

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

**Quinzième session**  
**Genève, 31 août – 2 septembre 2022**

### **LE RÔLE DES INTERMÉDIAIRES DANS L'APPLICATION DES DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE (EN LIGNE ET DANS LE MONDE PHYSIQUE)**

*Contributions établies par le Royaume-Uni, l'Association des industries de marques (AIM), la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), DHL Express et MasterCard*

1. À sa quatorzième session, tenue du 2 au 4 septembre 2019, le Comité consultatif sur l'application des droits (ACE) est convenu de poursuivre, lors de sa quinzième session, l'examen de plusieurs thèmes, en particulier en ce qui concerne l'"échange de données d'expérience nationales relatives aux mécanismes institutionnels associés aux politiques et systèmes d'application des droits de la propriété intellectuelle, notamment les mécanismes permettant de régler les litiges de propriété intellectuelle d'une manière équilibrée, globale et efficace". À cet égard, le présent document présente les contributions d'un État membre (le Royaume-Uni), de deux Observateurs (l'Association des industries de marques (AIM), la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI)) et de deux entités privées (DHL Express et MasterCard).
2. La contribution du Royaume-Uni donne un aperçu de la campagne Real Deal pour des marchés libres de contrefaçons, une initiative nationale financée par l'industrie visant à lutter contre la vente de produits de contrefaçons et de produits pirates, dont le succès repose sur un travail de partenariat intersectoriel impliquant toutes les organisations clés des secteurs public et privé qui souhaitent réduire le commerce de marchandises portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle.
3. Les contributions de l'AIM et de l'IFPI examinent le rôle essentiel joué par différents types d'intermédiaires dans la lutte contre le piratage en ligne et la contrefaçon et recommandent l'adoption de plusieurs mesures à cette fin. Les contributions encouragent notamment les intermédiaires à faire preuve de la diligence requise pour identifier leur clientèle d'affaires, à adopter des mesures de "notification et de retrait définitif" et des politiques anti récidive ainsi qu'à collaborer de manière proactive avec les titulaires de droits et les autorités chargées de

leur application. Des exemples concrets d'actions que les intermédiaires peuvent entreprendre, ainsi que des domaines dans lesquels les actions existantes pourraient être intensifiées ou complétées, sont également donnés ci-après.

4. Les contributions de DHL Express et de MasterCard enrichissent le présent document avec les perspectives d'autres intermédiaires dans la lutte contre les atteintes à la propriété intellectuelle. Ces deux contributions examinent les efforts actuellement entrepris par les intermédiaires physiques et numériques pour lutter contre les atteintes à la propriété intellectuelle. Ces efforts consistent notamment à sensibiliser davantage le public aux atteintes à la propriété intellectuelle, à prendre des mesures proactives pour mettre fin au commerce de marchandises portant atteinte à la propriété intellectuelle et à collaborer activement avec les titulaires de droits et les autorités publiques. Les entités DHL Express et MasterCard ont toutes deux adopté des politiques et pris des initiatives pour lutter activement contre les atteintes à la propriété intellectuelle, tant en ligne que hors ligne.

5. Les contributions sont présentées dans l'ordre suivant :

Le "Real Deal" : une approche collaborative pour lutter contre les délits en matière de propriété intellectuelle sur les marchés au Royaume-Uni.....	3
Le point de vue de l'AIM – Association des industries de marque – sur le rôle des intermédiaires en ligne dans la lutte contre la contrefaçon.....	7
Le point de vue de l'industrie de la musique enregistrée sur le rôle des intermédiaires en ligne dans la lutte contre le piratage.....	13
La lutte contre le non-respect des procédures douanières dans le secteur du transport express – L'approche de DHL Express.....	19
Mesures prises par MasterCard pour prévenir les atteintes à la propriété intellectuelle .....	25

[Les contributions suivent]

## LE “REAL DEAL” : UNE APPROCHE COLLABORATIVE POUR LUTTER CONTRE LES ATTEINTES À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE SUR LES MARCHÉS AU ROYAUME-UNI

*Contribution établie par Mme Patricia Lennon, responsable de la campagne Real Deal pour des marchés sans contrefaçons, Groupe des marchés nationaux pour la protection de la propriété intellectuelle, Londres (Royaume-Uni)\**

### RÉSUMÉ

Ce document présente un résumé de la campagne Real Deal pour des marchés sans contrefaçons, dont le lancement en 2009 s'inscrit dans le cadre d'une initiative nationale visant à lutter contre la vente de produits de contrefaçon et de produits pirates sur les marchés du Royaume-Uni. Financée par l'industrie, son succès repose sur un travail de partenariat intersectoriel impliquant toutes les organisations clés du Royaume-Uni (dans les secteurs public et privé) qui souhaitent réduire le commerce des contrefaçons sur les marchés. L'élément central de l'initiative est sa charte volontaire, par laquelle les acteurs du marché s'engagent publiquement à faire en sorte de bannir la contrefaçon de leurs marchés. À ce jour, plus de 500 marchés à travers le Royaume-Uni ont pris cet engagement. Au vu du succès du programme Real Deal sur les marchés physiques, le modèle de base a été reproduit en 2018 pour s'attaquer au commerce des contrefaçons sur les groupes de vente en ligne et les médias sociaux.

### I. INTRODUCTION

La campagne Real Deal pour des marchés sans contrefaçons<sup>1</sup> est une initiative de sensibilisation et d'éducation, lancée en 2009 par le Groupe des marchés nationaux pour la protection de la propriété intellectuelle au Royaume-Uni en complément de son travail en matière d'application des droits fondé sur le renseignement. Ensemble, cette combinaison d'application ciblée et de programme préventif offre une stratégie à 360 degrés pour lutter contre les ventes de produits portant atteinte à la propriété intellectuelle, y compris des produits de contrefaçon, des produits piratés et des produits portant atteinte à des droits sur des dessins et modèles enregistrés, à la fois sur les marchés physiques au Royaume-Uni et, plus récemment, en ligne et par l'intermédiaire de groupes de vente sur les médias sociaux. Cet exposé examinera en détail le programme Real Deal et son évolution au cours des 13 dernières années.

### II. UNE APPROCHE COLLABORATIVE FINANCÉE PAR L'INDUSTRIE

1. La clé du succès du Real Deal réside dans un partenariat collaboratif entre un large éventail de parties prenantes. Premièrement, l'initiative n'est possible que grâce à l'engagement financier de l'industrie : sa contribution totale au projet à ce jour s'élève à plus de 500 000 GBP, en plus du financement de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) de 2015 à 2016. Les commanditaires privés actuels du projet couvrent un large spectre de secteurs touchés par les atteintes à la propriété intellectuelle, notamment : l'industrie phonographique britannique, Palmer Biggs IP Solicitors, la Premier League, Procter & Gamble, React, Superdry, Surelock, le groupe WRI et d'autres marques membres du groupe de lutte contre la contrefaçon. Leur soutien financier a assuré la longévité de la campagne et garanti sa pérennité à l'avenir.

---

\* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

<sup>1</sup> Plus d'information à l'adresse [www.realdealmarkets.co.uk](http://www.realdealmarkets.co.uk).

2. En outre, le programme est approuvé par toutes les parties prenantes clés qui ont un intérêt à promouvoir un commerce exempt de contrefaçons, notamment le Chartered Trading Standards Institute (CTSI), Trading Standards Scotland, la National Trading Standards e-Crime Team (NTSeCT) et l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni. Il a été cité comme l'une des meilleures pratiques par les ministres britanniques de la propriété intellectuelle, l'EUIPO et les organisations représentant les intérêts des titulaires de droits de propriété intellectuelle, ainsi que par la National Association of British Market Authorities (NABMA) et la National Market Traders' Federation.

### III. COMMENT FONCTIONNE LE REAL DEAL?

3. L'initiative Real Deal propose aux autorités locales britanniques une approche volontaire et autorégulatrice au niveau local pour lutter contre le commerce des contrefaçons sur les marchés locaux. Elle doit son succès à sa volonté de faciliter des relations de travail plus étroites entre les personnes ou les organisations responsables des marchés et le service d'inspection des pratiques commerciales de leur autorité locale. Ce service est l'autorité de surveillance des marchés et il est également responsable de la protection des consommateurs et de l'inspection des marchés au Royaume-Uni. L'objectif de cette initiative est de sensibiliser les organisateurs de marchés à leur responsabilité de bannir la contrefaçon de leurs marchés, tout en leur fournissant les informations pratiques, les ressources, les directives et les contacts utiles pour les aider dans cette tâche.

### IV. MARCHÉS PHYSIQUES ET VENTES DE PARTICULIERS

4. À l'origine, l'initiative visait à répondre au problème croissant des atteintes à la propriété intellectuelle, de la contrefaçon et du piratage sur les marchés physiques et dans les ventes de particuliers. Le projet s'articule autour de la Charte volontaire Real Deal<sup>2</sup>, signée par les acteurs du marché et leur service local d'inspection des pratiques commerciales en vue de confirmer un engagement commun à œuvrer ensemble pour garantir un commerce sans contrefaçons. La Charte prend appui sur un code détaillé de bonnes pratiques qui définit les procédures que les acteurs du marché doivent mettre en œuvre et respecter pour arborer le logo Real Deal.

5. Dans le cadre de l'initiative Real Deal, les marchés disposent d'une série de ressources pratiques, dont le prospectus de conseils *How to Stay IP Legal* destiné aux commerçants sur les marchés, des affiches et le logo Real Deal à arborer. L'approche Real Deal et l'importance de la protection des marques et du droit d'auteur sont également intégrées dans l'un des principaux modules d'apprentissage pour l'obtention du diplôme NABMA en administration des marchés. Pour les responsables de l'application des lois, il existe une ressource distincte en matière d'information, à savoir le *Practical Guide to IP Protection at Markets and Car Boot Fairs*, qui est un recueil complet d'études de cas, d'approches juridiques, de pratiques recommandées et de modèles de documents.



6. D'année en année depuis son lancement en 2009, la Charte Real Deal a été de plus en plus utilisée et le programme est aujourd'hui largement appliqué par les autorités locales dans

<sup>2</sup> De plus amples informations sur le contenu de la Charte Real Deal et du code de bonnes pratiques sont disponibles sur le site <http://www.realdealmarkets.co.uk/resources/>.

tout le Royaume-Uni. Plus de 500 marchés ont adhéré à la Charte, représentant des milliers de commerçants et protégeant des centaines de milliers d'acheteurs sur les marchés.

## V. LE REAL DEAL ONLINE

7. En 2018, le Real Deal a lancé un programme parallèle, le Real Deal Online, qui cible les marchés numériques, en particulier le commerce croissant de produits portant atteinte à la propriété intellectuelle via les groupes d'achat-vente sur les médias sociaux. La nouvelle initiative en ligne, élaborée par le Groupe des marchés nationaux pour la protection de la propriété intellectuelle et la NTSeCT, est une extension naturelle de la campagne Real Deal, étant donné que le modèle – qui a fait ses preuves sur les marchés physiques – est tout à fait transférable aux activités en ligne et sur les médias sociaux. Les objectifs restent les mêmes :

- sensibiliser les opérateurs de marché ou les administrateurs de groupes de vente sur les médias sociaux à leurs responsabilités et à leurs obligations découlant du droit de la propriété intellectuelle<sup>3</sup>;
- faciliter l'interaction entre les opérateurs de marché/administrateurs de groupes de vente et leur service local d'inspection des pratiques commerciales; et
- encourager les opérateurs de marché/administrateurs de groupes de vente à convenir d'un code de bonnes pratiques et à l'afficher sous forme de message aux acheteurs, vendeurs et visiteurs.

8. Le code de bonnes pratiques Real Deal Online demande aux administrateurs de groupe d'accepter les inspecteurs locaux des pratiques commerciales en tant que membres et de convenir d'appliquer cinq mesures simples :

- interdire la vente de produits portant atteinte à la propriété intellectuelle et autres produits illicites;
- agir sur la base des informations fournies par les titulaires de droits de propriété intellectuelle et leurs représentants qui signalent la vente de produits illicites;
- informer les inspecteurs des pratiques commerciales si les administrateurs du groupe pensent que des produits illicites sont vendus au sein du groupe et exclure les vendeurs de ces produits;
- mettre en évidence les avertissements et les notifications publiés par les offices d'inspection du commerce; et
- veiller à ce que tous les membres du groupe soient informés de sa politique de suppression de la contrefaçon.

9. Lors du lancement du programme Real Deal Online en septembre 2018, le ministre de la propriété intellectuelle Sam Gyimah a reconnu sa valeur, déclarant : "Le Royaume-Uni regorge de créateurs et d'innovateurs talentueux, et nous devons protéger leurs droits de propriété intellectuelle en ligne et hors ligne. Les médias sociaux peuvent être une réelle force, permettant aux utilisateurs d'acheter et de vendre plus facilement des biens. Le phénomène peut toutefois s'accompagner d'une augmentation des produits de contrefaçon et autres produits illicites. C'est pourquoi je me félicite de cette initiative qui réunit l'industrie, la surveillance du commerce et les autorités locales aux fins de protéger les entreprises légitimes et de permettre aux titulaires de droits de recueillir les fruits de leurs propres créations".

10. Une boîte à outils Real Deal destinée aux responsables de l'application des lois a été élaborée avec la participation des membres du Groupe des marchés nationaux pour la

---

<sup>3</sup> Cela inclut les produits gris illégaux, les produits volés, les produits soupçonnés d'être volés, les produits dangereux, les produits du tabac (sans droits de douane), les produits spiritueux (sans licence), les feux d'artifice (vendus autrement que conformément au code et aux règlements), les armes offensives et les articles de nature pornographique.

protection de la propriété intellectuelle, de la NTSeCT et des responsables de la propriété intellectuelle du CTSI. Elle contient un ensemble prêt à l'emploi de conseils et de ressources pour aider les services locaux d'inspection des pratiques commerciales à lutter contre le commerce de produits portant atteinte à la propriété intellectuelle sur les groupes de médias sociaux dans leur région. Un programme complémentaire de formation et d'activités d'échange de connaissances à l'intention des inspecteurs des pratiques commerciales est également mis en œuvre avec le soutien du National Tasking Group, appartenant aux National Trading Standards, et le financement des partenaires industriels du projet Real Deal.

11. Depuis le lancement de la boîte à outils, plus de 100 services locaux d'inspection des pratiques commerciales l'ont demandée et plus de 200 inspecteurs ont participé au programme de formation, preuve s'il en est de la soif de connaissances et d'aide pratique des responsables de la surveillance du commerce dans leurs efforts pour remédier à ce problème de plus en plus répandu.

12. Les services d'inspection des pratiques commerciales de tout le pays ont commencé à mettre en œuvre le programme localement, en ciblant des centaines d'administrateurs de groupes et en touchant des centaines de milliers d'utilisateurs de groupes de vente sur les médias sociaux. Au fur et à mesure que d'autres services de surveillance du commerce adopteront le programme, le message Real Deal se répandra de manière exponentielle, et un nombre croissant de groupes d'achat-vente deviendront des espaces où la contrefaçon est bannie.

## VI. DES RÉSULTATS POSITIFS POUR UN ENSEMBLE DE PARTIES PRENANTES

13. Dans le monde des marchés physiques et numériques, le programme Real Deal offre des avantages à toute une série de parties prenantes :

- il fournit aux **autorités locales** une stratégie préventive et économique pour reconnaître et récompenser les organisateurs de marché qui s'engagent à bannir les produits portant atteinte à la propriété intellectuelle et autres produits illicites de leurs sites de marché;
- il fournit aux **opérateurs de marché** et aux **administrateurs de groupes de vente** un cadre pratique et un ensemble de procédures pour empêcher l'implantation de potentiels revendeurs de produits illicites;
- il permet aux **titulaires de droits de propriété intellectuelle** et aux **services locaux d'inspection des pratiques commerciales** de concentrer leurs ressources plus efficacement sur les marchés et les groupes de vente où la contrefaçon pose problème;
- il garantit des conditions équitables pour les **commerçants légitimes** et les **entreprises locales**, afin qu'ils ne soient pas en concurrence avec les revendeurs de produits de contrefaçon;
- il offre aux **consommateurs** un symbole reconnaissable pour des pratiques commerciales loyales et des achats sur des marchés exempts de contrefaçons.

[Fin de la contribution]

## LE POINT DE VUE DE L'AIM – ASSOCIATION DES INDUSTRIES DE MARQUE – SUR LE RÔLE DES INTERMÉDIAIRES EN LIGNE DANS LA LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON

*Contribution établie par Mme Marie Pattullo, cadre supérieure, protection des marques et images de marques, AIM – Association des industries de marque, Bruxelles (Belgique)\**

### RÉSUMÉ

Afin de garantir un écosystème numérique propre et équitable pour tous les utilisateurs et de protéger les consommateurs contre les offres en ligne des produits de contrefaçon et des autres produits illicites, de mauvaise qualité et non conformes, tous les partenaires de la chaîne d'approvisionnement – y compris les titulaires de marques et les intermédiaires en ligne – ont leur rôle à jouer. La présente contribution présente comment les intermédiaires en ligne peuvent apporter leur appui en exerçant un contrôle approprié sur les parties de la chaîne de valeur qui sont de leur ressort, notamment par les actions suivantes :

- faire preuve de la diligence requise pour identifier leur clientèle d'affaires,
- édicter et appliquer les dispositions pertinentes en matière de protection de la propriété intellectuelle dans leurs modalités et mettre en place des systèmes efficaces de notification et de retrait,
- recourir à des mesures en amont, y compris des mesures techniques, visant à empêcher que des offres de produits illicites n'apparaissent dans leurs services,
- retirer rapidement (et définitivement) ces offres une fois identifiées et interdire aux récidivistes l'accès à leurs services, et
- fournir en amont les informations relatives aux atteintes aux autorités chargées de l'application des lois, y compris les services des douanes et les autorités de surveillance des marchés, afin de permettre une analyse des risques et un ciblage efficaces.

Des exemples concrets des moyens que les intermédiaires peuvent mettre en œuvre pour entreprendre ces actions ainsi que les domaines dans lesquels les actions existantes peuvent être intensifiées ou complétées sont également présentés. Enfin, la présente contribution appelle toutes les parties concernées à participer activement dans la lutte contre la contrefaçon.

### I. VUE D'ENSEMBLE

1. Compte tenu de l'augmentation constante du commerce mondial de produits de contrefaçon et de ses conséquences sur tous les aspects liés à la protection des consommateurs et des citoyens en général, allant des économies nationales, à la sécurité de l'emploi, jusqu'aux secteurs de l'environnement et de l'innovation, il est courant d'affirmer que ce qui est illicite hors ligne devrait également l'être en ligne. L'AIM, l'Association des industries de marque, estime qu'il est nécessaire d'aller plus loin : il s'agit de transformer ces mots en actions réelles, pratiques et efficaces.

2. L'AIM représente plus de 2500 fabricants de produits de marque, des petites et moyennes entreprises aux multinationales. Aucune de ces entreprises ne fabrique, ne transporte, n'exporte, n'importe, ne vend ou ne tire profit d'une quelconque manière du commerce de

---

\* Les opinions exprimées dans le présent document sont celles de l'auteur et ne représentent pas nécessairement celles du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

produits de contrefaçon. Si les titulaires de droits font tout pour protéger leurs droits de propriété intellectuelle, de l'enregistrement jusqu'à l'action en justice, ils ne disposent tout simplement pas des moyens permettant de surveiller ou de contrôler les canaux de distribution illicites, ce qui entraverait sérieusement ce type de commerce.

3. Par conséquent, toutes les parties de la chaîne d'approvisionnement ont leur rôle à jouer dans cette lutte. Si la présente contribution se concentre en particulier sur les partenaires en ligne, nous ne pouvons pas – et ne devons pas – oublier le rôle des intermédiaires physiques, tels que les opérateurs de transport maritime et autres opérateurs de transport et de logistique, les services d'exportation, d'importation et de transit, les intermédiaires des services des douanes ainsi que les services postaux et de courrier. Cela concerne tout le monde. Du moins, cela devrait être le cas.

## **II. L'ENVIRONNEMENT EN LIGNE**

4. La transition numérique a apporté de nombreux avantages, mais également son lot de risques et de défis, en particulier en ce qui concerne l'augmentation exponentielle des offres en ligne des produits de contrefaçon et des autres produits illicites, de mauvaise qualité et non conformes. Protéger les consommateurs et leur offrir des produits fiables, sûrs et innovants est un principe essentiel pour les fabricants de produits de marque et doit également se retrouver chez tout type d'intermédiaire ou de détaillant, qu'il opère en ligne ou hors ligne.

5. La pandémie a modifié les habitudes quasiment du jour au lendemain, les interactions et le commerce en ligne se sont démocratisés ou se sont même avérés essentiels dans de nombreuses régions. Acheter des produits en ligne, qu'il s'agisse de produits de consommation courante ou d'autres produits essentiels, ou encore d'achats spontanés provoqués par l'ennui dû au confinement, est devenu une pratique banale pour des millions de personnes qui, auparavant, préféraient sortir pour faire leurs courses. Nous avons également assisté à l'augmentation considérable du commerce électronique entre entreprises (B2B) et de la dépendance à l'égard de cette forme de commerce, puisque les intermédiaires en ligne ne servent pas uniquement le marché entre entreprises et consommateurs (B2C). Alors que les entreprises licites et les pouvoirs publics s'efforçaient de trouver un équilibre entre accessibilité et mesures de protection en ce qui concerne le commerce électronique, et que les services chargés de l'application des lois s'efforçaient de maintenir la bonne circulation des produits essentiels, les contrefacteurs ont porté leur attention sur les équipements de protection individuelle et les médicaments contrefaits ou ont libellé de manière erronée leurs documents d'expédition et leurs emballages et, de fait, les offres en ligne des produits de contrefaçon et les produits frauduleux utilisant des noms marques ont proliféré.

6. Oui, nous sommes heureux que ces circuits de distribution en ligne existent. Oui, ils ne feront vraisemblablement que croître. Et oui, chaque marque, chaque fournisseur de services, a besoin et est heureux de ses relations avec les intermédiaires en ligne pour créer un lien avec leurs partenaires commerciaux et leurs consommateurs. C'est pourquoi nous devons également compter sur eux pour faire leur part et maintenir un environnement numérique sûr.

## **III. CE DONT NOUS AVONS BESOIN**

7. Du point de vue des titulaires de marques, les intermédiaires en ligne peuvent contribuer à maintenir un écosystème en ligne propre et équitable en exerçant un contrôle approprié des parties de la chaîne de valeur qui sont de leur ressort, notamment par les actions suivantes :

- faire preuve de la diligence requise pour identifier leur clientèle d'affaires ("connaître sa clientèle d'affaires"),



- édicter et appliquer les dispositions pertinentes en matière de protection de la propriété intellectuelle dans leurs modalités et mettre en place des systèmes efficaces de notification et de retrait,
- recourir à des mesures en amont, y compris des mesures techniques, visant à empêcher que des offres de produits illicites n'apparaissent dans leurs services,
- retirer rapidement (et définitivement) ces offres une fois identifiées et interdire aux récidivistes l'accès à leurs services, et
- fournir en amont les informations relatives aux atteintes aux autorités chargées de l'application des lois, y compris les services des douanes et les autorités de surveillance des marchés, afin de permettre une analyse des risques et un ciblage efficaces.

8. Il n'est pas demandé aux intermédiaires en ligne d'exercer une surveillance générale, mais, comme toute entreprise, ils doivent faire preuve de la diligence requise. Des mesures à prendre en amont pour empêcher l'exploitation de leurs réseaux et services par des criminels sont à intégrer aux pratiques commerciales recommandées et une coopération volontaire et dynamique avec les partenaires du secteur privé concernés, en particulier les titulaires de droits, doit être systématique. La vérification de l'identité de la clientèle d'affaires constitue une étape évidente de toute relation commerciale, qu'elle soit en ligne ou hors ligne. Dans une économie responsable et développée, il est presque unanimement acquis que les entreprises ne devraient pas pouvoir fonctionner et avoir accès aux infrastructures modernes nécessaires sans avoir à décliner leur identité avec exactitude.

9. Une procédure efficace de notification et de retrait qui permette à la fois aux utilisateurs et aux titulaires de droits de signaler un contenu illicite (notamment un mécanisme dit de "trusted flagger", un signalement de confiance) doit alimenter des algorithmes conduisant à un examen automatique ou (si nécessaire) à une intervention humaine et entraînant une action appropriée. Dès qu'il est confirmé que le contenu est illicite, non seulement il devrait être retiré sans délai (plus longtemps il est accessible en ligne, plus longtemps les titulaires de droits et les consommateurs sont victimes de l'escroquerie), mais il devrait surtout ne plus jamais réapparaître. Notons qu'il s'agit des produits de contrefaçon et non des points de vue ou des contenus exprimés par des utilisateurs, qui sont à examiner dans le cadre des normes régissant la liberté d'expression. Personne ne s'attend à ce qu'un produit de contrefaçon soit un jour retiré des rayons d'un supermarché pour y être ensuite remis le jour suivant. Alors, pourquoi est-ce différent pour les produits en ligne?

10. Il est souvent conseillé aux titulaires de droits d'adhérer aux programmes de protection des marques des intermédiaires. C'est ce qu'ils font et certains de ces programmes ont prouvé leur efficacité. Cependant, les partenaires en ligne nécessitent alors davantage de détails sur les produits et sur la manière de les authentifier. Seul un titulaire de droits peut réellement authentifier sa propre marque, et peu d'entre eux, voire aucun, ne souhaitera divulguer ses méthodes secrètes de protection de sa marque à un autre acteur commercial, surtout s'il s'agit d'un concurrent potentiel. Les titulaires de droits sont également fréquemment invités à fournir (à plusieurs reprises) des preuves et des traductions – même lorsque les auteurs d'atteintes récidivent, comme c'est très souvent le cas, malheureusement.

11. Cette voie d'échange d'informations se fait plutôt à sens unique. Les titulaires de droits ne demandent pas aux acteurs en ligne de divulguer leurs algorithmes, mais il serait utile de disposer d'un retour d'information et de renseignements exploitables. Par exemple, dans le cadre du *Protocole d'accord de l'Union européenne sur la vente de contrefaçons sur l'Internet*<sup>1</sup>, les plateformes signataires mentionnent des millions de suppressions en amont pour chaque

---

<sup>1</sup> [https://ec.europa.eu/growth/industry/strategy/intellectual-property/enforcement-intellectual-property-rights/memorandum-understanding-sale-counterfeit-goods-internet\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/strategy/intellectual-property/enforcement-intellectual-property-rights/memorandum-understanding-sale-counterfeit-goods-internet_en).

période de référence, ce qui est une très bonne chose – sauf que les titulaires de droits ne savent pas de quel produit il s'agit, pourquoi ceux-ci ont été retirés (on ne sait même pas combien l'ont été pour atteinte aux droits de propriété intellectuelle) ni même quelles marques et quels vendeurs cela concerne. Ce qui compromet la poursuite d'actions en justice. Ne serait-il pas plus efficace que toutes les parties ciblent les mêmes acteurs malhonnêtes?

12. Les titulaires de marques se voient aussi demander constamment de plus en plus d'informations de la part des services chargés de l'application des droits de propriété intellectuelle, mais il leur est impossible de fournir des informations qu'ils ne possèdent pas. Les titulaires de marques n'ont aucun droit de regard sur les canaux d'approvisionnement et les circuits de distribution illicites. Si une large part de ces données sont détenues ou accessibles par les entreprises de transport et autres entreprises de logistique, les intermédiaires en ligne ont la possibilité de fournir ces données en grande partie, en particulier aux services des douanes qui peuvent alors prendre des mesures contre les expéditions massives en conteneurs à la frontière avant que celles-ci ne soient divisées en de nombreux envois plus petits et ne se répandent sur le marché. Ainsi, les services des douanes enregistreraient et stockeraient les données concernant tous les produits retenus, y compris en ce qui concerne les petits envois. En réalité, les services des douanes ne sont pas en mesure de contrôler physiquement plus de 1 à 2% des expéditions, c'est pourquoi il est essentiel de disposer d'informations et de données fiables avant l'arrivée des produits pour évaluer et éliminer les risques de manière efficace.

13. Le commerce en ligne des entreprises vers les consommateurs a, bien sûr, entraîné une explosion des petits colis expédiés, mais il ne faut pas croire que tous les produits de contrefaçon arrivent de cette façon, et donc, cela ne devrait pas être le seul canal à contrôler par les services des douanes. Les conteneurs de transport peuvent être remplis de petits articles et de colis à expédier une fois le conteneur arrivé au port et servent souvent à transporter des marchandises qui alimentent les centres de traitement des négociants. Si les services des douanes disposent de données avant l'arrivée, leur permettant de cibler les envois massifs suspects, cela réduira la charge sur leurs ressources limitées tout en augmentant leurs chances de réussite en ce qui concerne l'élimination des envois illicites. Cela diminuerait aussi les risques de non-paiement des droits de douane et d'évasion fiscale, soutenant ainsi les fonctions principales des services de douanes, qui assurent le maintien et la collecte des recettes publiques.

14. L'échange en amont des données d'expédition et des données clients avec les services chargés de l'application des lois doit constituer une pratique commerciale courante. Les plateformes, les réseaux sociaux, les prestataires de paiement en ligne, les services de messagerie et les services postaux et de courrier connaissent – ou devraient connaître – leur clientèle d'affaires. Ils doivent connaître les détails concernant les récidivistes auteurs d'atteintes et pouvoir être en mesure d'accéder aux comptes qui y sont rattachés (par exemple, ceux qui utilisent les mêmes adresses de protocole Internet ou les mêmes coordonnées bancaires). Les gestionnaires des centres et des réseaux de distribution exclusifs disposent de nombreux points de données commerciales, notamment des registres et des listes de sélection, qui sont à partager en amont avec les services chargés de l'application des lois, conformément aux dispositions juridiques pertinentes. Ces intermédiaires sont parfaitement armés non seulement pour rédiger les modalités commerciales appropriées destinées à leurs clients payants, mais également pour les mettre en œuvre – y compris, si nécessaire, les dispositions contractuelles, voire les contrats d'assurance, pour couvrir les éventuels retards de livraison ou les coûts de stockage ou d'élimination.

15. Les acteurs du système des noms de domaine (hébergeurs, unités d'enregistrement, services d'enregistrement, fournisseurs de services proxy, revendeurs, etc.) ont aussi leur rôle à jouer. L'accès aux données WHOIS exactes et vérifiées ainsi que leur divulgation sont à la fois dans l'intérêt du public et nécessaires au respect des obligations juridiques. La conséquence malheureuse mais directe des méthodes utilisées par l'Internet Corporation for Assigned Names

and Numbers (ICANN) pour la mise en œuvre du Règlement général de l'Union européenne sur la protection des données, est d'être maintenant confronté à une censure quasi générale des données des détenteurs de noms de domaine, allant bien au-delà de ce qui est nécessaire. Par exemple, il n'y a aucune raison que les données des personnes morales – auxquelles le règlement ne s'applique pas – ne soient pas collectées et divulguées. Les principales données utiles aux services d'enquête dans les domaines de la propriété intellectuelle, de la cybersécurité et de la protection des consommateurs dans la lutte contre les noms de domaine portant atteinte aux droits, données qui sont utilisées pour vendre des produits de contrefaçon et commettre une myriade d'autres actions en lien avec la cybercriminalité faisant un usage abusif des noms de marque, ont été supprimées.

16. Certaines données de personnes morales doivent être publiques : pourquoi un utilisateur ne pourrait-il pas savoir à qui il transmet les coordonnées bancaires de sa carte de crédit et d'autres données personnelles? Par ailleurs, certaines données relatives aux détenteurs des noms de domaine doivent pouvoir être rapidement divulguées sur la base d'une demande légitime. Même si le projet de directive de l'Union européenne sur la sécurité des réseaux et des systèmes d'information<sup>2</sup> est axé sur la cybersécurité et non sur la propriété intellectuelle, l'AIM espère qu'il contribuera à rétablir l'équilibre, notamment en raison de l'usage des noms de marque dans de nombreux cas en lien avec la cybercriminalité, tels que l'hameçonnage et certaines activités frauduleuses en ligne.

17. Une réponse que l'on va régulièrement recevoir lorsqu'on demande l'accès à certaines données est : "impossible, selon le règlement général de l'Union européenne sur la protection des données". Ce règlement ne s'applique pas aux données des personnes morales et n'avait pas non plus pour but de servir de bouclier aux activités criminelles. Aucun obstacle ne devrait bloquer les intermédiaires en ligne (ou hors ligne) pour ce qui concerne l'échange des données des personnes morales avec les services chargés de l'application des lois de l'Union européenne, et d'autres formes d'échange devraient être possibles avec d'autres pays. Des orientations officielles en matière d'échange des données personnelles, nécessaires aux services d'enquête chargés des atteintes aux droits de propriété intellectuelle, comme les actions en justice qui en résultent font cruellement défaut, et permettre aux services d'enquête de relier les points de données appartenant aux noms des individus responsables d'activités illicites ne devrait pas être contesté.

18. Pour la majeure partie des cas présentés précédemment, aucune législation n'est nécessaire. Et pourtant, l'expérience montre que les mesures volontaires sont insuffisantes. La législation européenne sur les services numériques<sup>3</sup> apporte quelques mesures utiles, mais elle n'est applicable que de manière horizontale à toutes les formes de contenu illicite en ligne et ne cible pas les marchandises en particulier, elle n'est donc pas à l'épreuve du temps en ce qui concerne la lutte contre la contrefaçon.

19. Les titulaires de marques se félicitent des dispositions de la législation sur les services numériques, qui contribueront à réduire la vente de produits illicites en ligne, en particulier le mécanisme harmonisé de notification et de retrait de l'Union européenne, qui permet de signaler et de retirer les offres en ligne des produits illicites, ainsi que les obligations supplémentaires appliquées aux très grandes plateformes, telles que les mesures d'atténuation des risques. Cependant, l'AIM regrette que ces nouvelles obligations ne s'appliquent pas à tous les intermédiaires en ligne impliqués dans la vente ou la promotion des produits illicites en ligne, en particulier les réseaux sociaux, les applications mobiles et les plateformes publicitaires, et regrette également l'absence d'introduction d'une obligation dite de "staydown" pour les hébergeurs, qui vise à empêcher que des contenus précédemment signalés et retirés

---

<sup>2</sup> Pour plus d'informations sur la directive, voir :

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/689333/EPRS\\_BRI\(2021\)689333\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/689333/EPRS_BRI(2021)689333_EN.pdf).

<sup>3</sup> <https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/policies/digital-services-act-package>.

ou désactivés ne réapparaissent plus dans leurs services. L'AIM espère que la prochaine *boîte à outils européenne de lutte contre la contrefaçon*<sup>4</sup> fournira des outils et des mesures pratiques pour combler ces lacunes.

#### IV. PERSPECTIVES

20. La lutte contre la contrefaçon ne consiste pas seulement à protéger les droits privés. En raison des liens avérés entre la criminalité liée à la propriété intellectuelle et le crime organisé, l'Agence de l'Union européenne pour la coopération des services répressifs (Europol), avec l'appui de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), a créé une coalition de coordination de la lutte contre les atteintes à la propriété intellectuelle. Cette action a été renforcée par l'appel à replacer les atteintes aux droits de propriété intellectuelle au centre des priorités de la plateforme pluridisciplinaire européenne contre les menaces criminelles (EMPACT) pour la période 2022-2025<sup>5</sup>. Des études et des preuves provenant d'organismes publics, dont l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et l'Observatoire européen des atteintes aux droits de propriété intellectuelle de l'EUIPO, mettent systématiquement en évidence les préjudices, notamment physiques, que cause le commerce de produits de contrefaçon aux consommateurs. Les recettes publiques en termes d'impôts et de taxes s'épuisent. Des emplois sont perdus. Des entreprises font faillite. Notre environnement même est menacé par la production et le transport de produits qui n'auraient jamais dû être fabriqués et qui ne peuvent être éliminés ou recyclés de manière durable, car nous ne savons pas quelles sont les matières premières qui les composent.

21. Il s'agit d'une lutte commune dans laquelle les intermédiaires en ligne ont un rôle crucial à jouer aussi longtemps que leurs infrastructures et leurs services seront utilisés de manière abusive par des criminels plus intéressés par des gains illicites que par le respect des lois, des normes et des règles de sécurité. Personne, que ce soit en ligne ou hors ligne, n'y parviendra seul. La politique fondée sur la division n'a pas sa place dans cette lutte. Nous devons œuvrer ensemble.

[Fin de la contribution]

---

<sup>4</sup> [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12915-Boite-a-outils-europeenne-de-lutte-contre-la-contrefacon\\_fr](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12915-Boite-a-outils-europeenne-de-lutte-contre-la-contrefacon_fr).

<sup>5</sup> <https://www.europol.europa.eu/crime-areas-and-statistics/empact>.

## LE POINT DE VUE DE L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE SUR LE RÔLE DES INTERMÉDIAIRES EN LIGNE DANS LA LUTTE CONTRE LE PIRATAGE

*Contribution établie par M. Lauri Rechardt, directeur juridique, Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), Londres (Royaume-Uni)\**

### RÉSUMÉ

Le piratage en ligne reste une menace importante pour l'industrie musicale. L'étude réalisée en 2021 par la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) sur les consommateurs de musique, la plus grande étude de consommation axée sur la musique au monde<sup>1</sup>, a révélé que 30% des personnes interrogées utilisaient des sources non autorisées pour écouter ou obtenir de la musique. Ce chiffre passe à 38% chez les 16-24 ans.

L'extraction de flux – qui consiste à copier ou à “extraire” du contenu dont la licence est réservée à la diffusion en continu et à réaliser des copies numériques permanentes du contenu diffusé en continu – reste une préoccupation majeure étant donné la grande quantité de contenu disponible.

Le piratage au niveau de la prépublication – c'est-à-dire la mise à disposition non autorisée d'enregistrements avant leur date de sortie – est une autre activité particulièrement préjudiciable pour les titulaires de droits dans l'industrie musicale, étant donné l'impact commercial négatif sur les ventes légitimes. Le contenu de la prépublication est souvent mis à disposition par l'intermédiaire de plateformes de médias sociaux, tandis que le contenu réel est stocké sur des sites d'hébergement de fichiers, dits “cyberlockers” en anglais. Les cyberlockers n'exigent généralement pas, et vérifient encore moins, les informations d'identification de leurs utilisateurs, ce qui rend difficile pour les titulaires de droits d'engager une action directe contre le ou les auteurs primaires de l'atteinte.

Les intermédiaires en ligne, dont les services sont utilisés par les services en ligne portant atteinte aux droits, jouent un rôle central dans la lutte efficace contre les utilisations non autorisées. Ce document recensera les principales mesures et procédures que les intermédiaires en ligne consciencieux devraient adopter et qui amélioreraient l'application des droits en ligne.

Ces mesures consistent notamment à préciser la portée et les conditions des privilèges en matière d'exonération de responsabilité, à mettre en œuvre de solides politiques relatives à la connaissance de la clientèle d'affaires, à améliorer la transparence et à mettre en place des politiques anti-récidive efficaces.

L'IFPI soutient également la poursuite du développement de la base de données WIPO ALERT en tant que centre fiable pour la collecte et l'échange d'informations sur les sites préoccupants fournies par les autorités des États membres de l'OMPI dans l'intérêt du secteur de la publicité.

### I. UN MARCHÉ DE LA MUSIQUE FLORISSANT MAIS LE PIRATAGE EN LIGNE RESTE PRÉOCCUPANT

1. La Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) est l'association professionnelle internationale qui défend les intérêts de l'industrie du disque dans le monde

---

\* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

<sup>1</sup> L'étude a été menée dans 21 pays recueillant les points de vue de 43 000 participants.

entier. L'IFPI et son réseau d'associations sectorielles affiliées comptent 8000 maisons de disques majeures et indépendantes dans plus de 70 pays, qui créent, fabriquent et distribuent des enregistrements sonores.

2. L'industrie musicale a été l'une des premières à relever le défi du numérique. Avant de renouer avec la croissance en 2015, elle a vu ses revenus baisser fortement durant plus de 15 ans, principalement en raison de l'utilisation non autorisée à grande échelle de la musique en ligne. Tout au long de cette période difficile, les maisons de disques ont continué à investir dans les artistes, les systèmes mondiaux et les infrastructures, ce qui leur a permis d'accorder des licences pour plus de 60 millions de titres et des centaines de services numériques à travers le monde. C'est ainsi que les amateurs de musique bénéficient aujourd'hui d'un accès presque illimité à des quantités sans précédent de styles de musique variés, tandis que les artistes ont accès aux marchés mondiaux et ont la possibilité d'établir un lien avec leurs fans du monde entier.

3. Cela étant, les utilisations non autorisées de musique en ligne restent un problème sérieux pour l'industrie du disque, le plus grand souci étant les services d'extraction de flux, qui permettent aux utilisateurs de faire des copies permanentes d'enregistrements à partir de services de diffusion en continu en ligne. Récemment, les atteintes se sont déplacées, passant des services en ligne aux applications mobiles. L'IFPI estime que 515 millions de titres sont téléchargés chaque mois à partir de sites d'extraction de flux<sup>2</sup>. Les sites d'hébergement de fichiers (cyberlocker) posent un problème analogue aux titulaires de droits, car ils permettent aux utilisateurs de mettre en ligne et de distribuer des fichiers numériques sur une infrastructure de stockage dédiée qui est contrôlée, gérée et tenue à jour par l'opérateur du site Web. Ces services sont souvent responsables de la distribution de contenus avant leur sortie, ce qui est particulièrement dommageable pour les entreprises des titulaires de droits. Parmi les autres services préoccupants figurent certaines plateformes de médias sociaux, des forums en ligne et des services de messagerie utilisés pour partager à grande échelle du contenu portant atteinte au droit d'auteur.

## II. DEVOIR DE DILIGENCE ET RESPONSABILITÉS DES INTERMÉDIAIRES EN LIGNE

4. Les intermédiaires de tout genre jouent un rôle crucial dans la lutte contre les atteintes en ligne. En raison de leur position centrale dans l'environnement du réseau numérique, ils sont souvent les mieux placés pour empêcher les activités illicites.

5. Les fournisseurs d'accès à Internet, les réseaux de diffusion de contenu (par exemple, Cloudflare), les fournisseurs de services d'hébergement, les moteurs de recherche, les unités et les services d'enregistrement des domaines, les plateformes de téléchargement d'applications, les marchés de commerce électronique, les prestataires de paiement et les annonceurs peuvent tous contribuer à rendre l'Internet plus sûr et à améliorer le fonctionnement du marché des contenus numériques.

6. Les législateurs ont reconnu la nécessité de renforcer les responsabilités et la redevabilité des intermédiaires en ligne, comme le montrent le récent projet de loi sur la sécurité en ligne du Royaume-Uni<sup>3</sup> et la proposition de l'Union européenne (UE) concernant la loi sur les services numériques<sup>4</sup>. La forme et la portée des mesures que l'on peut attendre des intermédiaires peuvent dépendre de l'activité de l'intermédiaire concerné. La section suivante présente plusieurs mesures raisonnables et efficaces qui contribueraient à rendre l'Internet plus sûr tout en créant un marché des contenus numériques durable.

---

<sup>2</sup> L'IFPI recueille des données sur les visites de sites d'extraction de flux auprès de SimilarWeb et calcule le pourcentage de ces visites qui aboutissent au téléchargement de contenu musical protégé par le droit d'auteur.

<sup>3</sup> <https://bills.parliament.uk/bills/3137/publications>.

<sup>4</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=COM%3A2020%3A825%3AFIN>.

## A. MESURES À PRENDRE EN AMONT POUR PRÉVENIR LES ATTEINTES AU DROIT D'AUTEUR

7. Les services d'hébergement, tels que les plateformes en ligne qui stockent les contenus téléchargés par leurs utilisateurs, jouent un rôle de plus en plus important dans la distribution en ligne des contenus.

8. Dans de nombreux ressorts juridiques, les fournisseurs de ces services d'hébergement bénéficient de clauses d'exonération de responsabilité ("safe harbors" en anglais), à condition qu'ils retirent sans tarder le contenu illicite dès qu'ils en ont connaissance, de manière effective ou implicite. Toutefois, avec l'évolution de l'écosystème en ligne (Web 2.0), ces clauses d'exemption sont, dans de nombreux cas, devenues problématiques. Premièrement, on ne comprend pas clairement quels types de plateformes peuvent bénéficier de ces privilèges. Deuxièmement, étant donné le volume de contenu et la vitesse à laquelle il est téléchargé sur ces plateformes, les simples mesures de "retrait" se sont révélées inefficaces, car le même contenu peut être téléchargé à nouveau sur le même service immédiatement après.

9. En ce qui concerne le premier point, les législateurs européens et la Cour de justice de l'UE ont cherché à préciser le champ d'application des dispositions applicables en matière d'exemption de responsabilité. Pour l'essentiel, ces clauses sont limitées aux intermédiaires techniques, automatiques et passifs. De même, dans son rapport 2020 sur la section 512 du titre 17 de la loi des États-Unis d'Amérique sur le droit d'auteur concernant les exemptions de responsabilité, le bureau du droit d'auteur des États-Unis d'Amérique a remis en question l'application des clauses d'exonération de responsabilité aux services qui font plus que simplement stocker le contenu<sup>5</sup>.

10. Concernant le second point, selon les données de l'IFPI, un grand nombre de notifications d'atteinte au droit d'auteur envoyées par l'IFPI concernaient le même contenu et le même site. Par exemple, dans le cas de Twitter en 2020, *Blinding Lights* de The Weeknd a fait l'objet de plus de 3700 notifications et *Watermelon Sugar* de Harry Styles a été signalé plus de 2900 fois après la première notification. Cela montre que le système actuel de "notification et retrait" est devenu un outil inefficace pour faire face au volume considérable de contenu en ligne portant atteinte au droit d'auteur.

11. Pour résoudre ce problème, les fournisseurs de services d'hébergement doivent prendre des mesures de "retrait définitif" pour bénéficier des privilèges d'exemption de responsabilité. Cela signifie que dès qu'il a connaissance d'une atteinte, le prestataire de services d'hébergement doit i) retirer toutes les copies de la même œuvre ou du même enregistrement sonore et ii) s'assurer que la même œuvre ou le même enregistrement (ou une copie de ceux-ci) n'est pas publié ou téléchargé à nouveau à l'avenir (obligation de retrait définitif), sous peine de voir sa responsabilité engagée.

12. Les mesures de "notification et retrait définitif" constituent une obligation efficace et proportionnée, compte tenu également du fait qu'elles peuvent être mises en œuvre au moyen de technologies disponibles dans le commerce, telles que les applications de reconnaissance automatique du contenu.

## B. POLITIQUES ANTI-RÉCIDIVE

13. Tous les intermédiaires devraient également mettre en œuvre des politiques efficaces face aux atteintes répétées. Il s'ensuit que, lorsqu'un intermédiaire sait ou apprend qu'un destinataire de ses services (qu'il s'agisse d'un revendeur ou d'un utilisateur final) a utilisé ses services à plusieurs reprises pour porter atteinte à des droits de propriété intellectuelle,

---

<sup>5</sup> <https://www.copyright.gov/policy/section512/section-512-full-report.pdf>.

l'intermédiaire doit (dans des circonstances appropriées) mettre fin à la prestation de ses services à ce destinataire. Cette obligation fait déjà partie des conditions de l'exemption de responsabilité prévues par la loi américaine sur le droit d'auteur.

14. La politique anti-récidive devrait être appliquée pour prévenir et décourager l'utilisation des services des intermédiaires dans le cadre d'activités illicites répétées et systématiques. Elle devrait également garantir que les récidivistes pour lesquels il a été mis fin à la fourniture de services ne seront pas autorisés à utiliser le service sous un autre nom. Pour qu'une telle politique soit mise en pratique, elle doit s'accompagner d'une politique efficace de "connaissance de la clientèle d'affaires"<sup>6</sup>.

15. Les conditions d'utilisation des intermédiaires en ligne doivent définir de manière claire et transparente le droit et le pouvoir discrétionnaire des intermédiaires de suspendre et de mettre fin à la fourniture de leurs services aux auteurs d'atteintes répétées, conformément aux principes énoncés ci-dessus.

### III. TRANSPARENCE ET ACCÈS À L'INFORMATION

16. Le manque de transparence, en particulier la facilité avec laquelle les opérateurs de services en ligne illicites peuvent cacher leur identité, est l'un des obstacles les plus importants à l'application effective des droits de propriété intellectuelle en ligne. Actuellement, les opérateurs peuvent agir dans l'anonymat le plus complet, protégés par les services de protection des données personnelles du domaine ou des sociétés-écrans, tandis que les intermédiaires omettent souvent d'exiger de leurs clients qu'ils fournissent la preuve de leur véritable identité et leurs coordonnées exactes. Cela nuit gravement aux efforts d'application des droits en ligne, notamment aux tentatives de contacter ou de poursuivre les auteurs présumés de l'atteinte.

17. Les gouvernements du monde entier devraient envisager un certain nombre de mesures pour remédier au manque de transparence en ligne.

#### A. CONNAISSANCE DE LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET RÈGLES D'ACCÈS

18. La législation devrait exiger des intermédiaires en ligne qu'ils mettent en œuvre des politiques efficaces en matière de connaissance de la clientèle d'affaires, c'est-à-dire que les intermédiaires devraient s'assurer qu'ils disposent d'informations précises sur leurs clients, y compris leurs coordonnées. Des obligations de cette nature existent déjà dans d'autres secteurs, notamment ceux des services financiers ou bancaires et juridiques. En outre, la loi sur les services numériques, qui est en cours de finalisation au niveau de l'Union européenne, propose de faire obligation aux marchés en ligne de vérifier l'identité des opérateurs commerciaux faisant affaire sur leurs plateformes. La notion de "clientèle d'affaires" devrait être interprétée de manière à couvrir les personnes morales et physiques agissant dans le but de réaliser un gain direct ou indirect. Des sanctions appropriées devraient être prévues en cas de non-respect de l'obligation et les intermédiaires devraient mettre fin aux services fournis aux clients d'affaires qui ne fournissent pas d'informations exactes. Cette obligation devrait également s'appliquer à tout revendeur des services de l'intermédiaire d'origine.

19. Outre l'obligation de connaître sa clientèle, une base juridique claire devrait permettre aux personnes ayant un intérêt légitime à accéder aux informations détenues par les intermédiaires de le faire en temps utile. C'est le cas des titulaires de droits enquêtant sur des atteintes aux droits de propriété intellectuelle, conformément à la loi applicable, qui devraient donc être autorisés à accéder à ces informations.

---

<sup>6</sup> Voir la section IV ci-dessous.



## B. PUBLICATION DE COORDONNÉES EXACTES

20. Il devrait y avoir une obligation générale pour tous les services de la société de l'information de publier les coordonnées exactes de leurs contacts et de leurs opérateurs sur les sites Web. Par exemple, dans l'UE, l'article 5 de la directive sur le commerce électronique<sup>7</sup> impose une telle obligation aux fournisseurs de services Internet. Malheureusement, dans la pratique, l'application de cette obligation par les autorités des États membres de l'UE a été insuffisante jusqu'à présent et il existe peu de sanctions dissuasives en cas de non-respect. Ce genre de dispositions solides en matière de transparence et leur application effective sont importantes, non seulement pour les titulaires de droits de propriété intellectuelle, mais plus généralement pour la protection des consommateurs.

## C. ACCÈS À DES RÉPERTOIRES TELS QUE WHOIS

21. À la suite de changements dans les règles de protection des données en Europe, l'Internet Cooperation for Assigned Names and Numbers (ICANN)<sup>8</sup> a introduit une spécification temporaire pour le WHOIS<sup>9</sup>, qui exigeait des unités d'enregistrement et des services d'enregistrement qu'ils expurgent la grande majorité des données figurant dans le répertoire WHOIS relatives aux détenteurs de noms de domaines européens (qu'ils soient des personnes physiques ou morales). Il en a résulté un retrait presque total, et souvent injustifié, du répertoire public WHOIS, qui dépasse de loin toutes les exigences énoncées dans le Règlement général de l'Union européenne sur la protection des données (RGPD)<sup>10</sup> (qui a été invoqué pour justifier le retrait de l'accès au répertoire WHOIS) et a fortement entravé la capacité des titulaires de droits à obtenir les données nécessaires à l'application effective de leurs droits. Il est urgent d'intervenir pour rétablir l'accès des titulaires de droits au répertoire WHOIS dans le but légitime d'enquêter et de faire respecter leurs droits de propriété intellectuelle. Même si quelques efforts législatifs ont été déployés pour résoudre le problème de l'inaccessibilité des informations du répertoire WHOIS, comme la proposition de directive NIS<sup>11</sup> dans l'UE, ceux-ci se sont avérés jusqu'à présent inadéquats. Une intervention globale est nécessaire de toute urgence pour illustrer clairement l'intérêt public d'un répertoire WHOIS public pour les titulaires de droits afin qu'ils puissent enquêter et faire valoir leurs droits.

## IV. LUTTE CONTRE LE PIRATAGE TRANSFRONTALIER

22. Les services qui gagnent de l'argent grâce à la distribution en ligne non autorisée de musique peuvent s'établir presque partout, et les atteintes au droit d'auteur en ligne peuvent se produire simultanément par-delà les frontières dans un nombre illimité de territoires. Pourtant, lorsqu'ils tentent de mettre fin aux activités de ces entreprises illégales – que ce soit en prenant des mesures directes contre les auteurs des atteintes ou en demandant des injonctions contre les services intermédiaires utilisés par ces derniers – les titulaires de droits doivent engager une action en justice dans chaque ressort juridique où le service est disponible. Cela rend la lutte contre les atteintes en ligne lente et d'un coût prohibitif et limite l'efficacité de toute démarche entreprise par les titulaires de droits pour protéger leurs droits.

---

<sup>7</sup> Directive 2000/31/CE relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur, disponible à l'adresse suivante : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=CELEX%3A32000L0031>.

<sup>8</sup> L'ICANN est un groupe multipartite qui coordonne plusieurs bases de données relatives à l'Internet.

<sup>9</sup> Le protocole WHOIS permet d'interroger les bases de données tenues par les unités et services d'enregistrement de domaines afin de trouver des informations au sujet de leurs clients.

<sup>10</sup> Règlement (UE) 2016/679 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE, JO L 119/1, disponible à l'adresse suivante : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=celex%3A32016R0679>.

<sup>11</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=COM%3A2020%3A823%3AFIN>.

23. Par exemple, depuis plus de 15 ans, les titulaires de droits tentent de mettre fin aux atteintes à la propriété intellectuelle sur le célèbre site Web The Pirate Bay. Les opérateurs du site ont fait l'objet de poursuites civiles et pénales et des affaires ont été portées devant la Cour de justice de l'UE ainsi que devant la Cour européenne des droits de l'homme<sup>12</sup>. Toutes les instances ont confirmé que le service portait atteinte au droit d'auteur, et pourtant le site reste accessible dans de nombreux pays à travers le monde.

24. Les législateurs pourraient faire davantage pour faciliter et améliorer l'application transfrontalière des droits de propriété intellectuelle. Les droits matériels, les mesures et les procédures d'application des droits sont harmonisés dans une large mesure au niveau international dans le cadre des traités Internet de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) et de l'Accord de l'Organisation mondiale du commerce sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC). Dans certains cas, ces points communs devraient permettre aux tribunaux nationaux d'accepter les constatations faites par les autorités judiciaires ou administratives compétentes d'autres pays comme preuve suffisante de revendications de même nature (telles que des revendications concernant le caractère illicite d'un site Web). Cela pourrait être important, par exemple, dans les cas d'injonctions de blocage sans faute à l'encontre d'intermédiaires en ligne qui concernent le même service opérant dans plusieurs ressorts juridiques, ainsi que dans les cas d'atteinte directe portant sur le même contenu, les mêmes titulaires de droits et le même service en ligne opérant sur plusieurs territoires. En outre, les tribunaux devraient avoir le pouvoir d'évaluer les dommages-intérêts sur une base globale et ne devraient pas être limités au territoire de leur juridiction.

25. Dans ce contexte, l'IFPI soutient les efforts de l'OMPI pour promouvoir la base de données WIPO ALERT. L'IFPI estime que cette initiative peut jouer un rôle crucial dans la collecte et l'échange d'informations sur les sites préoccupants fournies par les autorités des États membres de l'OMPI dans l'intérêt du secteur de la publicité. Les gouvernements devraient également encourager et faciliter le dialogue au niveau local entre les titulaires de droits et les intermédiaires afin de trouver des solutions volontaires, à l'instar des codes de conduite concernant le blocage de sites Web convenus par les parties prenantes en Allemagne<sup>13</sup>, au Portugal<sup>14</sup>, au Danemark<sup>15</sup>, en Espagne<sup>16</sup>, aux Pays-Bas<sup>17</sup> et en Suède<sup>18</sup>, ou des protocoles d'accord conclus entre les annonceurs, les intermédiaires publicitaires et les titulaires de droits.

[Fin de la contribution]

---

<sup>12</sup> Affaire C-610/15, *Stichting Brein c. Ziggo BV et XS4ALL Internet BV* (2017), disponible à l'adresse suivante : <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&T,F&num=c-610-15>; *Neij et Sunde Kolmisoppi c. Suède* (2013) requête 40397/12, disponible à l'adresse suivante : <https://hudoc.echr.coe.int/eng#{%22appno%22:%2240397/12%22}}>.

<sup>13</sup> <https://cuii.info/ueber-uns/>.

<sup>14</sup> <https://edri.org/our-work/portugal-voluntary-agreement-against-copyright-infringements/>.

<sup>15</sup> <https://rettighedsalliancen.com/new-code-of-conduct-agreement-between-the-telecommunications-industry-and-the-rights-alliance-ensures-more-effective-enforcement/> et [https://rettighedsalliancen.com/wp-content/uploads/2020/11/CoC\\_ENG.eksl\\_.Anneks.pdf](https://rettighedsalliancen.com/wp-content/uploads/2020/11/CoC_ENG.eksl_.Anneks.pdf).

<sup>16</sup> <https://www.culturaydeporte.gob.es/actualidad/2022/01/220121-protocolo-antipirateria.html>

<sup>17</sup> <https://www.acm.nl/en/publications/agreement-among-internet-providers-and-copyright-holders-regarding-blocking-websites-illegal-content>.

<sup>18</sup> <https://rattighetsalliansen.se/wp-content/uploads/2022/05/Branschoverenskommelse.pdf>.

## LA LUTTE CONTRE LE NON-RESPECT DES PROCÉDURES DOUANIÈRES DANS LE SECTEUR DU TRANSPORT EXPRESS – L'APPROCHE DE DHL EXPRESS

*Contribution établie par Mme Sandra Fischer, responsable des douanes mondiales; Mme Asha Menon, vice-présidente, conformité douanière mondiale et affaires réglementaires; M. Marcelo Godoy Rigobello, vice-président, assistance clientèle des douanes mondiales et M. Gordon Wright, vice-président, division des affaires douanières et réglementaires de l'UE, DHL Express, Diegem (Belgique)\*.*

### RÉSUMÉ

Dans un monde qui est devenu plus interconnecté que les générations précédentes n'auraient jamais pu l'imaginer, le commerce mondial n'a jamais été aussi important. La croissance rapide du commerce électronique et la pandémie de COVID-19 ont considérablement augmenté le nombre de colis internationaux transitant dans le monde, ce qui a entraîné davantage de difficultés du point de vue de la conformité douanière et commerciale. Le présent document offre un aperçu général de l'approche adoptée par DHL Express pour assurer la conformité douanière au sein de son réseau et proposer quelques domaines pouvant faire l'objet d'une coopération avec les autorités afin de lutter contre le non-respect des procédures douanières.

### I. APPROCHE DE LA CONFORMITÉ DOUANIÈRE DE DHL EXPRESS

1. DHL Express s'engage pleinement en faveur d'un commerce conforme. Le respect des procédures douanières est un élément essentiel de la culture de DHL Express et de la proposition de valeur faite à ses clients, au même titre que son éthique de travail. L'équipe chargée de la conformité douanière de DHL Express s'attache à créer les conditions propices pour une croissance durable de l'entreprise, en offrant à ses clients une expérience du commerce transfrontalier conforme et efficace grâce à une collaboration avec les autorités.
2. Depuis de nombreuses années, DHL Express a mis en place une série de contrôles prospectifs afin d'éviter que des envois non conformes n'entrent dans son réseau mondial. En voici quelques exemples :
  - le contrôle de sécurité physique des envois de fret aérien avant le départ des avions (à l'aide, par exemple, de contrôles par rayons X);
  - les contrôles/inspections physiques des envois (par exemple, pour détecter de manière proactive les marchandises dangereuses non déclarées);
  - le filtrage de tous les envois des parties non autorisées en utilisant des outils d'analyse des données (selon les renseignements sur l'expéditeur et le destinataire).
3. En plus de ces contrôles prospectifs, DHL Express lance le programme mondial de conformité douanière, dont le but est d'améliorer encore davantage l'intégrité des envois et la qualité des données figurant sur les factures commerciales fournies par les expéditeurs. Il permettra aux autorités douanières de procéder à une évaluation des risques plus ciblée et de soutenir des processus de dédouanement conformes.
4. Pour assurer le succès des initiatives internes de conformité, DHL Express estime qu'une collaboration étroite avec les autorités douanières est nécessaire pour former les expéditeurs. Il

---

\* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

est essentiel que les autorités douanières améliorent la communication directe avec les expéditeurs (c.-à-d., la partie qui fournit effectivement les marchandises physiques et les données ou informations) concernant l'importance de fournir des données de haute qualité lors des expéditions internationales, et qu'elles les sensibilisent pleinement à leurs responsabilités en matière de transport transfrontalier.

## **II. LE PROGRAMME MONDIAL DE LA CONFORMITÉ DOUANIÈRE DE DHL EXPRESS**

5. DHL Express lance le programme mondial de la conformité douanière afin de sensibiliser davantage ses clients aux quatre domaines à risque suivants :

- les droits de propriété intellectuelle : afin d'empêcher les expéditeurs d'envoyer des marchandises interdites portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle par l'intermédiaire de DHL Express;
- la sous-évaluation : afin d'empêcher les expéditeurs de sous-déclarer la valeur des marchandises sur la facture commerciale afin de payer moins (ou pas) de droits ou de taxes;
- les désignations des marchandises : afin d'empêcher les expéditeurs de fournir des désignations incomplètes ou inexactes des marchandises afin de contourner les contrôles de sécurité;
- les expéditeurs et destinataires véritables : afin d'empêcher les expéditeurs de fournir des informations inexactes sur l'expéditeur et le destinataire afin de contourner les contrôles de sécurité et les contrôles des parties refusées.

6. Le fil conducteur reliant ces quatre domaines est la qualité des données. Par conséquent, alors que DHL Express continue de dialoguer de manière proactive avec ses clients pour les éduquer et les sensibiliser à l'importance de fournir des données complètes et exactes afin de protéger les marchandises légitimes lorsqu'elles sont expédiées par l'intermédiaire de DHL Express, il est essentiel de faire prendre conscience aux expéditeurs que la non-conformité peut avoir de lourdes conséquences.

7. Outre ses efforts de sensibilisation de ses clients, DHL Express intensifie la formation de ses employés par des communications et des formations internes, et améliore ses procédures et ses outils d'atténuation des risques en interne afin de réduire la probabilité que des envois non conformes n'entrent dans son réseau. Parmi ces initiatives internes figurent, entre autres :

- le renforcement des mesures concernant l'ouverture de nouveaux comptes, pour éviter d'inscrire des contrevenants connus;
- l'essai d'outils d'analyse des données et d'apprentissage automatique en vue de détecter et d'intercepter en amont les envois potentiellement non conformes dans les pays d'origine;
- l'amélioration des systèmes de réservation des envois afin de guider les expéditeurs pour qu'ils puissent fournir des désignations complètes et précises des marchandises lors des expéditions par DHL Express.



Image 1 : Exemples d'affiches de campagne en interne de DHL Express visant à sensibiliser davantage les employés aux quatre domaines à risque de non-conformité.

### III. EN PRATIQUE : S'ATTAQUER EN AMONT AUX ATTEINTES À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

8. DHL Express Hong Kong dispose d'une équipe spécialisée qui inspecte quotidiennement et de manière proactive les marchandises et travaille en étroite collaboration avec la Douane hongkongaise pour cibler les marchandises portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle. En 2020 et 2021, DHL Express Hong Kong a physiquement intercepté plus de 28 000 colis sortants pour contrôler des marchandises soupçonnées de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle.



Image 2 : Les employés de DHL Express Hong Kong procèdent à des inspections physiques des marchandises soupçonnées de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle.

9. En octobre 2021, la Douane de Hong Kong a adressé une "lettre de reconnaissance" à DHL Express Hong Kong, louant ses efforts de lutte contre la contrebande, qui ont abouti à la saisie de marchandises portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle et d'autres marchandises illicites d'une valeur de 7,6 millions de dollars de Hong Kong, au cours du troisième trimestre de 2021. Ces activités témoignent de l'engagement continu de l'équipe de DHL Express Hong Kong en faveur d'un commerce conforme.

10. DHL Express USA s'efforce, en étroite collaboration avec le Bureau américain des douanes et de la protection des frontières (CBP), d'intercepter et d'inspecter les marchandises soupçonnées de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle en amont, et fournir un appui opérationnel au programme d'abandon volontaire des droits de propriété intellectuelle<sup>1</sup>. DHL Express USA dispose de ressources dédiées à la détection et au retrait de son réseau des

<sup>1</sup> Un programme pilote dans le cadre duquel les douanes retiennent les envois soupçonnés de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle et DHL offre au client la possibilité d'abandonner les marchandises ou de contester les constatations d'atteintes aux droits de propriété intellectuelle des douanes. Ce processus permet aux douanes de retirer rapidement du réseau les colis portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle sans qu'il soit nécessaire de procéder à une longue saisie.

marchandises portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle, et collabore avec des équipes des pays d'origine pour retirer les "mauvais expéditeurs" de son réseau. En 2021, l'équipe de DHL Express USA, en collaboration avec le CBP, a physiquement intercepté plus de 3500 colis pour contrôler des marchandises soupçonnées de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle, ce qui a entraîné la fermeture de nombreux comptes de "mauvais expéditeurs". En 2021 également, plus de 5000 colis d'une valeur de 246,3 millions de dollars américains ont été renvoyés au processus d'abandon des droits de propriété intellectuelle du CBP, ce qui a permis aux contribuables américains d'économiser plus de 49 millions de dollars américains<sup>2</sup>.

11. Le CBP du port de Cincinnati a déclaré que son partenariat avec DHL était inestimable, et que l'assistance offerte par DHL dans la mise en place de mesures pour lutter contre les marchandises portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle est essentielle à la mission du CBP. Le Centre national de coordination des droits de propriété intellectuelle a décerné à DHL Express USA le prix du partenaire le plus actif dans le secteur de la livraison express et de la collaboration étroite avec le Centre pour fournir des renseignements et un appui opérationnel concernant les marchandises de contrefaçon.

12. Afin d'assurer la poursuite des efforts visant à lutter contre les atteintes aux droits de la propriété intellectuelle, un domaine potentiel de coopération accrue entre les autorités réglementaires et les fournisseurs de services express consiste à accroître l'échange de renseignements concernant les expéditeurs ciblés non conformes. Un effort coordonné de l'ensemble de la chaîne logistique de bout en bout par toutes les parties prenantes pourrait avoir un impact significatif. Les auteurs d'atteinte aux droits de propriété intellectuelle adaptent, vendent et déplacent en permanence des marchandises non conformes via différents marchés en ligne et plateformes de médias sociaux, différentes routes maritimes, différents fournisseurs de transport et différents modes de transport. Il est donc essentiel d'assurer une coopération étroite et un partage efficace de l'information entre toutes les parties prenantes.

#### **IV. RECOMMANDATION DE DHL À L'INTENTION DES AUTORITÉS RÉGLEMENTAIRES**

13. Une recommandation concrète consiste à ce que les autorités, ensemble avec les titulaires de droits, mettent au point et tiennent à jour une liste centralisée des "auteurs d'atteinte aux droits de propriété intellectuelle". Ladite liste serait mise à la disposition des banques, des médias sociaux, des plateformes de vente en ligne et des sociétés de transport. Cette base de données permettrait à chacune des parties prenantes d'empêcher les auteurs d'atteinte aux droits de propriété intellectuelle d'exercer leurs activités, dans le cadre d'un effort coordonné. DHL Express pourrait, par exemple, utiliser cette liste pour signaler les auteurs d'atteinte aux droits de propriété intellectuelle dans ses systèmes internes afin d'empêcher l'ouverture de comptes, de déclencher l'interception d'envois et de fournir des renseignements ou des informations supplémentaires aux autorités compétentes (là où la législation le permet).

#### **V. DÉFIS**

14. Malgré les divers efforts en cours, de nombreux défis restent à relever, qui nécessiteront l'engagement de l'industrie et des autorités réglementaires concernées, tels que :

- Tous les organismes d'application des droits locaux ne sont pas pleinement engagés dans la détection ou l'arrêt des marchandises portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle par une approche conjointe avec DHL Express.

---

<sup>2</sup> Ce chiffre est tiré d'un article du CBP "Cincinnati CBP Breaks Records in Fiscal Year 2021", disponible à l'adresse suivante (uniquement en anglais) : <https://www.cbp.gov/newsroom/local-media-release/cincinnati-cbp-breaks-records-fiscal-year-2021>.

- Tous les titulaires de droits ne suivent pas les procédures en place pour saisir les envois portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle par l'intermédiaire des organismes d'application.
- DHL Express n'est pas en mesure d'élaborer une approche ciblée fondée sur le risque en matière d'atteintes aux droits de propriété intellectuelle en raison de l'échange limité d'informations de la part des organismes d'application. Voici quelques exemples de domaines dans lesquels la collaboration pourrait être améliorée afin d'accroître le succès des efforts conjoints :
  - les saisies sont communiquées en temps utile, de façon régulière et sous forme numérique pour faciliter la poursuite du traitement;
  - les renseignements sur les saisies, y compris les détails des marchandises et les variations par rapport aux factures des expéditeurs;
  - le traitement par les autorités des marchandises portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle qui ont été identifiées par DHL Express. Actuellement, il appartient à DHL de détruire ou de retourner l'envoi.
- Les contrôles par rayons X ne permettent pas de détecter les marchandises portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle. Le contrôle des droits de propriété intellectuelle nécessite l'ouverture de chaque envoi pour en vérifier le contenu afin de voir s'il contient des marchandises susceptibles de présenter des problèmes de marque ou de droits d'auteur. Ce processus manuel implique des ressources supplémentaires et prend beaucoup de temps. Le partage des données et la veille économique des autorités réglementaires pourraient réduire cet effort manuel.
- Les envois contenant des marchandises soupçonnées de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle doivent être contrôlés par les autorités et éventuellement saisis. Le stockage de ces envois dans l'attente de résultats a un impact négatif sur les capacités de stockage de DHL et des délais de réponse plus courts réduiraient les exigences opérationnelles.
- DHL n'est pas un organisme chargé de l'application de la loi et ne dispose donc ni des renseignements ni de l'autorité nécessaires pour arrêter les envois.

## **VI. CONCLUSION : AVANTAGES POUR TOUTES LES PARTIES D'UNE COLLABORATION PROACTIVE AVEC LES AUTORITÉS RÉGLEMENTAIRES**

15. L'application efficace du commerce conforme nécessite une approche fondée sur les risques et leur gestion, ainsi qu'une coopération et un partage d'informations entre les différentes parties prenantes de bout en bout de la chaîne logistique, telles que les autorités douanières et le secteur du transport express. Si les opérateurs du secteur du courrier exprès ne peuvent se substituer aux organismes chargés de l'application de la loi, ils peuvent toutefois prendre des mesures appropriées sur la base des informations partagées par les autorités douanières pour lutter contre les comportements non conformes.

16. DHL Express s'engage en faveur du commerce conforme et fournit aux autorités du monde entier un appui constant dans la lutte contre le commerce illicite. Il s'agit notamment :

- de coopérer et de fournir, en temps opportun, des données électroniques précises sur les envois aux autorités douanières afin qu'elles procèdent le plus tôt possible à l'évaluation des risques liés à ces envois;
- d'intercepter les envois matériels signalés par les autorités douanières comme non conformes et de les lui remettre;
- d'agir contre les expéditeurs non conformes signalés par les autorités douanières;
- d'apporter un appui aux autorités douanières dans le cadre d'enquêtes de plus grande envergure, en leur fournissant des informations supplémentaires (par

exemple, les détails concernant les expéditeurs et les destinataires, dans le respect de la législation en vigueur.

17. Comme indiqué dans cette contribution, DHL Express va au-delà des attentes et s'engage pleinement à lutter contre les comportements non conformes en :

- coopérant avec les autorités douanières;
- entreprenant des vérifications sur les envois au point de départ, tant sur les marchandises matérielles que sur la qualité des données concernant les colis;
- tirant parti de l'analyse des données et de l'apprentissage automatique pour détecter de manière prospective les envois non conformes;
- arrêtant les envois suspectés d'être non conformes dans le réseau;
- fermant les comptes des expéditeurs non conformes.

18. Il est donc important pour DHL Express que les autorités reconnaissent les efforts entrepris. DHL Express estime qu'une telle reconnaissance est pertinente pour continuer à se surpasser et qu'il s'agit d'une situation gagnant-gagnant pour les administrations douanières, les autres agences gouvernementales, les clients et DHL Express elle-même.

19. Enfin, il est essentiel que les autorités compétentes élaborent et améliorent encore la communication directe avec les expéditeurs concernant l'importance de fournir des données de haute qualité lors des expéditions internationales, et qu'elles fassent prendre conscience aux expéditeurs que la non-conformité peut avoir de lourdes conséquences.

20. DHL Express s'engage pleinement en faveur du commerce conforme, et se réjouit de la poursuite des efforts de coopération et des projets pilotes menés en collaboration avec les autorités douanières, les autres agences gouvernementales et les acteurs du secteur pour lutter contre le commerce illicite.

[Fin de la contribution]



## MESURES PRISES PAR MASTERCARD POUR PRÉVENIR LES ATTEINTES À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

*Contribution établie par M. Jonathan Trivelas, vice-président, équipe chargée de la performance des marques, engagement des clients et performance, MasterCard International, Purchase, New York (États-Unis d'Amérique)\**

### RÉSUMÉ

MasterCard s'engage à lutter contre les atteintes à la propriété intellectuelle et ne tolère pas l'utilisation de sa marque, de son réseau, de ses programmes ou de ses services pour favoriser toute activité illégale. Il est important de noter que MasterCard n'a pas de relation directe avec les commerçants qui acceptent les cartes MasterCard aux fins de paiement et qu'elle ne les assure pas. Au lieu de cela, le commerçant conclut un contrat avec une institution financière, appelée acquéreur, et c'est l'acquéreur qui a la relation directe avec MasterCard en tant que client licencié. Les clients de MasterCard, leurs commerçants et tous les autres participants au réseau sont tenus de se conformer à toutes les lois applicables, ainsi qu'aux règles et autres normes de MasterCard.

MasterCard coopère fréquemment et travaille en étroite collaboration avec les organismes chargés de l'application de la loi, les titulaires de droits et d'autres organisations sur des questions concernant des activités illégales présumées, y compris des atteintes à la propriété intellectuelle. MasterCard dispose également de plusieurs programmes et outils pour aider les acquéreurs à prévenir les activités illégales, tels que l'alerte membre pour contrôler les commerçants à hauts risques (MATCH™) et le fournisseur de surveillance des commerçants (MMP).

### I. APERÇU DU RÔLE DE MASTERCARD DANS L'ÉCOSYSTÈME DES PAIEMENTS ET LE MODÈLE QUADRIPARTITE

1. MasterCard mène diverses activités de traitement à différents titres. L'activité principale de MasterCard est le traitement des opérations de paiement pour le compte de ses clients. Cette activité de base implique généralement quatre parties : MasterCard, les institutions financières, les commerçants et le titulaire de la carte. Les institutions financières délivrent des cartes de paiement MasterCard à leurs clients, qui sont des particuliers ou des entreprises (titulaires de cartes). La banque qui agit en cette qualité est dénommée "émetteur" ou "banque émettrice". Un titulaire de carte peut alors utiliser sa carte MasterCard pour régler un commerçant (par exemple, un magasin physique ou en ligne). Une banque qui facilite le paiement par l'émetteur d'un titulaire de carte au commerçant est désignée comme "acquéreur" ou "banque acquéreuse".
2. Le titulaire de la carte a une relation contractuelle avec son ou ses émetteurs. Le commerçant a une relation contractuelle avec son ou ses acquéreurs. Les émetteurs et les acquéreurs passent des contrats avec MasterCard pour permettre les opérations de paiement, en tant que clients MasterCard. MasterCard n'a pas de relation directe avec les commerçants ou les titulaires de cartes.
3. Un paiement est facilité par un acquéreur, qui reçoit la demande de paiement d'un commerçant et l'envoie à l'émetteur du titulaire de la carte via le réseau MasterCard.

---

\* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

L'acquéreur reçoit ensuite le paiement de l'émetteur via le réseau MasterCard et le dépose sur le compte bancaire du commerçant. Un commerçant doit conclure un contrat avec un acquéreur pour être en mesure d'accepter des paiements par carte MasterCard, et il incombe à l'acquéreur de connaître son commerçant et de surveiller son activité.

4. MasterCard établit et maintient également les règles et les normes qui régissent tous les aspects de ses activités, et l'un de ses principes fondamentaux est la légalité. MasterCard ne tolère pas l'utilisation de sa marque, de son réseau, de ses programmes ou de ses services pour favoriser toute activité illégale. Les clients de MasterCard, leurs commerçants et les autres participants au réseau sont tenus de se conformer à toutes les lois applicables, ainsi qu'aux règles et normes de MasterCard. MasterCard a mis en place des programmes pour détecter les activités illégales et exige une action immédiate si une telle activité est détectée.

## **II. MESURES PRISES PAR MASTERCARD POUR PRÉVENIR LES ATTEINTES À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**

### **A. POLITIQUE DE LUTTE CONTRE LE PIRATAGE DE MASTERCARD**

5. La politique de MasterCard relative à la vente en ligne par un commerçant de produits portant atteinte aux droits d'auteur et de produits de marque contrefaits (la "politique de lutte contre le piratage")<sup>1</sup> est considérée conjointement au programme d'évaluation et d'atténuation des risques d'entreprise ("BRAM") de MasterCard. En vertu de cette politique, MasterCard accepte et enquête sur les signalements provenant d'organismes chargés de l'application de la loi et d'autres sources (c.-à-d., les titulaires de droits et leurs représentants qualifiés) concernant la vente en ligne d'un produit ou d'un service qui porterait atteinte aux droits d'auteur ou de marque d'une autre partie.

### **B. PROGRAMME D'ÉVALUATION ET D'ATTÉNUATION DES RISQUES D'ENTREPRISE**

6. Le programme d'évaluation et d'atténuation des risques d'entreprise (BRAM) a été mis en place en 2005 pour enquêter sur les activités illégales des clients et proposer des mesures correctives. MasterCard peut être informée d'une éventuelle atteinte à la propriété intellectuelle par un signalement provenant des organismes chargés de l'application de la loi ou des titulaires de droits ou par une enquête interne. L'équipe du programme BRAM enquête sur l'activité présumée et peut effectuer une transaction de "traçage" sur le site Web en infraction afin de confirmer l'acceptation des cartes MasterCard pour les paiements sur le site et de déterminer l'identité de l'acquéreur, ou du client MasterCard, sous lequel ce commerçant traite.

7. Si le comportement du commerçant est considéré comme potentiellement non conforme, l'acquéreur de ce commerçant en est informé. L'acquéreur doit enquêter sur la situation et faire part à MasterCard de ses conclusions et confirmer que toutes les activités illégales ont cessé. Si l'acquéreur détermine que le commerçant ne se livrait pas à des activités illégales, il doit fournir à MasterCard des preuves irréfutables de cette conclusion. S'il s'avère que le commerçant s'est livré à une activité illégale et que son contrat est résilié par l'acquéreur, ce dernier doit signaler le commerçant à MATCH (alerte membre pour contrôler les commerçants à hauts risques). MATCH est une base de données de commerçants dont les contrats ont été résiliés par l'acquéreur pour violation des règles et normes de MasterCard. À la fin de l'enquête, MasterCard tire parti des évaluations de non-conformité pour dissuader les futurs cas d'activité illégale et pour faire passer le message qu'il existe une tolérance zéro pour les activités illégales au sein du réseau MasterCard.

---

<sup>1</sup> Disponible à l'adresse suivante (uniquement en anglais) : <https://www.mastercard.us/en-us/vision/who-we-are/terms-of-use/anti-piracy-policy.html>.

a) Le blanchiment des transactions et autres défis

8. Le blanchiment des transactions (également appelé affacturage ou factoring) est une tactique courante des commerçants qui se livrent à des activités illégales pour échapper à la détection par leur acquéreur et MasterCard, et est interdit en vertu des règles et normes de MasterCard. Le blanchiment de transactions consiste, par exemple, pour un commerçant à traiter des paiements dans le cadre de son activité illégale en utilisant le compte de services de paiement légitime d'un autre commerçant. L'acquéreur n'a pas connaissance du site Web en infraction, ou du site Web traitant les paiements pour l'activité illégale. Par exemple, un commerçant est autorisé par l'acquéreur à ouvrir un compte commerçant pour vendre des chaussures sur le site goodshoes.com. Au cours du processus d'intégration du commerçant, l'acquéreur vérifiera que le site goodshoes.com ne propose aucun produit ou service illégal, puis permettra au commerçant d'accepter les paiements par cartes MasterCard en tant que magasin de chaussures. Cependant, le commerçant exploite également un site proposant des montres de luxe de contrefaçon, appelé fakewatches.com, auquel l'acquéreur n'a pas accès ou dont il n'a pas connaissance. Lorsqu'un titulaire de carte effectue un achat sur fakewatches.com, la transaction est acheminée (ou "blanchie") par l'intermédiaire du compte commerçant créé pour goodshoes.com.

9. Il incombe aux acquéreurs de veiller à ce que leurs commerçants ne se livrent pas à cette pratique. MasterCard reconnaît qu'il peut être difficile de détecter et d'atténuer ces activités, mais un effort efficace a été la combinaison de solides pratiques de diligence raisonnable, d'une surveillance efficace des transactions et des litiges, et de l'utilisation de la technologie d'exploration Web pour surveiller le contenu du site Web.

10. En outre, MasterCard est confrontée au défi de ne pas être un expert en droits de propriété intellectuelle, ni le propriétaire de la propriété intellectuelle à laquelle il est porté atteinte. MasterCard n'a pas non plus de relation directe avec le commerçant ni de connaissance de ses propriétés ou de ses relations contractuelles avec d'autres entités. Par conséquent, MasterCard n'est souvent pas en mesure de conclure avec certitude qu'un commerçant vend un produit qui porte atteinte à la propriété intellectuelle sans confirmation du titulaire des droits de propriété intellectuelle ou des organismes d'application de la loi.

b) Programme de surveillance des commerçants

11. Plusieurs fournisseurs tiers de services de surveillance des commerçants aident les acquéreurs à surveiller les activités illégales, notamment les signes de blanchiment de transactions. MasterCard a créé le Programme de surveillance des commerçants facultatif. Il encourage les acquéreurs à enregistrer leurs fournisseurs tiers de services de surveillance des commerçants auprès de MasterCard et à soumettre des rapports mensuels confirmant les URL des commerçants qui font l'objet d'une surveillance afin d'obtenir un crédit sur les évaluations de non-conformité potentielle. Si un commerçant faisant l'objet d'une surveillance dans le cadre du MMP est par la suite identifié par MasterCard comme se livrant à des activités illégales ou à du blanchiment de transactions, et que toutes les exigences du MMP ont été respectées par l'acquéreur, MasterCard peut atténuer partiellement les risques liés aux évaluations de non-conformité concernées. Les exigences sont les suivantes : l'acquéreur doit enregistrer les fournisseurs tiers de services de surveillance des commerçants auprès de MasterCard, ces fournisseurs doivent surveiller de façon permanente le commerçant identifié et l'acquéreur ou les fournisseurs doivent soumettre des rapports mensuels à MasterCard confirmant ladite surveillance, l'acquéreur doit prendre des mesures rapides dès la notification d'une identification BRAM et l'acquéreur ou les fournisseurs doivent fournir un rapport d'incident concernant le commerçant identifié.

c) Partenariats

12. Chaque année, MasterCard traite des centaines de cas d'atteintes aux droits de propriété intellectuelle, dans le cadre desquels le contenu illégal est retiré du site Web du commerçant ou la capacité de ce dernier à accepter les cartes MasterCard est supprimée. La force du programme BRAM repose sur des partenariats, car les atteintes aux droits de propriété intellectuelle ne sont pas toujours facilement identifiables et nécessitent souvent la confirmation des titulaires de droits de propriété intellectuelle eux-mêmes. MasterCard collabore régulièrement avec des organismes chargés de l'application de la loi, comme la Gendarmerie royale du Canada et la police de la ville de Londres, qui valident les plaintes des consommateurs et renvoient les cas à MasterCard pour qu'elle prenne les mesures nécessaires. MasterCard collabore également régulièrement avec des groupes industriels, tels que la Coalition internationale de lutte contre la contrefaçon (IACC) et la Motion Picture Association (MPA), qui comptent parmi leurs membres des titulaires de droits. Grâce à ces partenariats, les marques participantes peuvent soumettre des cas à MasterCard pour enquête. En outre, les titulaires de droits eux-mêmes peuvent soumettre directement des cas à MasterCard, comme le prévoit la politique de lutte contre le piratage de MasterCard.

C. MATCH™

13. Le système d'alerte membre pour contrôler les commerçants à hauts risques (MATCH™) de MasterCard est conçu pour offrir aux acquéreurs la possibilité de générer et d'examiner des informations sur les risques accrus ou supplémentaires avant de conclure un contrat avec un commerçant. MATCH est un outil qui aide les acquéreurs à évaluer les marchands potentiellement à haut risque - ou ceux qui ont enfreint les règles et les normes - au cours de la diligence raisonnable et avant d'entamer toute collaboration avec eux. Les acquéreurs titulaires d'une licence MasterCard sont dans l'obligation d'y avoir recours, sauf indication contraire dans la législation locale. Lorsqu'un acquéreur envisage de conclure un contrat avec un commerçant pour qu'il soit en mesure d'accepter des cartes MasterCard aux fins de paiement, il peut avoir recours à MATCH pour savoir si le contrat de ce commerçant a été résilié par un autre acquéreur en raison de circonstances qui répondent aux critères MATCH Add. Les critères de MATCH Add sont une liste de raisons pour lesquelles un acquéreur, lorsqu'il met fin au contrat d'un commerçant, peut inscrire celui-ci sur MATCH pour violation des règles et des normes de MasterCard. Par exemple, s'il s'avère qu'un commerçant a traité des transactions illégales, l'acquéreur devra inscrire le commerçant sur MATCH en utilisant le code motif désigné. Chaque code motif indique la raison pour laquelle le commerçant a été ajouté à MATCH, de sorte que tout acquéreur ultérieur ait connaissance de cette activité antérieure. Ces renseignements pourraient avoir une incidence sur la décision de l'acquéreur d'agir ou non pour le compte de ce commerçant et/ou de mettre en œuvre des mesures ou des conditions spécifiques pour surveiller et atténuer le risque potentiel. Cependant, il est important de noter que MATCH n'est pas une liste noire, car il n'est pas interdit aux acquéreurs d'intégrer un commerçant figurant dans la liste MATCH.

**III. CONCLUSION**

14. MasterCard s'engage à lutter contre les atteintes à la propriété intellectuelle et à fournir un réseau de paiement mondial sûr, intelligent et sécurisé. MasterCard estime que les partenariats de partage d'informations avec les groupes de titulaires de droits, les réseaux de paiement, les organismes chargés de l'application de la loi et les agences gouvernementales qui travaillent ensemble pour identifier les atteintes et mettre fin à l'acceptation des cartes MasterCard et d'autres mécanismes de paiement sont essentiels à la lutte contre les atteintes aux droits de propriété intellectuelle. Pour mettre fin à cette activité illégale, il est essentiel de perturber l'acheminement des fonds vers les mauvais acteurs. MasterCard se réjouit de poursuivre la

discussion sur la prévention, la détection et l'atténuation des atteintes aux droits de propriété intellectuelle, ainsi que sur la manière d'établir de nouveaux partenariats dans ce domaine.

[Fin du document]