

**5 euro voor een valse  
D&G-jeansbroek,  
2,5 euro voor een valse Tiger  
Woods-polo, 5 euro voor een valse  
Kipling-rugzak...**

„We zouden ons pas zorgen maken als we niet werden gekopieerd,” reageert *Patrick De Meersman*, juridisch directeur bij Kipling. „Vervalsingen zijn de prijs van ons succes.” Als het de spuigaten uitloopt, zet hij zijn advocaten in. „Zo bewaren we *street credibility* tegen criminele organisaties. Ze moeten voelen dat we het menen.”

#### Hugo Boss of Hugo Bass?

Vorig jaar legde het *Industriële en Commerciële Administratiebureau* 1310 namaakdossiers aan voor de rechtbank in Sjanghai. Volgens *Peter Christiaen*, de Vlaamse handelscommissaris ter plaatse, is de stad „het voorbeeld voor de rest van het land in de strijd tegen namaak.” De autoriteiten treden op tegen fabrieken die westerse kwaliteitsproducten kopiëren.

Waarom krijgt de markt in Xiangyang dan vrij spel? Christiaen: „De verkoop van namaak kunnen de autoriteiten onmogelijk stoppen.” Nadat we ons door broeierige steegjes laten meesleuren naar een achterafzaak, toont de verkoper de illegale *Rolex* en *Mont Blanc*-vulpen met de ultieme boodschap: „Koop nu, want morgen kunnen we verdwenen zijn.” Ook de valse dvd's worden minder openlijk verspreid. Slechts na een tip van een Vlaamse expat vinden we een discreet pand, waar we een valse dvd van *Shrek 2* op de kop kunnen tikken voor 2,5 euro.

*Joe Simone*, advocaat bij *Baker & McKenzie Hongkong* en lid van het *Quality Brands Protection Committee*, dat de merken van zijn leden in China beschermt, legt uit: „De namakers die vroeger openlijk actief waren, gaan vandaag ondergronds. En geen politieman die hen zoekt. Af en toe doet het gerecht wel een inval, maar even later zijn de producten elders te koop.”

Voor (waarschijnlijk) de grootste markt van textielnamaak ter wereld reizen we 100 kilometer verder naar de stad Changshu. Op een oppervlakte, groter dan de Grote Markt in Sint-Niklaas, worden de artikelen verkocht van dezelfde fabrieken, die de originelen produceren. Overal hangt de waar van *Hugo Bass*, *Kelvin Klein*, *Chalie Chalie* en *Emperio Armano*. Een straat verder zijn de labels van de bijna gelijknamige merken te koop. Volgens *Carl Sanders*, een Vlaming die al een decennium in de regio werkt, ging het er in Changshu enkele jaren geleden agressiever aan toe. Toen werden kleren met merk en al verkocht. „Vandaag denken de producenten dat ze slim zijn. Een kleine retouche aan de merknaam en de Chinees redeneert: dit is een origineel product.”

#### Belgische handelsmissie

Volgende maand vertrekt een Belgische handelsmissie naar China. Ze wil ook weten hoe ernstig China, sinds 2001 lid van de *Wereldhandelsorganisatie (WHO)*, het meent met de strijd tegen namaak. Volgens de WHO moet namaak die 'op commerciële schaal' gebeurt, strafrechtelijk betwongen worden en dat op een manier die 'voldoende afschrikwekkend' is. Toch ligt China aan de oorsprong van 60% van de namaakartikelen, die in het Westen worden verspreid. Naar schatting is de wereldwijde omzet goed voor 350 miljard dollar. ■■■

XIANGYANG MARKET IN SJANGHAI  
Het gerecht in Sjanghai pakt alleen de productie van namaak aan. De distributie ervan aan banden leggen, is onbegonnen werk.

FOTO'S: WOUTER RAWGENS

EEN SUÈDE JAS VAN HUGO BOSS VOOR 15 EURO

# In het spoor van de namaak-maffia

*China is wereldwijd de nummer één voor vervalsingen. Trends-journalist Hans Brockmans verkende de kopie-industrie in China en liet zich bij zijn terugkeer in zijn namaakpak 'betrappen' door een Belgische douanier:*

*Changshu, Sjanghai (Volksrepubliek China)*

**E**en suède jas van *Hugo Boss* voor 15 euro? Dat moet een vervalsing zijn, zeggen we tegen de handelaar op de Xiangyang-markt in Sjanghai. Hij neemt briesend het kledingstuk terug. „Ik ben een eerlijke zakenman,” klinkt het. „Ik verkoop geen vervalsingen. Alleen kopieën.”

Onder het oog van de politie gaan op de markt in Sjanghai dagelijks duizenden valse *D&G*-jeansbroeken (5 euro), *Tiger Woods*-polo's (2,5 euro), *Louis Vuitton*-handtassen (15 euro) en andere bekende merken van de hand. Aan een *Kipling*-rugzak hangt een prijskaartje van 5 euro. Niet toevallig opende het Antwerpse huis onlangs drie winkels in China.

■■■ Joe Simone (Baker & McKenzie) wijst erop dat volgens de Chinese wet vervalsers alleen voor de strafrechter kunnen worden gesleept 'als de omstandigheden ernstig zijn'. Concreet treedt het gerecht pas op tegen namaakgoederen met een waarde van 60.000 dollar. Handelscommissaris Christiaan stelt dat Peking wel overtuigd is van de problemen, maar botst op lokale politici: „In sommige regio's zou een ernstig bestrijdingsbeleid leiden tot massale werkloosheid.”

**Zware boetes voor de bezitter?**

Het is verkeerd alleen met de vinger naar China te wijzen, meent Pa-

**VALSE DVD'S IN SJANGHAI**

*De verkoop van valse dvd's gebeurt vandaag op 'geheime' plaatsen in de straten van Sjanghai.*



**PAUL MEULENEIRE (GROEP ANTI DRUG)**  
*De namaakspecialist van de douane in Zaventem vindt een partij vervalsingen op het lichaam van de Trends-reporter.*

trick De Meersman (Kipling): „Ook onze politie treedt amper op als marktkramers met valse Kiplings leuren. Als dure advocatenkantoren de schuldigen eindelijk veroordeeld krijgen, komen ze ervan af met een boete van 1000 euro.”

Sinds juli mogen Belgen geen vervalste spullen invoeren die meer dan 175 euro waard zijn. Het bezit voor

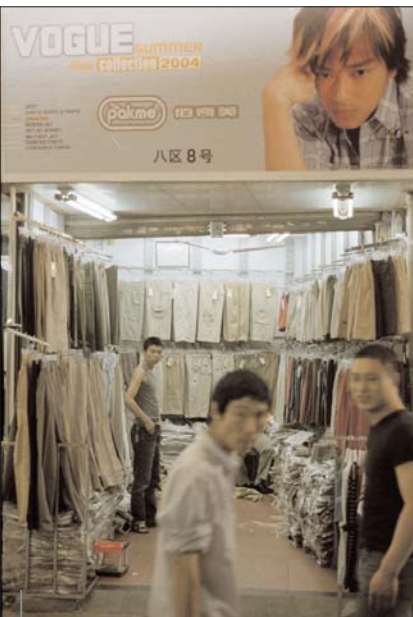
**Belg mag voor 175 euro namaakproducten invoeren.**

**Marktkramers met valse Kiplings krijgen amper 1000 euro boete.**

**In België worden dagelijks 400.000 films gedownload.**

**5 tot 7% van merkenhandel is namaak.**

**60% van namaak wordt vervaardigd in China.**



**DE MARKT IN CHANGSHU**

*Overal bangt de waar van Hugo Boss, Kelvin Klein, Chalie Chalie en Emperio Armano. De artikelen zijn geproduceerd door dezelfde fabrieken die ook de originelen maken.*

persoonlijk gebruik is echter niet verboden. Advocaat *Annick Mottet* van het advocatenkantoor *Lawfort*: „Het bezit zelf zou al verboden moeten zijn, net als in Frankrijk. Wie door de douane in een Franse luchthaven wordt betrap met namaak, riskeert zware boetes.”

*Paul Meuleneire* van de douane (*Groep Anti Drug*, ook verantwoordelijk voor namaakbestrijding) speelt de bal terug: „Wij hebben amper gedetailleerde info over Belgische merken, zoals Kipling en *Delvaux*. Hoe kunnen we weten dat het om een vervalsing gaat? Onze honden hebben een neus voor drugs en explosieven, maar niet voor namaakartikelen. Louis Vuitton en andere buitenlandse merken kennen we wel in detail. Staat er een half logo om de rand van een tas? Dan is ze nep.”

Tijdens het gesprek bekijkt Meuleneire onze outfit uit China, waarmee we ons speciaal voor deze gelegenheid hebben getooid. Hij grijpt mijn das: „Een valse *Versace*, want de *Medusa* ontbreekt. En uw *Ralph Lauren*-hemd is ook fake, want de knoopjes zijn niet kruisgewijs gestikt. De labels van dat Boss-jasje en de broek van hetzelfde namaakmerk zijn belabberd aangebracht. En die *Mont Blanc*-attaché-koffer? Heb je gezien hoe belachelijk slecht die stempel is aangebracht? Was ik een Franse douanier, zou ik u mogen strippen.”

**België: draaischijf van smokkelaars?**

Elk jaar vinden de autoriteiten bij ons negen namaakproducten per inwoner. In Frankrijk ligt dat aantal 300 keer lager. „België is de draaischijf van smokkelaars, die via *Brucargo* en de haven van Antwerpen namaak naar de rest van Europa distribueren,” weet *Annick Mottet*. Een bron bij Financiën relatieveert: „De pakkans is relatief groot in België, omdat de douane zich niet te min voelt voor dit soort dossiers. Zet de gemotiveerde ploeg van Meuleneire aan het werk in *Charles de Gaulle* en ze vinden tien keer zoveel als de Franse collega's.”

Volgens Mottet verschilt de aanpak ook per regio. In Antwerpen heeft het parket de filières rond het Falconplein opgerold, Brussel probeert hetzelfde met de winkels rond de Brabantstraat.

Mottet: „De douane van de Luikse luchthaven in Bierset (*nvd* - waar pakjesdienst *TNT* actief is) krijgt geen steun van het Luikse parket. Dat vindt de bestrijding van namaak een luxe probleem voor kapitalisten. Het gevolg: hele vrachten vertrekken ongehinderd naar de rest van Europa.” Een rechercheur vult aan: „De verhuizing van *DHL* naar een lakse luchthaven speelt in de kaarten van de namaakcriminelen.”

Koerierdiensten brengen de namaak tot bij de deur van de klant, die zijn keuze maakt op *Ebay* of sites als *amazingreplias.com* en *kooprelex.tk*. De informatica van de doua- ■■■

■■■ ne analyseert (in overleg met DHL) het risico van élk pakket dat via Zaventem naar de rest van Europa vertrekt. Dagelijks tipt de douane merkhouders dat er via DHL of het gewone vrachtovervoer een lading is tegengehouden. Annick Mottet groepeerde de strijd tegen namaak voor de Zwitserse horloge-industrie en een rist wereldmerken als *Burberry*, *Issey Miyake* en *Ray Ban*. De kelders van Lawfort — waar de vervalste spullen in afwachting van gerechtelijke actie terechtkomen — lijken soms op een museum van de wansmaak.

## Laks beschermingsbeleid?

Niet elke merkhouder reageert alert. Paul Meuleneire: „Soms blijft een onderneming passief als we een lading hebben onderschept. Omdat namaak een *klachtmisdrijf* is, zijn we verplicht de zending door te laten. Niet echt motiverend.”

Jean Bossiers, directeur bij *Hedgren*, stuurt geen advocaat achter elke vervalste koffer aan: „Dat zou een eindeloos verhaal worden. Bij grote volumes treden we op, want anders weet de wereld van de namakers snel dat ze de vrije hand krijgen.” Een illustratie van de ernst: *Moulinex* ging ten onder door een laks beschermingsbeleid.

Patrick De Meersman spendeert jaarlijks 3,5 tot 4 miljoen euro of zo'n 5% van de omzet aan de bescherming van het merk Kipling. Weegt dit bedrag op tegen het feit dat zo'n 5 tot 7% van de internationale merkenhandel uit namaak bestaat? „Het gaat niet alleen om de omzet. De reputatie bij de consument, die een exclusief product eist, wordt ondermijnd als je niet ertegen optreedt.”

Digitale namaak is waarschijnlijk nog groter. *Rik Reynaers*, managing director van de *Belgian Anti-Piracy Foundation*, schat dat er in België dagelijks 400.000 films van het net worden gedownload. Onmogelijk op te treden? Tot voor kort was Reynaers actief bij *ISPA*, de Belgische vereniging van de internet service providers. Hij klapt uit de biecht: „Het is perfect mogelijk voor service providers om de illegale reproductie te detecteren zonder miljoeneninvesteringen te moeten doen.”

## Discretie bij Delvaux

Ook voor namaakbestrijding gelden de voordelen van schaalgrootheid. Sinds kort is Kipling in handen van de Amerikaanse groep *VF*, die 200 merken (zoals *Eastpak* en *Wrangler*) heeft. De Meersman: „Wij gingen als onafhankelijke producent al vrij systematisch tewerk, maar zo'n Amerikaans bedrijf pakt illegale activiteiten aan met scenario's uit vuistdikke handboeken. Bovendien beschikt Kipling nu over een veel groter netwerk, dat inbreuken kan opsporen en bestrijden.”

Delvaux loopt niet altijd hard van stapel als het met namaak wordt geconfronteerd. „Een discrete brief naar de verkoper volstaat meestal,” weet *Eric Dienst* van de juridische sectie. De handtasfabrikant wordt aangevallen op twee fronten: barslechte namaak uit Turkije en soms vrij goede Belgische kopieën. Heel wat vrouwelijke toeristen financieren hun reis naar Turkije door voor 1000 euro tien tot vijftien slechte kopieën te kopen en die aan hun vriendinnen te slijten. Sommige exemplaren vermelden zelfs *Made in Belgium*, wat Delvaux niet doet. Of wat te denken van de vermelding *Delfaux* op een handtas? *Eric Dienst*: „Iedere liefhebber van Delvaux ontdekt op 100 meter de namaak. Wie op een receptie met dat soort handtassen aankomt, is voor de kenner ronduit vulgair.”

Moeilijker heeft Delvaux het met namaak van dichtbij bij de deur. Sommige vervalsters leerden de stiel in het Brusselse atelier. Ze produceren soms nagenoeg perfecte kopieën in exact hetzelfde leer. Als de vervalsingen hun weg vinden naar

een winkel, lichten de concurrerende verkopers Delvaux in. Maar er zijn ook wat Dienst ' *Tupperware-parties* voor namaak-Delvaux' noemt: „In intieme kring stuurt men uitnodigingen voor een avondje namaakshoppen.”

Volgens advocaat Joe Simone gebeurt het in China meer dan eens dat producenten van de merkhouder het product zelf vervalsen: „Door de topkwaliteit die deze producenten afleveren, herkent de eigenaar van het merk soms de namaak van zijn eigen product niet meer.”

## Vlaamse textieljobs bedreigd

Voor Belgische bedrijven die leidersposities innemen op de markt van de tapijten, matrasdesign en binnenhuistextiel, is de namaak van modellen (tekeningen) een ernstige bedreiging. *Fa Quix (Febeltex Vlaanderen)*: „Onze *textiliens* worden wereldwijd erkend als trendsettende topdesigners. Wie hun modellen ondergraaft via namaak, pleegt een rechtstreekse aanslag op de kennis-economie, die dure jobs in Vlaanderen kan houden. Namaak is dus ook een probleem voor de werkgelegenheid.”

Zodra nieuwe modellen worden gelanceerd, duiken op handelsbeurzen Chinezen op met digitale fotoapparaten. Met de snelheid van een satellietverbinding reizen tekeningen naar de andere kant van de wereld, waar de Chinese namakers ze snel in productie gooien. Als het nagemaakte nylonvelours

van *Microfibres Europe* ergens in de wereld opduikt, rinkelen in Laarne de alarmbellen. Algemeen directeur *Pierre Hanet*: „We beschermen al onze nieuwe producten en tekeningen met copyrights en patenten. *Microfibres* spendeert belangrijke juridische kosten aan het achtervolgen van de namaak uit Turkije, India, China en Canada.”

„Iedere liefhebber van Delvaux ontdekt op 100 meter de namaak. Wie op een receptie met dat soort handtassen aankomt, is voor de kenner ronduit vulgair.”

## Klanten vragen vervalsingen

Nu komen we bij de kern van het probleem. De Chinese fabrikant zal niets produceren als er geen vraag is. Bij zijn afscheidsinterview in *Trends* (van 2 september 2004) zei *Michel Bekaert (Bekaert Textiles)* dat zes maanden na de lancering van een nieuw model, de Chinese namaak in de winkels ligt. „Vaak zet men dan aan zo'n wandtextiel een blaadje van een bloempje op een andere plaats, maar het materiaal is identiek aan het onze. De producent wordt beleverd door onze eigen leveranciers van grondstoffen.”

*Pierre Hanet (Microfibres)* stelt soms vast dat de initiatiefnemers van de namaak geen Chinese, maar Europese of Amerikaanse bedrijven zijn. „Wij laten niet na om ook deze mensen met de beste advocaten te achtervolgen.” *Fa Quix*: „Heel wat klanten van onze textielbedrijven gaan door de knieën als ze op de toch al moeilijke markt voor minder dan de helft van de prijs hetzelfde product kunnen inkopen.”

Misschien is er een troost. Christiaan heeft de indruk dat het probleem in China niet verergert. De reden: „Chinese ondernemingen, die zelf internationaal actief zijn, staan achter de westerse aanpak. Zij zijn vragende partij voor betere rechtsregels. Waarom? Ook zij worden gekopieerd en kloppen aan bij hun politici. Als namaak een Chinees probleem wordt, zal China de westerse regels snel... kopiëren.”

HANS BROCKMANS ■

hans.brockmans@trends.be



FONDS PASCAL DECROOS  
VOOR BUZONDERE JOURNALISTIEK  
fondspascaldecroos.org

Dit artikel kwam tot stand met steun van het Fonds Pascal Decroos.