

# Atualidade



MARCO BRUNO, CONVEY

**“O comprador ainda não está habituado a fazer os controlos certos do produto nas lojas online”**

A Convey é uma empresa de referência em serviços de combate à contrafação na Internet, trabalhando com algumas das mais conceituadas marcas do aftermarket internacional

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO



MARCO BRUNO, CONVEY

**A**falsificação de produtos é um dos grandes problemas do aftermarket automóvel e uma realidade que tem vindo a aumentar com o desenvolvi-

mento da Internet, que veio ampliar ainda mais a possibilidade de criação de canais de distribuição. Marco Bruno, da Convey, agência de fiscalização sediada em Turim, especializada em análise, monitorização e



repressão de falsificações online, explica de que forma a empresa desenvolve ferramentas para prestar às empresas serviços de intervenção, com vista a defender os direitos de propriedade intelectual dos seus clientes.

#### **Qual a tendência dos produtos contrafeitos vendidos online?**

A contrafação aumentou durante o período de confinamento, porque as lojas físicas estavam fechadas e por isso os utilizadores habituaram-se a realizar mais compras online. Aumentou, tanto a compra de produtos originais, como de contrafeitos. As pessoas foram forçadas a comprar online, e, provavelmente, uma parte delas continuará a fazê-lo. Numa crise tradicional, o comércio online iria diminuir. Mas esta crise é diferente, porque algumas lojas físicas estão fechadas e as lojas online estão a funcionar. E mesmo estando abertas, as lojas físicas estão com limitações para os clientes. E aí, há uma clara vantagem para o online.

#### **É mais difícil controlar o mercado online, comparativamente ao físico? Ao não ser possível verificar facilmente os elementos de controlo das embalagens, por exemplo.**

O comprador ainda não está habituado a fazer os controlos certos do produto nas

lojas online. E o mercado online obriga a uma monitorização constante e mais automatizada, que não se pode cingir apenas a uma região. Temos de assinalar os problemas que surgem, em qualquer país, a todo o momento. Porque, se um problema surge online, é fácil que se estenda rapidamente a outro local. Fazemos essa monitorização e temos ferramentas que nos permitem ter um controlo do mercado online. As empresas estão agora a habituar-se a fazer esse controlo e a manter-se atentas, como fazem com as lojas físicas. As ferramentas são diferentes, mas existem e é necessário utilizá-las, porque, hoje em dia, se não estamos atentos ao online, perdemos uma grande parte daquilo que está a acontecer.

#### **Que ferramentas utilizam?**

A Convey adota uma abordagem holística contra as infrações na Internet, e tem como objetivo descobrir e analisar as ameaças online existentes para marcas: eliminar ofertas ilegais e vendas de produtos falsificados em plataformas online operadas por terceiros, ofertas falsificadas das principais plataformas de comércio eletrónico e mercados online e banir os respetivos operadores e vendedores; fechar sites desonestos e recuperar o controlo de nomes de domínio abusivos usados e registados por operadores terceirizados.

# **OSRAM**

**Não confie  
nos seus olhos.  
Confie na OSRAM!**

A OSRAM, líder em iluminação automóvel, oferece produtos de qualidade premium, fiáveis e fabricados segundo todos os requisitos ECE, que proporcionam melhor visibilidade da estrada, integridade dos faróis e dos componentes eletrónicos, pelo que são alvo de pirataria.

Pelas suas características, as falsificações OSRAM não são muitas vezes detetadas pelo olho experiente do profissional e colocam a segurança dos condutores e do veículo em jogo.

Para as combater, a OSRAM lançou o Programa Confiança OSRAM (OSRAM Trust Program), uma ferramenta de verificação online para comprovar a autenticidade das suas lâmpadas OSRAM de xénon e de halogéneo em DUO BOX, as quais dispõem de duas características de segurança implementadas durante o fabrico que as torna únicas.

Aceda ao site [www.osram.pt/trust](http://www.osram.pt/trust) ou digitalize o código QR do seu produto e em dois simples e rápidos passos verifique o seu produto. O tutorial no Youtube da OSRAM explica tudo.



Colabore, evitando falsificações. Compre em fornecedores fiáveis e procure sempre a etiqueta OSRAM Trust nas embalagens de xénon e nas DUO BOX das lâmpadas de halogéneo!



## Combate à contrafação

O fenómeno da contrafação tem repercussões negativas no after-market mundoal, não só no volume de negócios das empresas que produzem os originais, mas também na concorrência desleal sofrida pelos distribuidores oficiais e nos riscos de segurança, que os compradores muitas vezes desconhecem. São, por isso, muitas as soluções que as marcas têm encontrado para combater de forma mais intervintiva a falsificação dos seus produtos. A MS Motor Service quer promover mais segurança contra a contrafação. Para isso, as embalagens originais da Kolbenschmidt, Pierburg e TRW Engine Components contam com seis medidas de segurança, disponíveis no website [www.ms-motorservice.com/pt/portal-da-oficina](http://www.ms-motorservice.com/pt/portal-da-oficina), para verificação da autenticidade de cada peça. No caso da Daimler, uma das soluções encontradas para combater este problema tem sido a cooperação com as autoridades competentes, para chegar às grandes redes de falsificação e ao desmantelamento das suas estruturas de produção e distribuição. Outras medidas tomadas pela empresa incluem ainda procedimentos criminais e ações de informação aos seus clientes. Segundo a Daimler, a maioria dos produtos contrafeitos da sua gama são discos de travão, jantes e para-brisas. Por sua vez, a Mahle opta por uma estratégia de cooperação, comunicando de forma constante com outras empresas da indústria, por forma a manter os seus parceiros informados sobre cópias ilegais e marcas ou patentes falsificadas. A Gates está também a tomar medidas para evitar a venda de correias de distribuição falsificadas, aplicando um código alfanumérico único de 14 dígitos, que pode ser introduzido no website da Gates, <http://gates.com/original>, para autenticação do produto. Em alternativa, é possível digitalizar o código QR. Foi ainda acrescentada uma etiqueta tesa PrioSpot à série de medidas contra a contrafação dinamizadas pela emrpresa. Esta etiqueta foi criada por forma a ser difícil de falsificar, visto que inclui diferentes elementos de segurança.



Quando uma marca decide trabalhar connosco, porque percebe que existe um problema com contrafação ou abuso de marca registada numa parte específica do mundo ou num marketplace, fazemos um rastreio de toda a Internet, independentemente do problema que chamou a atenção da empresa. Fazemos um rastreio de todos os marketplaces, motores de busca, apps, websites, domínios, etc., e fornecemos essa análise, para mostrar onde estão os principais problemas e as principais vendas de produtos contrafeitos, para medir a distribuição geográfica da contrafação, em termos de produtos, vendedores, localização, etc. Depois, reunimos e mostramos ao cliente o que se deve fazer e elaboramos um plano a longo prazo para realizarmos a monitorização diária em marketplaces específicos, com ações específicas, dependendo da situação. Os direitos de propriedade intelectual são sempre o nosso ponto de partida: marcas registadas, patentes, modelos de utilidade, direitos de autor, etc. E, a partir daí, fazemos o acompanhamento diário, com uma equipa dedicada. Em poucos dias, o problema está resolvido. Mas precisa de ser um esforço contínuo, porque os vendedores são muito dinâmicos, não desistem facilmente, principalmente se a marca for reconhecida. Mas temos ferramentas para os dissuadir: a primeira são os marketplaces, especificamente na

China, onde há regras muito específicas de contrafação e repetição de infrações. O vendedor é avisado uma vez, e, se continua, recebe um segundo aviso e a sua loja é banida por duas semanas, por exemplo, dependendo do marketplace. Se são apanhados a terceira vez, são banidos para sempre. Vários vendedores na China estão localizados em pequenas cidades e, se não tiverem o canal online, não conseguem vender. E por isso estas são medidas importantes e eficazes. Podem abrir outra loja, mas não é fácil, porque pedem todo o feedback, histórico, têm de começar de novo: falsificar a identificação, registos da empresa, etc. Por outro lado, se não houver uma intervenção, o vendedor pode ficar online durante muitos anos. Quando uma loja é eliminada e o vendedor abre uma nova, estamos lá imediatamente e a loja é fechada novamente. E não se torna rentável continuar. O que acontece é mudarem para outra marca. Isto é frequente: selecionam um ramo de atividade e as maiores marcas nesse ramo e fazem a contrafação de todas. As grandes empresas têm normalmente um departamento encarregue de direitos de propriedade intelectual. É importante expandir esta ideia. Porque algumas empresas não possuem um departamento dedicado, por isso têm de ser guiadas. Por vezes, descobrem um produto contrafeito e depois reparam que é apenas a ponta



## Mercado Português

**Marco Bruno**

CONVEY

"No comércio online é difícil focarmo-nos numa região específica, só é possível se nos focarmos em marketplaces como o olx.pt, que está apenas disponível para Portugal, por exemplo. Há marketplaces que apenas vendem em Portugal, mas outros não, como o Amazon ou o Ebay, em que é frequente as vendas entre países. E por isso é difícil de quantificar a contrafação em Portugal. Nas principais marcas com as quais trabalhamos, temos encontrado, aproximadamente, para cada uma, cerca de 1 ou 2 milhões de receitas para cada marca, mundialmente, em contrafação. Provavelmente, no aftermarket, veríamos milhares de milhões, se conseguíssemos abranger todas as marcas".

do icebergue. O nosso papel com estas empresas é o de os guiar e explicar o que acontece online, e que há produtos contrafeitos em sítios que nunca pensariam existir. Ainda há alguma falta de cultura neste aspeto.

## Para muitas empresas o mercado online ainda é algo novo...

Sim. Não estão preparados e ainda é algo novo. Algumas empresas têm uma visão radical, mantém-se na era das lojas físicas e não querem ter nada a ver com a nova era. Mas é preciso interessarem-se pelo que acontece online, pelo menos para estarem a par daquilo que se passa.

## Com que marcas trabalham?

No mercado automóvel, trabalhamos principalmente com marcas italianas, mas também com marcas alemãs, por exemplo. No aftermarket, trabalhamos com a UFI Filters, a Brembo e a BBS.

## Qual o tipo de produtos mais contrafeitos neste setor?

No aftermarket, são as peças vendidas ao consumidor final, que este pode trocar sozinho. Mas também as peças de des-

PUBLICIDADE

**Valeo**

**NO. 1** **Líder mundial\***  
Em sistemas  
Limpa-para-brisas



**VALEO SILENCIO™**  
**Melhore a sua segurança**  
**graças a uma melhor visibilidade!\***



Smart care for you  
[valeoservice.pt](http://valeoservice.pt)

Para mais informações  
[www.valeoservice.pt](http://www.valeoservice.pt)



CONVEY



gaste, como lubrificantes, componentes de travagem, filtros, pneus e jantes. A contrafação é algo que se torna perigoso se a peça vendida é essencial para a segurança do veículo. E este é o caso das jantes e da travagem, dois dos maiores mercados para a contrafação.

#### Também acontece com os equipamentos de diagnóstico?

Sim. Porque além da violação da marca registada, nos equipamentos, também o software pode ser contrafeito. Isto é violação de direitos de autor. E, na China, aparecem propostas do mesmo equipamento com software vitalício, quando a marca tem uma subscrição mensal ou anual. Existe também contrafação do software de comandos de chaves. Pode ser protegido por direitos de autor ou patenteado. Normalmente é copiada a sequência para a duplicação do comando, o que acontece também no diagnóstico.

#### O evoluir da tecnologia irá dificultar a contrafação?

Hoje em dia, já temos meios para a controlar. Mas é preciso esforço, porque pode ser automatizado, mas não a 100%. É preciso esforço tal como existe nas vendas físicas: é preciso organizar ferramentas, pessoas, e, se isso for feito, as empresas terão sucesso. Estamos em Turino, Itália, mas trabalhamos para todo o mundo e podemos operar a partir de qualquer localização, o que é uma vantagem em relação ao mercado físico. Em todos os países, há leis que protegem os direitos de propriedade intelectual, e há leis específicas em cada país para responsabilizar os internet service providers, ou seja, quem está entre o vendedor e o comprador, como, por exemplo, os marketplaces, ou a rede social. Estes não são responsáveis pelas infrações, apenas se forem notificados pela marca. E tem de ser uma notificação consubstanciada.

Por isso, além de processar o vendedor, se o produto não for retirado, a marca pode também processar o internet service provider. E por isso estes marketplaces cooperam, porque é do seu interesse. Temos uma boa cooperação com todos os marketplaces, é uma relação que temos construído ao longo dos anos. E estes têm um importante papel. Reportamos diariamente várias falsificações e infrações e o processo é normalmente muito fácil porque já nos conhecem e sabem que quando reportamos um problema, é porque verificámos corretamente e é uma notificação consubstanciada, com provas, certificados, etc. Baseamo-nos na lei, não é algo que decidimos sem fundamento.

#### Que conselho daria às oficinas e casas de peças para evitarem comprar este tipo de produtos?

Que comprem nos canais oficiais: websites oficiais ou outros canais oficiais da marca. Se o fizerem, compram de certeza um produto original e o preço do produto é uma compensação para o vendedor, que gastou dinheiro com a pesquisa, produção, serviço, etc. Caso não queiram comprar nos canais oficiais, é importante fazerem muita pesquisa e, caso o preço pareça demasiado bom para ser verdade, provavelmente é. É importante também verificar o vendedor, as avaliações, e comparar o produto com o original. O que fazemos, por exemplo, é comparar os produtos, e as diferenças por vezes são a posição de um autocolante em apenas 1 milímetro, por exemplo, ou a cor ou letras não serem tão definidas. São pequenos detalhes que por vezes são difíceis de encontrar. Por vezes, as fotos também são falsas, estes vendedores utilizam imagens de produtos originais. Nesses casos, trata-se de uma violação de direitos de autor e, quando acontece, alegamos os direitos de autor, para retirar a oferta do marketplace. ●

#### Como perceber que um produto é falsificado:

- > Preço drasticamente baixo;
- > Material publicitário questionável;
- > Falta de informação técnica;
- > Anomalias na qualidade do produto;
- > Discrepâncias na embalagem (design, tamanho, impressão);
- > Avaliações duvidosas de comerciantes em plataformas online;
- > Marca ou logotipo incorreto;
- > Etiqueta de segurança incompleta ou danificada;
- > Defeitos no material do produto ou mão de obra;
- > Mercadoria vendida por fontes online duvidosas.

#### ANFIA e Convey

O Projeto Piloto "Combate à contrafação online nas plataformas de comércio eletrónico B2B e B2C" pela ANFIA e Convey começou em 2018. A fase preliminar do projeto piloto envolveu uma pesquisa com 70 empresas de componentes auto associadas à ANFIA, sobre a dimensão da presença da marca em algumas das principais plataformas de comércio eletrónico B2B e B2C chinesas, com mercado internacional. Uma segunda pesquisa envolveu 100 membros do Grupo de Componentes ANFIA e incidiu sobre algumas das principais plataformas de e-commerce B2C Ocidental, com mercado outlet internacional. Estas entidades pretendem salvaguardar a segurança dos condutores e proteger o setor da concorrência desleal. Também em parceria com a Convey, a UFI Filters está no combate à venda de peças falsificadas nos canais tradicionais e digitais. A UFI Filters evitou, nos últimos dois anos, um potencial volume de negócios de 5 milhões de euros, proveniente de mercadorias ilegais e delineou uma estratégia preventiva, para eliminar fontes de abastecimento de produtos contrafeitos, impedindo a sua distribuição, principalmente anúncios comerciais, publicados em plataformas de comércio eletrónico turcas ou chinesas.