

## **Comité consultatif sur l'application des droits**

**Dixième session**  
**Genève, 23 – 25 octobre 2015**

LES ACTIVITÉS DE PRÉVENTION DE LA FÉDÉRATION DE L'INDUSTRIE HORLOGÈRE  
SUISSE EN MATIÈRE DE LUTTE CONTRE LA VENTE EN LIGNE DE CONTREFAÇONS

*Document établi par Carole Aubert, chef de la cellule Internet de la Fédération de l'industrie horlogère suisse (FH)<sup>1</sup>*

### **RÉSUMÉ**

L'Internet permet aux contrefacteurs d'atteindre un public mondial pour un coût très faible et avec un risque minime. Ceux-ci tirent profit de l'anonymat que procure l'Internet, tandis que les consommateurs sont de plus en plus exposés à ce phénomène. Avec un risque quasi nul, les contrefacteurs sont fortement incités à développer la vente en ligne de contrefaçons, ce qui rend l'application des droits de plus en plus complexe et délicate. C'est pourquoi la question devrait être traitée dans le cadre d'une approche globale qui tienne compte des différentes facettes du problème. La coopération entre les diverses parties prenantes – aussi bien publiques que privées – est la clé de la réussite. Une telle coopération devrait tout d'abord viser à mieux faire connaître le phénomène grâce au partage de l'information, du renseignement, des pratiques recommandées, des connaissances spécialisées et des données d'expérience. En outre, il est important de faire évoluer les mentalités et d'inculquer le respect des droits de propriété intellectuelle. Enfin, il est nécessaire de travailler à l'élaboration de règles de droit international concernant l'application des droits de propriété intellectuelle sur l'Internet.

---

<sup>1</sup> Les opinions exprimées dans le présent document sont celles de l'auteur et ne sont pas nécessairement celles du Secrétariat, ni celles des États membres de l'OMPI.

## I. INTRODUCTION

1. La croissance régulière du commerce électronique mondial a ouvert de nouvelles perspectives à l'économie mondiale : le commerce en ligne offre des possibilités inédites aux particuliers et aux entreprises en matière de vente et d'achat de marchandises aux niveaux national et international. À l'échelle mondiale, l'Internet réduit les obstacles transfrontaliers au commerce.
2. Or, les personnes qui se livrent au commerce illicite ou frauduleux de produits de contrefaçon tirent également profit du commerce électronique pour proposer ces produits directement aux consommateurs. L'Internet a créé de nouveaux circuits de distribution qui permettent aux contrefacteurs d'atteindre un public mondial pour un coût très faible et avec un risque minime. Ceux-ci bénéficient de l'anonymat que procure l'Internet, tandis que les consommateurs sont de plus en plus exposés à ce phénomène et peuvent acheter facilement, consciemment ou non, des objets contrefaisants par ce canal de distribution. Le commerce électronique a provoqué une augmentation de la demande de produits de contrefaçon et, partant, une hausse de l'offre.
3. La mondialisation et la diffusion des technologies permettant de reproduire à moindre coût des produits prisés de même que leur emballage et leur étiquetage sont des facteurs importants qui facilitent la recrudescence des atteintes aux droits de propriété intellectuelle. Depuis plusieurs années, une part croissante de la vente et de la distribution de produits contrefaisants proviendrait de l'Internet<sup>2</sup>. Les produits de contrefaçon sont vendus en ligne et expédiés à l'étranger par l'intermédiaire de services postaux ou d'entreprises de livraison exprès, souvent en quantités relativement faibles et donc difficilement détectables par les agents des douanes ou les organismes chargés de faire respecter la loi. Les statistiques relatives aux saisies douanières montrent une augmentation des prises dans le courrier postal et les envois exprès et une baisse dans le transport de marchandises. Cette situation tient aux transactions individuelles réalisées sur l'Internet, et notamment sur les sites de vente entre entreprises (B2B) et entre entreprises et particuliers (B2C).
4. Qui plus est, dans la plupart des pays européens, il y a de moins en moins de marchés "non réglementés" où acheter librement des marchandises de contrefaçon. De ce fait, les acheteurs ont tendance à opter pour des achats en ligne sur des plates-formes de vente virtuelles ou des sites Web indépendants proposant des montres dont il est clair qu'il s'agit de contrefaçons.
5. L'Union européenne (UE) fait état d'une augmentation du nombre de saisies dans le courrier postal et les envois exprès (petits colis) faisant suite à des ventes sur l'Internet. Les statistiques font apparaître une augmentation régulière des envois soupçonnés de violer les droits de propriété intellectuelle. Cette hausse est entièrement corrélée au trafic aérien, exprès et postal découlant de la croissance du commerce électronique.
6. Ces dernières années, grâce aux efforts déployés par les parties prenantes (titulaires de droits de propriété intellectuelle et plates-formes européennes) pour faire le ménage en Europe, un changement de tendance a été observé : de plus en plus d'articles sont vendus sur des plates-formes hors Union européenne. Toutefois, les consommateurs européens n'hésitent pas à passer commande sur ces sites étrangers, comme le démontrent les saisies douanières aux frontières de l'Union.

---

<sup>2</sup> Communication écrite de l'International Anticounterfeiting Coalition (IACC) au représentant des États-Unis d'Amérique pour les questions commerciales, 15 février 2011, page 11; Entretiens avec des représentants de l'industrie réalisés par le personnel de la Commission du commerce international des États-Unis d'Amérique, Washington (États-Unis d'Amérique) 3 novembre 2010 et 1<sup>er</sup> mars 2011.

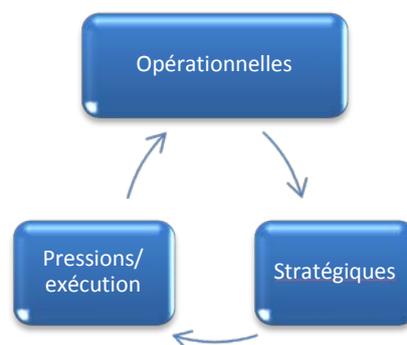
7. Compte tenu des risques quasi nuls, les faussaires sont incités à développer la vente en ligne de contrefaçons.

## II. QUELLES SOLUTIONS POUR LUTTER CONTRE CE PHÉNOMÈNE DE PLUS EN PLUS RÉPANDU?

8. La lutte contre la contrefaçon devient de plus en plus complexe et délicate. Les méthodes actuelles d'application des droits sont limitées et les contrefacteurs rompus à la technologie sont très réactifs, créatifs et à la pointe du progrès. Il n'existe donc pas de solution définitive pour lutter contre la vente en ligne de contrefaçons, d'autant que l'Internet ne cesse d'évoluer. La réponse doit être globale.

9. L'Internet étant un canal de transmission, toutes les parties prenantes impliquées dans la chaîne de distribution ont un rôle à jouer, des fournisseurs d'accès aux hébergeurs, en passant par les réseaux de diffusion, les moteurs de recherche, les réseaux sociaux, les plates-formes, les services de paiement en ligne, les entreprises de livraison exprès, etc.

10. Bien que le problème ne puisse jamais être entièrement éradiqué, l'objectif principal est de mettre en place des mesures dissuasives afin de réduire la visibilité et le volume des ventes d'articles de contrefaçon. À la Fédération horlogère, les mesures prises sont inspirées par les différentes étapes de la stratégie policière fondée sur le renseignement : mesures opérationnelles, mesures stratégiques et pressions/exécution.



11. Le renseignement ne désigne pas les données collectées; il recouvre le résultat obtenu une fois que les données collectées ont été évaluées et analysées (autrement dit : informations + analyse = renseignement)<sup>3</sup>. Le renseignement est essentiel pour la prise de décision, la planification, le ciblage stratégique et la prévention de la criminalité. C'est pourquoi le travail opérationnel mené par l'équipe de la cellule Internet de la Fédération horlogère est si important : il fournit la matière brute qui permet de savoir où se déroulent les activités illicites. Néanmoins, il est nécessaire de recueillir une masse de données critique pendant la phase opérationnelle afin d'en tirer suffisamment d'informations pertinentes pour avoir une vue d'ensemble de la situation et prendre des mesures adaptées au niveau stratégique.

### *Comment procéder?*

12. Pour ce qui est des sites Web indépendants, ils se caractérisent par le grand nombre de pages consacrées à la vente de montres de contrefaçon, une forte imprévisibilité et une stratégie multisites élaborée par les faussaires. La réponse de la Fédération horlogère consiste à cibler les sites Web de contrefaçon les plus visibles (car les consommateurs achèteront en

<sup>3</sup> Intelligence-Led Policing: The New Intelligence Architecture, U.S. Department of Justice, Bureau of Justice Assistance, septembre 2005.

premier lieu sur ceux-ci), à automatiser les procédures (collecte des données et des preuves, notification des mises en demeure) et à assurer un suivi régulier afin de garantir l'efficacité de l'action menée. La phase stratégique devrait ensuite permettre l'identification de réseaux. La Fédération horlogère a mis au point son propre outil qui lui permet d'automatiser le repérage, la localisation et la poursuite des opérateurs des sites recensés dans la base de données. Ce qui pourrait ressembler au jeu du "chat et de la souris" est nécessaire pour collecter des données et reste supportable dans la mesure où le processus est désormais presque entièrement automatisé.

13. La Fédération horlogère procède aussi régulièrement à des saisies de noms de domaine aux États-Unis d'Amérique car l'analyse des données met en évidence des sites Web très actifs utilisant des noms de domaine génériques et hébergés par des pays qui ne respectent pas les règles. Dans ce type de situation, les saisies de domaines sont réalisées collectivement pour les membres de la Fédération horlogère. Les noms de domaine récupérés sont ensuite utilisés pour sensibiliser les consommateurs (p. ex. : [www.replicahouse.com](http://www.replicahouse.com)). De plus, le classement des noms de domaines saisis permet de supplanter d'autres sites Web spécialisés dans les résultats des moteurs de recherche afin de réduire la visibilité des articles de contrefaçon, au moins pendant quelques mois.

14. En ce qui concerne les sites marchands, leurs principales caractéristiques sont la diversité des plates-formes (y compris du point de vue de leur programmation informatique), la variété des langues et des monnaies ainsi que le nombre élevé d'annonces publicitaires. La réponse de la Fédération horlogère consiste en un outil sur mesure et flexible destiné à détecter, enregistrer et signaler les annonces publicitaires délictueuses.

15. Grâce aux efforts déployés par les parties prenantes, un changement de tendance a été observé et la surveillance porte désormais principalement sur les plates-formes asiatiques. Des sites célèbres comme eBay ou d'autres détenus par les deux principaux acteurs en Europe [le groupe Schibsted (Leboncoin.fr ou segudademano.es, etc.) et Naspers (plates-formes Allegro, etc.)] ont désormais ramené la part d'annonces douteuses à un niveau acceptable, même si des différences importantes peuvent être observées entre plusieurs sites de vente détenus par le même groupe. Par conséquent, la surveillance réalisée par la cellule Internet de la Fédération horlogère se concentre actuellement sur les sites asiatiques ou établis hors UE car ces plates-formes ciblent clairement les consommateurs européens. Elles sont en anglais et proposent très souvent des versions en d'autres langues; en outre, les cartes de crédit les plus répandues y sont acceptées pour le paiement.

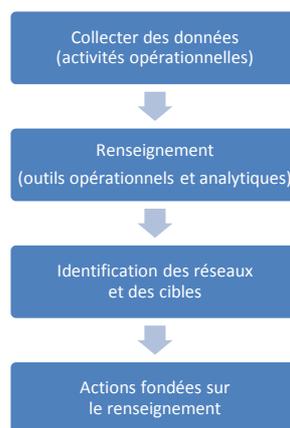
16. Les nouveaux venus sont effectivement les réseaux sociaux, qui sont utilisés pour des ventes directes avec contact local, ainsi que pour la promotion de sites spécialisés. Les nouvelles plates-formes sont bien souvent accessibles uniquement sur appareils portables (applications mobiles). La Fédération horlogère a dû adapter ses outils informatiques ainsi que ses stratégies pour inclure la surveillance et le renseignement concernant tout nouveau support.

### III. QUESTIONS STRATÉGIQUES

17. Comme expliqué ci-dessus, les données collectées pendant la phase opérationnelle doivent être non seulement enregistrées, mais aussi analysées pour identifier des cibles stratégiques. Les ventes en ligne se distinguent par un énorme volume de données à traiter, nécessitant des outils informatiques spécifiques. L'obsolescence rapide des données est un autre sujet de préoccupation, car la réactivité des contrefacteurs exige un suivi régulier de toutes les sources déjà recueillies. Les anciennes séries de données doivent toutefois être conservées pour permettre l'établissement de liens et l'identification de réseaux. Enfin, vu la grande quantité d'informations, il est nécessaire de fixer des priorités en fonction de la visibilité des offres. En outre, la Fédération horlogère est confrontée à une stratégie de vente multiforme

sous l'effet de la convergence numérique : les faussaires font la promotion de leurs produits illicites en utilisant de multiples canaux. Ainsi, un seul vendeur peut être actif sur les réseaux sociaux, exploiter plusieurs plates-formes de vente sous différents comptes et gérer un, voire plusieurs sites Web spécialisés. Si la Fédération horlogère parvient à relier toutes ces sources entre elles, elle peut établir le profil complet d'un vendeur et déterminer si des mesures coercitives doivent être prises et sous quelle forme, sachant qu'elle doit répartir au mieux ses ressources limitées.

18. La difficulté, avec de tels volumes de données, est de représenter l'information de manière compréhensible et utilisable afin de détecter des points "névralgiques", tels qu'hébergeurs peu coopératifs ou sites Web exploités par la même entité. Un élément positif est que les données sont stockées sous forme numérique. On pourrait décrire ces données comme des traces, qui peuvent être recueillies et analysées.



19. L'action est bien entendu axée sur l'application des droits, mais peut recouvrir des mesures techniques (par exemple, exiger une caution pour ouvrir un nouveau compte vendeur sur une plate-forme de vente, ou mettre en place une procédure d'inscription rigoureuse pour vérifier l'identité réelle des vendeurs). Concernant les mesures coercitives, il est très important de nouer des relations constructives, de collaborer et de mener des actions conjointes avec les autorités chargées de faire respecter la loi, ainsi que de former les personnes participant à la lutte contre la contrefaçon.

#### **IV. SURVEILLANCE ET COOPÉRATION AVEC LES INTERMÉDIAIRES TECHNIQUES**

20. Il est avant tout essentiel d'instaurer une coopération harmonieuse avec toutes les parties prenantes principales, pour travailler efficacement sans être soumis à des exigences trop lourdes imposées par les intermédiaires techniques.

21. Pour ce qui est des plates-formes de vente, la Fédération horlogère analyse en premier lieu les exigences juridiques et techniques afin de déterminer le moyen le plus efficace de signaler des atteintes, compte tenu du fait qu'elle agit au nom d'une cinquantaine de marques. Certaines plates-formes ont mis au point des outils de signalement sophistiqués, que la Fédération horlogère intègre dans son mécanisme de surveillance. Sur les plates-formes moins perfectionnées, elle envoie des notifications automatisées par courrier électronique. Ultérieurement, après une phase d'observation, la Fédération horlogère cherche des solutions pour améliorer la procédure de signalement et éviter de nouvelles atteintes à l'avenir, par exemple en appliquant à certaines catégories de produits des filtres basés sur des mots-clés précis ou une fourchette de prix. Détecter les récidivistes est extrêmement important mais n'est

possible que si l'on dispose d'un outil de détection et si les plates-formes appliquent des mesures efficaces (par exemple caution, droit d'entrée, identification fiable des vendeurs, etc.).

22. Par ailleurs, l'outil de surveillance de la Fédération horlogère lui permet de recenser les hébergeurs de sites Web les plus populaires. Cela l'aide ensuite à établir un contact direct avec ces entreprises pour les dissuader de proposer leurs services à des contrefacteurs. Une solution peut presque toujours être trouvée car ces personnes enfreignent souvent les conditions d'utilisation des hébergeurs, qui interdisent à leurs clients de se livrer à des activités illicites. Comme mentionné dans l'introduction, les contrefacteurs maîtrisent les nouvelles technologies et réagissent très vite. Sont ainsi apparues de nouvelles formes d'hébergement, telles que l'hébergement dématérialisé (dans le "nuage") ou les réseaux de diffusion de contenu. Même s'ils sont à l'origine destinés à un usage légitime, les contrefacteurs ont rapidement compris les avantages qu'ils pouvaient tirer de ces nouveaux services en ligne qui leur permettent de dissimuler leur identité dans les tréfonds du World Wide Web. Une réglementation applicable à toute technologie devrait être adoptée pour pouvoir aborder les questions juridiques de manière globale, y compris en ce qui concerne la responsabilité des intermédiaires techniques qui ne respectent pas les règles.

23. D'autres intermédiaires revêtent une importance majeure dans la lutte contre les faussaires en ligne : jouissant d'un quasi-monopole (choix limité, peu de solutions de substitution), ils sont des acteurs essentiels de la vente sur l'Internet, entraînant des coûts d'opportunité élevés pour les contrefacteurs qui sont contraints de changer de prestataire. Pour ces raisons, les efforts ont été axés ces dernières années sur les sociétés de gestion des paiements et les entreprises de livraison exprès. Leur coopération peut permettre le démantèlement effectif d'un réseau de vente. En outre, cette coopération peut éventuellement donner lieu à un contact physique, ce qui peut se révéler crucial pour identifier la personne physique ou l'entreprise traditionnelle qui se cache derrière les ventes en ligne illicites.

24. Il convient de souligner le travail accompli à ce jour auprès des gestionnaires de paiement et plus précisément des sociétés de cartes de crédit, qui jouent un rôle clé dans le trafic de contrefaçons. La coopération permet maintenant d'identifier et de fermer les comptes des vendeurs. Par conséquent, les sites Web sont moins nombreux à accepter les paiements par carte de crédit, et les propriétaires de commerces douteux tentent de convaincre les consommateurs d'utiliser d'autres méthodes de paiement (comme les bitcoins ou le système WebMoney). L'initiative RogueBlock™ de l'IACC<sup>4</sup> a révélé où sont déposés la majorité des fonds issus des ventes de contrefaçons. C'est déjà une victoire en soi, puisque la plupart des consommateurs sont tentés à court terme. S'ils devaient révéler leur identité à l'occasion d'un virement bancaire ou par Western Union, ils réfléchiraient à deux fois avant d'effectuer un achat. Il est extrêmement important d'informer et de sensibiliser les principaux prestataires de services bancaires, de paiement et de cartes de crédit.

25. La Fédération horlogère estime qu'il faudrait faire davantage pression sur les entreprises de transport, dans la mesure où les produits vendus en ligne sont toujours expédiés par l'intermédiaire d'entreprises de transport ou de courrier exprès. Il faudrait trouver une solution pour détecter les récidivistes et les empêcher de recourir aux services de ces entreprises. Comme plusieurs millions d'articles de contrefaçon sont acheminés chaque année, les recettes globales générées par les entreprises de transport concernées ne peuvent plus être considérées comme négligeables. Ici encore, sensibilisation et coopération sont les maîtres mots pour parvenir à un compromis satisfaisant avec les titulaires de droits de propriété intellectuelle.

---

<sup>4</sup> <http://www.iacc.org/online-initiatives/rogueblock>.

## V. ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION

26. La loi de l'offre et de la demande voudrait que les activités de sensibilisation soient axées sur les consommateurs, car ils peuvent réduire l'offre de contrefaçons en achetant des produits authentiques. La Fédération horlogère s'efforce d'informer les consommateurs en les mettant en garde contre les risques qu'ils encourent lorsqu'ils se rendent sur des sites Web illicites.

27. En outre, la Fédération horlogère a créé un site Web leurre (<http://replicaswisswatch.com/>) qui semble à première vue vendre des montres de contrefaçon, mais affiche un message de prévention après quelques secondes. Ce message décrit les risques associés à la commande d'une fausse montre de marque. Par exemple, les criminels qui exploitent un site Web frauduleux ont accès aux données personnelles de l'acheteur, dont son nom, son adresse et les coordonnées de sa carte de crédit – informations qui peuvent être enregistrées et réutilisées à des fins criminelles (vol d'identité, fraude à la carte de crédit, etc.). D'autres questions peuvent être soulevées, notamment les liens avec d'autres activités criminelles et le blanchiment d'argent.

28. Il reste encore beaucoup à faire dans ce domaine, de nombreux consommateurs étant tentés d'acheter des contrefaçons même s'ils ont la possibilité de renoncer à ces achats.

## VI. CONCLUSION

29. Dans son combat quotidien, la Fédération horlogère considère qu'il n'y a pas de solution définitive. L'Internet étant en constante évolution, il faut persister pour tenter de rattraper les faussaires qui, pour l'instant, ont toujours une longueur d'avance. Une approche globale est nécessaire, et la Fédération horlogère s'attaque au problème sous différents angles simultanément.

30. La situation pourrait changer à l'avenir. La coopération entre les parties prenantes (publiques et privées) est la voie à suivre pour bien appréhender le phénomène, en développant et en diffusant l'information, le renseignement, les pratiques recommandées, les compétences techniques et les données d'expérience, ainsi que pour créer un environnement propice au changement de mentalité et à un respect accru des droits de propriété intellectuelle. Il est urgent de favoriser l'établissement, au niveau mondial, d'un ensemble de dispositions non contraignantes en matière d'application des droits sur l'Internet, car les criminels sont passés maîtres dans l'art de contourner les règles.

[Fin du document]