através do comércio eletrónico são expedidos. Os contrafadores tornaram-se especialistas em explorar as fraquezas dos canais de distribuição para facilitar as suas operações ilícitas. No caso do comércio eletrónico, tal é feito, em grande parte, através do correio postal. Existe a preocupação de que as autoridades postais e aduaneiras careçam de meios para verificar as pequenas encomendas e as encomendas enviadas como cartas por correio em busca de contrafações. Estes serviços têm uma capacidade limitada para detetar contrafações comercializadas a nível internacional, uma vez que o envio de artigos contrafeitos por correio se mistura com milhares de milhões de artigos comercializados legitimamente.

Os governos tomaram uma série de medidas para combater as vendas em linha de artigos de contrafação, nomeadamente celebrando acordos com as partes interessadas para reforçar a cooperação e intensificando os esforços para detetar os sítios Web que vendem artigos de contrafação e atuar contra os mesmos.

Por exemplo, na União Europeia, a Comissão Europeia apoiou a elaboração e implementação de um memorando de entendimento entre as plataformas, os titulares de marcas e outras partes interessadas, a fim de promover boas práticas na luta contra a venda de produtos de contrafação na Internet. Nos Estados Unidos, o governo liderou a criação de um Grupo de Trabalho sobre o Comércio Eletrónico, que reuniu as principais plataformas em linha para colaborar e cooperar na luta contra os contrafadores que vendem nas suas plataformas. Na Austrália, o governo está a desenvolver um mecanismo que permite aos consumidores identificar os vendedores de produtos legítimos, ligando os vendedores autorizados de marcas específicas ao registo de marcas do

Governo Além disso, a União Europeia e os Estados Unidos têm em mente a adoção de legislação e diretivas que criariam novos quadros para combater a criminalidade ligada ao comércio eletrónico, incluindo o comércio de mercadorias ilícitas.

Os principais operadores de plataformas desenvolveram abordagens multifacetadas para lutar contra as vendas de produtos de contrafação nas suas plataformas. Os seus esforços incluem medidas e mecanismos que envolvem vendedores terceiros, consumidores, titulares de marcas e serviços de aplicação da lei, bem como o desenvolvimento e a implementação de estratégias para detetar e combater proativamente a contrafação. A capacidade das plataformas para verificar adequadamente os vendedores terceiros revelou-se, no entanto, um desafio e estão constantemente a ser envidados esforços para melhorar os mecanismos de identificação e sancionamento das partes que vendem artigos contrafeitos.

A análise apresentada no presente relatório mostra que a utilização abusiva dos mercados em linha por parte dos contrafatores é muito dinâmica. É necessária uma análise mais aprofundada sobre a forma como esta dinâmica evolui, tanto a nível da indústria como através de estudos de casos. Os trabalhos futuros deverão ter em conta os aspetos mais matizados das mudanças dinâmicas, centrando-se simultaneamente na melhoria das respostas aos desafios emergentes, identificando e promovendo políticas e práticas eficazes.