



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

1 września 2023 r.

Mercedes-Benz celem fałszerzy jako marka luksusowa: w 2022 r. liczba usuniętych ofert podróbek w internecie wzrosła o ponad 23%

- W 2022 r., w wyniku ponad 620 nalotów służb celnych oraz organów ścigania, przechwycono ponad 1,6 miliona podrobionych produktów Mercedes-Benz
- Zespół Mercedes-Benz ds. ochrony marki koncentruje się na podróbkach istotnych dla bezpieczeństwa i rozwija swoje aktywności online
- W 2022 r. liczba ofert usuniętych w mediach społecznościowych i na platformach internetowych znacznie wzrosła – do ponad 155 000

Światowy handel podrabianymi produktami Mercedes-Benz stale rośnie, szczególnie w internecie. W 2022 r. odnotowano kolejny znaczący wzrost aktywności w obszarze podróbek w mediach społecznościowych i na platformach handlowych. W porównaniu z rokiem 2021 liczba usuniętych ofert zawierających podróbki w odpowiednich serwisach internetowych wzrosła o ponad 23%, do przeszło 155 000 przypadków. W 2022 r., w wyniku ponad 620 nalotów służb celnych oraz organów ścigania, przejęto łącznie ponad 1,6 mln podrobionych produktów. Ich jakość zazwyczaj jest słaba i nie spełnia minimalnych wymogów prawnych w zakresie bezpieczeństwa. Podrabianie stanowi zatem poważne ryzyko dla zdrowia oraz bezpieczeństwa użytkowników dróg. Aby położyć kres fałszerstwom, globalny zespół w centrum kompetencji Mercedes-Benz ds. własności intelektualnej ściśle współpracuje ze służbami celnymi i organami ścigania na całym świecie.

„Zorganizowane gangi fałszerzy zazwyczaj produkują towary niskiej jakości i często niebezpieczne, w dodatku w nieludzkich warunkach, bez poszanowania praw człowieka, norm środowiskowych oraz bezpieczeństwa i higieny pracy. Walczymy z tym masowo, ponieważ szkodzą one nie tylko konsumentom, ale także lokalnym pracownikom i całemu społeczeństwu. Fałszerze są bardzo aktywni i stale poszerzają swoją ofertę” – powiedziała Renata Jungo Brüngger, członek zarządu Mercedes-Benz Group AG ds. uczciwości, zarządzania i zrównoważonego rozwoju.

Oprócz typowych celów piratów, takich jak tarcze hamulcowe, obręcze oraz części nadwozia i układu kierowniczego, pod czujnym okiem zespołu chroniącego markę Mercedes-Benz nadal będą znajdować się platformy internetowe. Podrabiane produkty często trudno bowiem wizualnie odróżnić od oryginalnych części. W 2022 r. znacznie wzrosła liczba usuniętych ofert podróbek w mediach społecznościowych i na platformach internetowych – do ponad 155 000.

Mercedes-Benz Group AG | 70546 Stuttgart | telefon +49 7 11 17-0 | faks +49 7 11 17-222 44 | dialog@mercedes-benz.com | group.mercedes-benz.com

Mercedes-Benz Group AG, Stuttgart | Siedziba i Sąd Rejestrowy: Stuttgart, nr w Rej. Handl.: 19360

Prezes Rady Nadzorczej: Bernd Pischetsrieder

Zarząd: Ola Källenius, Prezes; Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Hubertus Troska, Harald Wilhelm

Więcej informacji na temat oficjalnego zużycia paliwa i oficjalnych wartości emisji CO₂ nowych samochodów osobowych można znaleźć w „Przewodniku po zużyciu paliwa, emisjach CO₂ i zużyciu energii elektrycznej” dla nowych samochodów osobowych, bezpłatnie dostępnym we wszystkich punktach sprzedaży

i od Deutsche Automobil Treuhand GmbH, pod adresem www.dat.de.



oraz Mercedes-Benz są zastrzeżonymi znakami towarowymi Mercedes-Benz Group AG (Stuttgart, Niemcy).

„W zeszłym roku skala handlu podrobionymi produktami za pośrednictwem platform internetowych i mediów społecznościowych gwałtownie wzrosła. Osoby odpowiadające za ochronę naszej marki skupiają się na podróbkach istotnych dla bezpieczeństwa, ponieważ stanowią one zagrożenie dla ludzi. Śledzimy jednak również rozwijający się model biznesowy branży podróbek w obszarze towarów cyfrowych. W 2022 r. z platform internetowych usunięto łącznie ponad 155 000 ofert podrabianych produktów” – powiedział Florian Adt, dyrektor operacyjny i główny radca prawny w Mercedes-Benz Intellectual Property GmbH & Co. KG.

Handlując podrabianymi towarami, gangi wykorzystują wysoki stopień anonimowości i zdecentralizowany charakter internetowych rynków oraz technologii. Z tego powodu Mercedes-Benz systematycznie poszerza swoje strategiczne i operacyjne aktywności zapobiegające rozpowszechnianiu podróbek w handlu internetowym. Strategia ochrony marki składa się z trzech filarów: wykrywania, atakowania i zapobiegania. Z tego powodu przedstawiciele marki regularnie oferują odpowiednie szkolenia i materiały informacyjne, których zadaniem jest zwiększenie świadomości na temat podróbek – na przykład organom celnym lub usługodawcom.

Aby nie paść ofiarą fałszerzy, podczas zakupów konsumenci powinni stosować się do kilku prostych zasad. Warto zacząć od skrupulatnego przeanalizowania wyróżnionych ofert – typowymi sygnałami alarmowymi w przypadku podrabianych produktów są: znacząco niska cena, widoczna dyskusyjna jakość produktu lub sprzedaż za pośrednictwem wątpliwych źródeł internetowych. Niekiedy już na podstawie zdjęć lub oznaczeń produktów widać, że nie mogą one być oryginalne, ponieważ Mercedes-Benz w ogóle nie wytwarza takich artykułów.

Kontakt dla mediów:

Tomasz Mucha, tel. +48 22 312 72 22, e-mail: tomasz.mucha@mercedes-benz.com

Najważniejsze informacje o Mercedes-Benz AG

Mercedes-Benz Group AG jest jedną z odnoszących największe sukcesy firm motoryzacyjnych na świecie. Dzięki Mercedes-Benz AG grupa jest jednym z wiodących światowych dostawców wysokiej klasy samochodów osobowych i aut dostawczych z segmentu premium. Mercedes-Benz Mobility AG oferuje finansowanie, leasing, subskrypcję oraz wynajem pojazdów, zarządzanie flotą, cyfrowe usługi ładowania i płatności, pośrednictwo ubezpieczeniowe, a także innowacyjne usługi z zakresu mobilności. Założyciele firmy, Gottlieb Daimler i Carl Benz, przeszli do historii, gdy w 1886 r. wynaleźli samochód. Mercedes-Benz – jako pionier samochodowej inżynierii – postrzega kształtowanie przyszłości mobilności w bezpieczny i zrównoważony sposób zarówno jako swoją motywację, jak i obowiązek. Firma koncentruje się zatem na innowacyjnych i ekologicznych rozwiązaniach technologicznych, jak również na budowie bezpiecznych i doskonałych pojazdów. Mercedes-Benz nadal systematycznie inwestuje w rozwój efektywnych układów napędowych i wyznacza kurs na całkowicie elektryczną przyszłość: marka spod znaku trójramiennego gwiazdy dąży do tego, by do 2030 r., o ile pozwolą na to warunki rynkowe, przejść na napędy w pełni elektryczne. Przechodząc od priorytetu prądu do koncepcji „tylko prąd”, wiodący na świecie koncern motoryzacyjny przyspiesza swój rozwój w kierunku całkowicie elektrycznej, opartej na oprogramowaniu przyszłości. Jego wysiłki koncentrują się również na inteligentnej łączności pojazdów, autonomicznej jeździe i nowych koncepcjach mobilności. Mercedes-Benz traktuje to bowiem jako swoją aspirację oraz zobowiązanie do wywiązywania się z odpowiedzialności wobec społeczeństwa i środowiska. Firma sprzedaje swoje pojazdy i świadczy usługi niemal we wszystkich krajach świata, a jej zakłady produkcyjne znajdują się w Europie, Ameryce Północnej i Łacińskiej, Azji oraz Afryce. Oprócz Mercedes-Benz, najcenniejszej luksusowej marki motoryzacyjnej na świecie (źródło: badanie Interbrand, 3.11.2022 r.), portfolio obejmuje marki: Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ i Mercedes me, a także marki Mercedes-Benz Mobility: Mercedes-Benz Bank, Mercedes-Benz Financial Services oraz Athlon. Spółka jest notowana na giełdach we Frankfurcie i Stuttgarcie (symbol MBG). W 2022 r. grupa zatrudniała około 170 000 pracowników i sprzedała około 2,5 miliona pojazdów. Jej przychody wyniosły 150,0 mld euro, a EBIT – 20,5 mld euro.