

REKENEN MET EEN COSIO, SPORTEN IN ADIDAC

GPD, 19 februari 1999

CHINESE MERKENPIRATERIJ VIERT HOOGTIJ ONDANKS STRENGERE REGELS

Internationale bedrijven beginnen tabak te krijgen van China's kopieerzucht. Tijdens een studiedag vorige week in Peking werd de balans opgemaakt van de strijd tegen merkenpiraterij, het illegaal kopiëren van software en films en het stelen van uitvindingen die al zijn gepatenteerd.

(Van onze correspondent Jan van der Made)

PEKING (GPD) - Of de Redhok gym schoenen echt zoveel slechter zijn dan het op twee letters na identieke Reebok-paar dat ernaast ligt weet sportzaakeigenaar Wang Nansheng niet. Maar ze verkopen een stuk beter, simpelweg omdat ze bijna de helft goedkoper zijn. 'Hoezo illegaal? Ik heb ze aangekocht van een dealer en heb er een certificaat bij van echtheid'. Zonder twijfel is er een fabriek die de Redhok gym schoenen echt produceert, maar weet hij dan niet dat het veranderen van een paar letters van een merknaam een grove overtreding is van China's regels ter bescherming van merknamen? Wang: 'Ik weet alleen dat ze beter verkopen dan de geïmporteerde schoenen en dat is het enige waar ik in ben geïnteresseerd. Ik vraag niet waar ze vandaan komen'.

Het is een feest in Chinese steden rond te lopen en zoveel mogelijk kopieën van gevestigde merknamen te ontdekken. In het zuiden is het meestal altijd prijs. In de kleine winkeltjes die elkaar beconcurreren in Guangzhou bijvoorbeeld. Bijna ieder half jaar is daar een ander 'merk' papieren zakdoekjes populair. Basismodel: het Duitse Tempo. Maar in de loop van de jaren werden verblufte consumenten geconfronteerd met Temgo, Tompe, Targo en zelfs Tango zakdoekjes, de meesten in het bekende, blauwe jasje.

In Shanghai was lange tijd de Nancy's fastfood. De N was een gele boog op een rood achtergrond. Van een afstand lijkt het een lonkende McDonalds M, die bij nader inzien geamputeerd blijkt te zijn. En is het niet grappig om karaoke te zingen door een Hilips microfoon die is aangesloten op een Ponosonic televisie?

Maar volgens Chris Baily, die in Peking werkt voor Rouse & Co. International, een consultancybureau dat zich onder meer met merkenpiraterij bezig houdt is er niets om te lachen. „De eigenaar van een merk weet in zo'n geval dat hij een hoop geld en tijd kwijtraakt als hij dat probleem wil gaan oplossen. Mensen die dit soort vervalsingen zien vinden het amusant. Maar ze zijn verre van vermakelijk voor de eigenaar van het merk".

500.000 MERKEN

Op dit moment zijn er ongeveer 500.000 merken officieel geregistreerd in China en elk jaar komen er 150.000 nieuwe bij. Bescherming van producten wordt geboden door een aantal wetten en regels, zoals de wet op handelsmerken, de wet op patentbescherming en de regels die intellectueel eigendomsrecht beschermen. Deze werden in het begin van de jaren negentig opgesteld als onderdeel van China's streven om op de internationale markt geaccepteerd te worden. Niet alleen buitenlandse merknamen worden gekopieerd.

Ook Chinese merken worden gekopieerd: tot woede van een vertegenwoordiger van de populair Beijing Jeep 2020 was er een fabriek in zuid-China die het legermodel perfect namaakte, met een vals certificaat erbij dat het in de beroemde Beijing Jeep Factory was vervaardigd. En de fabriek van populaire babydrankjes 'Wahaha' kreeg een proces aan de broek van een zanger uit Xinjiang (west China) die beweerde dat dat de titel van een van zijn songs was. In sommige gevallen zijn de kopieerders hondsbrutaal. Mercedes zit in zijn maag met kopieën van een complete stationwagon, vervaardigd door Norinco, een industriële tak van het Volksbevrijdingsleger.

Ook de Chinese autofabrikant Zhonghua, die uitsluitend polyester wagens produceert heeft een kopie van een Mercedes S-klasse in de werkplaats staan - van polyester. Wat kunnen buitenlandse bedrijven doen aan het illegaal kopiëren? „Het is per bedrijf verschillend", aldus Baily. „Sommige bedrijven zijn heel streng in het beschermen van hun merknaam".

'OVERVALLEN'

Als ze er genoeg van hebben schakelen ze gespecialiseerde bureaus in, zoals Baily's Rouse & Co. Het bedrijf is al zo'n vier jaar actief in China en heeft tot nu toe al bijna driehonderd 'overvallen' uitgevoerd op verdachte fabrieken. „We hebben wat bewijsmateriaal nodig in de vorm van producten die in de winkels liggen. Als het meezit kunnen we binnen een paar uur toestemming krijgen om zo'n fabriek binnen te vallen".

Als daar nagemaakte producten worden aangetroffen, worden die in beslag genomen en de fabriek kan, als dat noodzakelijk wordt geacht, in zijn geheel worden afgesloten. Maar in de praktijk gebeurt dat nauwelijks. „Meestal zijn het gevestigde fabrieken, die een volkomen legale productielijn hebben", aldus Baily, „maar die ernaast nog wat valse kopieën bijmaken. Die kun je niet zomaar sluiten".

De boete, ongeveer 10,000 Yuan (2500 gulden) is volgens Baily veel te laag. „Dat was tien jaar geleden misschien een heel bedrag, vandaag de dag is het een kleine schadepost voor zo'n fabriek". Hoe moeilijk het is om illegaal kopiëren tegen te gaan bewijst het aanverwante probleem van de nagemaakte video-CD's en digital video disks (DVD's). Na jarenlange discussies tussen Peking en de felle Amerikaanse handelsvertegenwoordigster Charlene Barsheveski werd in 1996 een akkoord gesloten inzake het bestrijden van de videopiraterij. Drie fabrieken in zuid-China werd gesloten, en de enorme toevloed van illegale video's nam wat af.

Maar nu, drie jaar na het akkoord lijken er meer dealers dan ooit. Een voorbijganger in de populaire Sanlitun Lu kan geen tien meter lopen zonder minstens vijf keer gevraagd te zijn of hij geïnteresseerd is in 'viesiedie'. Een geïnteresseerde wordt dan meegenomen achter een schutting of in een steeg en kan kiezen uit de laatste films die in Europa nog niet in de bioscoop draaien - voor vier gulden per stuk.

MAAT VOL

Voor AMP, een Amerikaans bedrijf dat netwerkkabels voor computersystemen in kantoorpanden aanlegt, was de maat dit jaar vol. Na miljoenen schade te hebben geleden organiseerde het bedrijf afgelopen week een studiedag waarop experts en vertegenwoordigers van de Chinese overheid bespraken wat de mogelijkheden zijn om de piraterij tegen te gaan.

„Het voornaamste probleem is onderwijs", aldus Nevill.K.C. Lai, directeur van PCLSS marketing Asia Pacific en woordvoerder voor AMP. „Er zijn twee markten voor nagemaakte producten: een van producenten die producten namaken en de consumenten doelbewust misleiden door ze als echt te verkopen. En de markt van die gebruikers die weten dat ze valse producten kopen, maar dat doen omdat ze bijvoorbeeld goedkoper zijn. Ze hebben geaccepteerd dat ze valse producten kopen. Het is nodig het publiek bewust te maken van de schade die dat aanricht".

Behalve een intensievere inspecties en zwaardere boetes voor kopiërende bedrijven moet er, volgens Lai ook een intensieve voorlichtingscampagne komen. Maar een ander, moeilijker oplosbaar probleem wordt gevormd doordat in sommige gevallen de fabrieken beschermd door de lokale autoriteiten. „Dat is ergste koppijn. In zo'n geval gaat niets via de juridische kanalen en moeten er altijd compromissen worden gesloten", aldus Baily. „We doordringen onze klanten ervan dat we niet zoveel macht hebben als de FBI. Locale autoriteiten zijn niet aangesteld als goedereninspecteurs. Zij zijn vooral gebaat bij fabrieken die ordelijk draaien, dus ze beginnen meestal niet aan drastische maatregelen als het sluiten van hele fabrieken".