

**BJÖRN BORG** 

# BJÖRN BORG'S FIGHT AGAINST ONLINE IP INFRINGEMENTS

## Anti-counterfeit Seminar, 22 June 2016





## BRAND STORY

### **Thank you Björn!**

You changed tennis from being "a white sport" into a colourful scene for the passionate and the active. You started a revolution against conservatives and conformists that has spread from locker room to locker room all over the world. You showed us that being active and making a difference is far more attractive than playing it safe.

This attitude is the core of the Björn Borg brand. That is how we create our sports fashion and that is how we inspire the people who wear it.

# SO.... ABOUT THE ONLINE BATTLE...



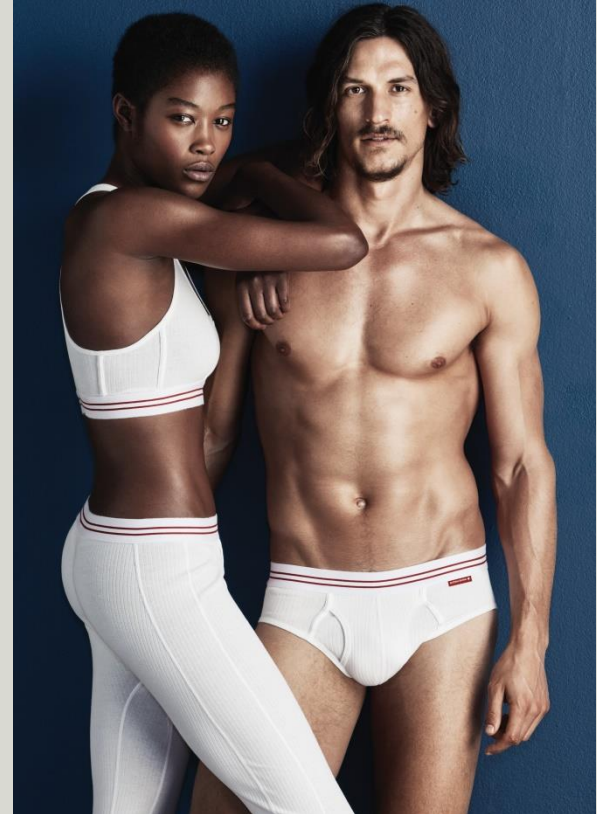
# OUR STARTING POINT (2011)

## LOOKING OURSELVES IN THE MIRROR TO CONFRONT SOME BRUTAL FACTS...

- Lots of counterfeit products in circulation
- We did a lot of things, but with little impact
- ...and had substantial costs

### Problem:

- Ad Hoc and reactive approach lacking structure planning and proactivity
- Unclear Goal(s), Strategy, and Focus Areas



# SETTING TARGET

## INSPIRATIONAL TARGET

*Win the online counterfeit battle  
at reasonable level of spend*

## SMART KPIs

*Decrease number of online ads  
(at monitored sites) with 80%*

- *without increasing level of spend*
- *within 24 months*



# WHAT: SETTING FOCUS AREAS

## FOCUS AREAS

- Online sales
- Netherlands
- The bulk of small resellers

Defocussing from things done in the past that did not have impact...

## First steps...

- select the right partners
- connect them with one another
- align them to KPIs
- design programme together

**LEGALEXPERIENCE**  
ADVOCATEN - AMSTERDAM - DEN BOSCH - EINDHOVEN

**YELLOW** BRAND PROTECTION



# WHAT: SETTING & IMPLEMENTING APPROACH

## APPROACH

Clear Modus Operandi

- pre-defined, simple steps
- clear roles & responsibilities

## MAIN PILLARS

- Zero tolerance
- Consistency
- Relentless persistence over time

Self-managed programme – with regular follow-up vs. KPIs



# SO WHAT WERE THE RESULTS?

*KPI: Decrease number of online ads with 80% within 24 months*

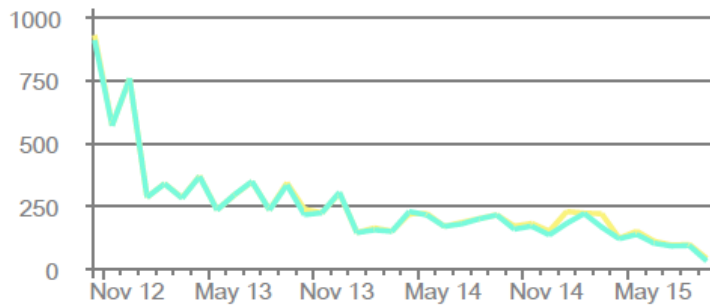
Yellow BRAND PROTECTION

## OVERVIEW COMPARISON

Comparison between reported and removed issues. Issues captured in chosen period.

Reported Removed

### ONLINE MARKET PLACES



# AND HOW ABOUT COSTS...?

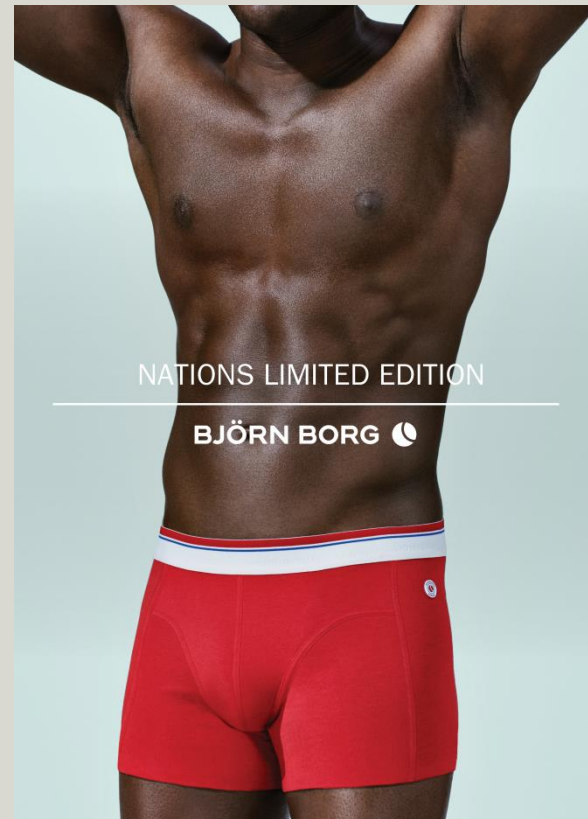
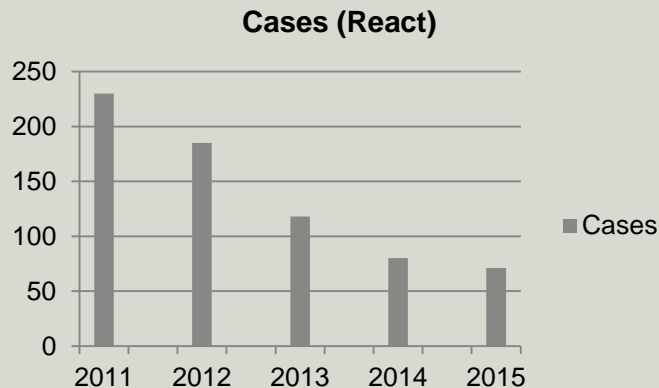
*KPI: Not increase level of spend*

**We delivered the programme at break-even**

- have the infringer pay!

Total anti-counterfeit spending dropped.

We also saw other effects...



# SHARE YOUR SUCCESS

## – 'the word of mouth' effect

### BJORN BORG VS KONINGINNEDAGHANDELAAR



De rechtbank Den Haag heeft een Koninginnedaghandelaar uit Roosendaal **veroordeeld** tot betaling van een boete van EUR 170.000 aan Björn Borg wegens het verkopen van een partij counterfeit boxershorts. De handelaar had een onthoudingsverklaring getekend waarin hij had toegezegd geen inbreuk meer te zullen maken op de merken van Björn Borg, op straffe van een boete van EUR 500,- per inbreukmakend product. Vervolgens was hij – onder diverse aliasen – op internet doorgegaan met zijn handel.

Een door Björn Borg ingeschakeld onderzoeksbureau constateerde door middel van test aankopen dat de man beschikte over een voorraad van 150 duopakken counterfeit boxershorts. Mede op grond van de verklaring van het onderzoeksbureau oordeelde de rechtbank dat de man in strijd handelde met de onthoudingsverklaring en derhalve de boete moet betalen. Daarnaast moet de handelaar op grond van de onthoudingsverklaring een schadevergoeding van EUR 3.000,- betalen en de door Björn Borg gemaakte advocaatkosten volledig vergoeden.

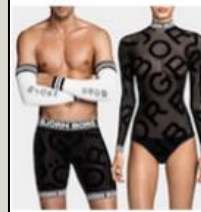
Björn Borg  
de on  
malen  
proble  
hande  
BRON  
f s

## Aangifte tegen Beverwijkse Bazaar

AMSTERDAM - Acht merkeigenaren hebben aangifte gedaan tegen de Beverwijkse Bazaar voor het faciliteren van namaakhandel. Het gaat onder meer om de merkhouders Armani, Beats by Dr. Dre, Björn Borg, Chanel, Coty (namens Davidoff en Joop) en True Religion. Dit maakte Deterink Advocaten en Notarissen maandag namens de merkhouders bekend.

Volgens de merkhouders is sprake van voortdurende bevordering van de handel in vervalste merkartikelen op de Bazaar in Beverwijk. In de afgelopen maanden ging een team van inkopers herhaaldelijk naar de bazaar om test aankopen te verzamelen. „Meer dan 90 procent van de gekochte items was voorzien van de merken van de merkhouders namens wie aangifte werd gedaan. Deze producten zijn onderzocht door de merkhouders en 90 procent werd beoordeeld als namaak”, aldus het

### STATEMENT: BJÖRN BORG VOERT OORLOG TEGEN NAMAAKPRODUCTEN



Björn Borg is er helemaal klaar mee. Het Zweedse kledingbedrijf, dat voornamelijk bekend is geworden door zijn karakteristieke ondergoed, zegt geen geduld meer te hebben voor de talloze namaakproducten van hun merk.

Woensdag meldde Björn Borg een strenger beleid te gaan voeren tegen bedrijven die hun producten nabootsen. Voornamelijk in de Benelux is er sprake van grootschalige verkoop van gelijksoortige Björn Borg kleding, die vaak hand in hand gaat met criminaliteit. Het nieuwe beleid heeft er toe geleid dat er alleen al in België rond de 120.000 namaak Björn Borg producten zijn vernietigd.

Het nabootsen van excentriek ondergoed is ook in Nederland niet geheel onbekend. Marlies Dekkers probeert al meerdere jaren namaak beha's à la Dekkers van de markt te halen.

## Handelaren in namaakkleding opgespoord door Undercover in Nederland

AMSTERDAM, 30 januari 2014 17:54 | Suzanne van Duijn

[Toevoegen aan Mijn Textilia](#)

### Gerelateerde berichten

- Enorme handel in namaakmerkleding in Twente
- 8 jaar cel voor neerschieten kledingwinkeleigenaar
- Levi's wint rechtszaak van New Yorker
- Prinsjesdag: wat verandert er voor jou?
- Levi's klaagt New Yorker aan om 'namaakjeans'



Twee mannen, die ervan werden verdacht te handelen in valse merkleding, zijn opgespoord door het televisieprogramma Undercover in Nederland. De mannen zijn veroordeeld tot een gevangenisstraf, een werkstraf en een geldboete.

Met behulp van het SBS6-programma Undercover in Nederland zijn twee mannen opgespoord die ervan werden verdacht te handelen in namaakkleding. De mannen zijn nu **veroordeeld** tot een gevangenisstraf van vijftien maanden waarvan vijf voorwaardelijk en een geldboete van 10.000 euro (voor de hoofddader) en een werkstraf van 240 uur en een geldboete van 5.000 euro (voor de medepleger).

### Politie herkent verdachten

De twee mannen uit Aalten liepen tegen de lamp toen SBS6 in februari 2013 het programma Undercover in Nederland uitzond, waarin een onderzoek naar de handel in valse merkartikelen in Aalten werd getoond. In de uitzending was te zien hoe twee mannen namaakgoederen verkopen aan de undercover medewerkers van het programma Undercover in Nederland. De politie van Regio Noord- en Oost Gelderland herkent in de twee mannen in de uitzending twee verdachten in een lopend onderzoek naar namaakhandel.

# KEY SUCCESS FACTORS

- Setting targets and KPIs, and a clear modus operandi
- Defining focus areas, that deliver on targets, daring to defocus from other things
- Connecting partners, aligning them to KPIs, and following up
- Starting to clean the staircase downstairs – take the small resellers out
- Stick to the plan
- Leverage on the power of Word of Mouth



# EXPERIENCES FROM DENMARK 2015-2016

- Similar approach – aligning external partners and approaching small sellers, but other focus: Facebook/social media
- Target: stopping targeted infringers and scaring (potential) infringers off, and doing it at break-even cost wise
- Result:
  - i) less targets than expected, but some bigger ones eliminated
  - iii) Cost neutral (more or less)
  - iii) Overall improvement in Denmark (online ads)
- Conclusions: Facebook requires a different approach - and is more challenging....

# THANK YOU!

Victoria Swedjemark, General counsel, Björn Borg

