

ÉDITION SPÉCIALE

Contrefaçon

> PRÉVENTION > STRATÉGIES > RÉSULTATS

riposte

Sommaire

> Actualité France 2

Le CNAC se mobilise contre la cybercontrefaçon

Hologram Industries acquiert Advestigo

Arjowiggins sur le point de céder son pôle sécurité

Coopération renforcée entre la douane et l'INPI

> Actualité internationale 3

Le plan d'action douanier européen 2009-2012 adopté

Recrudescence des détournements de marques en 2008

Authentification de comprimés sans marquage

> Technologie 4-5

Motivation croissante pour la traçabilité sécurisée

Début des travaux de l'ISO sur la norme de performance

> Acteur 6

E-commerce : la cybercontrefaçon menace la confiance

> Initiative à suivre... 8

Cybercontrefaçon : pas de filtrage efficace sans partage d'informations

> Éditorial Par Philippe Collier / Rédacteur en chef

Rompre avec la logique du hamster

Concrètement, au-delà des grands discours, la vraie question est de savoir : comment éliminer la contrefaçon pour maintenir un haut niveau de confiance dans les produits que nous consommons ? Deux voies d'action sont possibles, la méthode curative et la méthode préventive. Ces deux voies sont complémentaires, mais elles se distinguent fondamentalement dans leur approche et leurs moyens d'action. En particulier dans l'importance que l'on attribue au contrôle physique des produits. Aujourd'hui la lutte contre la contrefaçon repose principalement sur la première méthode celle utilisée par les autorités de contrôle, dont la charge est principalement assumée par la collectivité.

Tandis que la voie préventive, qui consiste à sécuriser la chaîne logistique en renforçant les moyens techniques de tracer et d'authentifier les vrais produits, commence seulement à faire son chemin. Sa mise en œuvre, reposera principalement sur l'initiative des producteurs, qui devront y trouver un avantage, mais aussi sous la pression des évolutions législative et réglementaire. Comme c'est déjà perceptible dans les secteurs sensibles où la contrefaçon induit des risques sanitaires inquiétants.

> Traquer les comportements ou tracer les produits ?

Pour le moment l'essentiel des efforts se concentre sur la voie curative. Il s'agit de partir de la réalité du terrain et de traiter le mal à la racine. En déployant des méthodes d'investigation proches de l'intelligence économique, cette approche tend à s'éloigner du produit, (aujourd'hui seulement 2 à 3 % des marchandises sont physiquement contrôlées), pour mobiliser d'autres types d'informations, comportementales, financières, douanières, policières... avant d'engager des actions judiciaires ou réglementaires. Cette voie vise avant tout à détecter la fraude pour s'attaquer aux contrefacteurs et leurs commanditaires.

Une stratégie qui est déjà à l'œuvre depuis plusieurs années. Face à l'explosion du commerce internationale et à la réduction des effectifs, les administrations douanières mettent en place des politiques de ciblage, visant à détecter



les fraudeurs, en analysant les documents d'accompagnement des marchandises, les incohérences, les ruptures de charge et les multiples transbordements suspects entre les points d'embarquement et de destination du fret, pour se concentrer sur les cas les plus importants. Pour le moment, il s'agit donc essentiellement d'un contrôle administratif de détection des anomalies.

Force est de constater que la cybercontrefaçon, avec des moyens comme Cyberdouane, ne fait qu'accroître cette tendance. C'est pourquoi, Jérôme Fournel, le directeur général de la douane, veut rompre avec la politique « du hamster prisonnier de sa cage tournante. Nous ne pouvons être condamnés à pédaler de plus en plus vite pour extraire une à une les contrefaçons du flux considérable des marchandises. » Déjà avec 10 % des saisies réalisées, soit plus de 600 000 articles en 2008, contre 240 000 en 2007, la cybercontrefaçon tend à saturer les services douaniers. Selon lui, « ce combat sans fin est perdu d'avance si l'on ne s'attaque pas aux vraies causes. L'enjeu est d'aller chercher les contrefacteurs là où ils se trouvent, même très loin, pour démanteler les filières à la source. » Nul doute que les technologies de protection apporteront aussi leurs contributions à ce combat. <

> Contentieux Affaire L'Oréal-eBay : jugement reporté

La décision du TGI de Paris concernant la plainte déposée par L'Oréal, en 2007, contre le site de ventes aux enchères eBay pour vente de contrefaçons, qui était attendue pour le 11 mars, a été finalement reportée au 8 avril 2009.

> Législation Projet de loi « création & Internet »

L'examen interrompu du texte par l'Assemblée nationale devrait reprendre le 31 mars. Le vote définitif est prévu pour le 9 avril. La mise en application du texte promet déjà d'être difficile, non seulement du fait de la contestation des associations de consommateurs, mais aussi de l'opposition des professionnels du net. L'ACSEL, le GESTE et l'ASIC soulignent « l'absence de concertation avec le gouvernement sur la mesure de labellisation des offres légales. » Elles considèrent que le texte est anticonstitutionnel du fait que la notion « d'offre légale » n'est pas définie.

> Publication Guide anti- contrefaçon

Par Philippe Van Eeckhout et Elisabeth Pricaz
Ce guide pratique décrit tous les moyens légaux nécessaires à la protection de la création. Les auteurs décrivent les précautions à prendre en amont et les recours possibles, une fois la fraude découverte.
Bourin Éditeur, 245 pages, prix : 21 euros, ISBN : 978-2-84941-119-3



> Concertation

Le CNAC se mobilise contre la cybercontrefaçon

La séance plénière du CNAC, qui s'est tenue à Bercy, le 17 mars, n'a pas apporté d'éléments nouveaux. Le bilan 2008 des actions anti-contrefaçon du CNAC (instance de concertation sans budget propre) recense péle-mêle les initiatives financées par les acteurs privés et les administrations en matière : de sensibilisation des professionnels et des consommateurs ; de contrôle et de répression (aspects normatifs et juridictionnels) et de coopération internationale. Mis bout à bout l'ensemble de ces actions apparaît comme très hétérogène. Il est notamment impossible d'en chiffrer le montant global ou d'en mesurer l'impact et l'efficacité réels. En 2008, les avancées les plus marquantes ont été obtenues dans le cadre de la présidence française de l'Union Européenne. Mais celles-ci restent à mettre en œuvre.

> Protocole

Coopération renforcée entre la douane et l'INPI

La direction générale des douanes et des droits indirects (DGDDI) et de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) ont signé un protocole d'accord de coopération en matière de lutte contre la contrefaçon. Ce partenariat prévoit de renforcer les échanges d'informations et la mutualisation des actions entre leurs services afin d'assurer une meilleure protection des droits de propriété intellectuelle des entreprises. En 2008, la douane a

En ce qui concerne l'année 2009, l'accent est résolument mis sur la lutte contre la contrefaçon sur Internet avec la création de Cyberdouane et la mission Brochand-Sirinelli. Deux axes de travail complémentaires sont annoncés : la conception d'une campagne publique d'information pour soutenir, à la rentrée prochaine, les recommandations de la mission Cybercontrefaçon ; l'implication plus forte de la Poste pour éliminer les colis contenant des contrefaçons. Enfin les sept pays méditerranéens (Bulgarie, Espagne, France, Italie, Maroc, Portugal, Roumanie) qui ont signé la « déclaration de Cannes » de lutte anti-contrefaçon, en octobre 2008, devraient se réunir à nouveau à Tanger (Maroc) fin 2009. La Tunisie pourrait rejoindre ce groupe tandis que des négociations sont en cours avec l'Égypte et la Turquie.

> Acteur

Hologram Industries acquiert Advestigo

Hologram Industries (HI) fait une excellente affaire en reprenant 100 % d'Advestigo, éditeur français spécialiste des empreintes numériques et de la traçabilité des fichiers numériques, pour un montant raisonnable de 4,5 millions d'euros, sachant que la trésorerie d'Hologram Industries, s'élevait, fin 2008, à 10 millions d'euros.

Cette acquisition permet à HI d'étendre ses compétences en matière de surveillance et de gestion sur Internet des signatures authentifiantes de ses hologrammes. HI va pouvoir offrir des solutions d'authentification et de traçabilité sur Internet, applicables à la protection des marques et des documents d'identité.

De plus, HI entre sur le marché porteur de la lutte contre la contrefaçon numérique et les échanges de contenus illicites.

Les sociétés Advestigo (14 personnes dont 9 personnes dédiées à la R&D) et Hologram Industries avaient déjà collaboré sur le développement du produit Global Checker, solution de vérification en ligne de l'authenticité des documents d'identité.

Advestigo avait levé, fin 2004, 3,5 millions d'euros auprès de plusieurs sociétés de capital-risque (voir CR N°3) et dispose d'un portefeuille de technologies brevetées de reconnaissance de contenu (texte, son, image ou vidéo) basée sur des empreintes numériques, et des solutions logicielles intégrées. <

> Industrie

Arjowiggins sur le point de céder son pôle sécurité

Accusant une perte de 428 millions d'euros, en 2008, le groupe Sequana propriétaire du papetier français Arjowiggins, céderait prochainement le pôle sécurité de ce dernier. « Si le prix est satisfaisant, » a déclaré Pascal Labard directeur général de Sequana, la mort dans l'âme. Car il s'agit d'une pépite promise à un bel avenir. Cette cession est aussi très sensible pour des raisons d'intelligence économique. L'entreprise, spécialisée dans la protection des documents officiels (billets de banques et des passeports), est habilitée secret défense. Selon le Journal des Finances, « les repreneurs seraient la famille Benetton, via la société

de private equity 21 Centrale Partners, et le groupe familial Dassault (propriétaire du Journal des Finances). Le prix de la transaction avoisinerait les 320 millions.

L'opération permettrait de résorber la majeure partie des 342 millions de dette d'Arjowiggins au 31 décembre. »

« Une offre ferme de 320 millions d'euros aurait été formulée, alors que le vendeur réclamait entre 350 et 400 millions d'euros, » selon La Tribune. Arjowiggins Security aurait enregistré en 2008 une croissance de 25 % de son chiffre d'affaires à 300 millions d'euros, avec un bénéfice de 41 millions d'euros en 2008, contre 34 en 2007.

> Europe

Le plan d'action douanier européen 2009-2012 adopté

Le Conseil de l'Union européenne (affaires générales et relations extérieures), des 16 et 17 mars, a formellement adopté le nouveau plan d'action douanier européen 2009-2012 contre les contrefaçons. Ce plan d'action, annoncé, le 26 novembre dernier, sous la présidence française de l'UE doit répondre à quatre grands défis :

- Protéger la santé et la sécurité des citoyens

- contre les contrefaçons dangereuses pour la santé publique ;
- L'implication croissante de la criminalité organisée dans la contrefaçon ;
- La contrefaçon sur Internet ;
- La mondialisation de la contrefaçon.

La mise en œuvre de ce plan vise aussi la protection de l'innovation, de l'activité économique, de la compétitivité et des emplois.

> Internet

Recrudescence des détournements de marques en 2008

L'étude « Brandjacking Index 2008 » de MarkMonitor, constate une recrudescence de 18 % du « cybersquatting » (ou détournement de marque) sur Internet. L'étude révèle aussi que 80 % des sites frauduleux identifiés en 2007 sont toujours actifs, ce qui implique pour les marques la nécessité de durcir leur position. Les abus à l'encontre des marques, parmi lesquelles le cybersquatting, les fausses associations, le détournement du « paiement au clic », les contenus choquants, l'utilisation de canaux de distribution illicites ou encore le phishing, se sont multipliés dans l'ensemble des principaux segments du marché (mode, automobile, technologies de pointe et médias). En outre, le phishing a diversifié ses cibles. En 2008, 444 entreprises ont été victimes pour la première fois de ce type d'attaque.

Au total, 440 584 cas de cybersquatting ont été identifiés au cours du quatrième trimestre, suivis de 86 837 cas de fausses associations et de 33 614 cas d'abus en matière de paiement au clic. Les attaques dans le secteur du e-commerce ont augmenté de 46 % en 2008, pour atteindre un record annuel de 24 589 cas. Les pays anglophones représentent 80 % des 15 pays hébergeant le plus de sites de brandjacking. Enfin, le phishing reste le principal problème pour les établissements financiers en raison de la complexité des méthodes et des techniques employées. Les attaques contre les services de paiement ont augmenté de 122 % au second semestre, et celles contre les marques d'établissements financiers de 51 %. L'étude MarkMonitor porte sur les abus subis par 30 grandes marques figurant dans l'étude « Best Global Brands » d'Interbrand.

> Suisse

Authentification de comprimés sans marquage

À l'occasion du salon Interphex (New York 17-19 mars) la société Suisse AlpVision a présenté une solution qui permet de distinguer un comprimé authentique d'un comprimé contrefaisant, à partir d'un simple scanner, sans marquage additionnel ni coût de production supplémentaire. Cette solution invisible et brevetée exploite les propriétés intrinsèques et uniques de l'outillage utilisé dans les presses à comprimés. Les matrices utilisées par le fabricant original sont répertoriées sous forme d'une image

de référence stockée dans une base de données qui servira à l'authentification des comprimés produits par cette matrice. Une seule référence suffit à authentifier tous les comprimés produits par cette même matrice, soit plusieurs millions. Le procédé d'authentification est automatique et peut être effectué en ligne n'importe où au moyen d'un serveur sécurisé accessible à distance. La solution Fingerprint est commercialisée sous forme d'une licence et d'un logiciel clé-en-main.



© AlpVision

> Colloque

« Santé publique : les dangers de la contrefaçon des médicaments »

Le 2 avril de 9H00 à 13H00 au Sénat - Palais du Luxembourg (Paris)

Ce colloque organisé et présidé par Laurent Béteille, Sénateur de l'Essonne, rapporteur du projet de loi de lutte contre la contrefaçon, rassemblera les principaux responsables du dossier, pour approfondir les réflexions et faire concrètement le point sur la politique à mettre en œuvre.

« Si le constat est clair, les stratégies restent délicates à mettre en œuvre. Pour être efficaces, elles doivent associer des logiques de prévention et de répression et se décliner tant au plan juridique que technologique - pour, notamment, accroître les capacités d'authentification et la traçabilité des produits. L'action de nombreux acteurs doit être harmonisée et coordonnée, » estime Laurent Béteille.

Télécharger le programme : www.euroconfluences.com/

> Conférence
ContraFake 2009 - Bruxelles, le 2 avril 2009

Cette conférence de haut niveau prolongera celle organisée en mai 2008 par la DG Marché intérieur et services qui avait attiré plus de 400 participants. Cette année, la conférence examinera à nouveau le problème croissant de la contrefaçon et de la piraterie numérique mais elle sera davantage axée sur les moyens de lutte envisagés, notamment avec la création d'un Observatoire Européen de la contrefaçon et de la piraterie, dont les moyens restent à définir et à mobiliser.

Plus d'informations : http://ec.europa.eu/internal_market/iprenforcement/index_fr.htm

> Monde
L'OMD abandonne son projet de normes Secure

Alors qu'en décembre dernier, Kunio Mikuriya, le nouveau secrétaire général de l'Organisation mondiale des douanes (OMD) faisait encore la promotion des normes Secure, (un ensemble de 13 normes destinées à promouvoir un meilleur respect des droits de propriété intellectuelle), nos lecteurs ont pu constater, qu'il n'y faisait plus référence dans son éditorial de janvier dernier. Manifestement l'OMD a cédé aux craintes exprimées par plusieurs pays émergents de voir les normes Secure se transformer en obligations contraignantes qui seraient venues s'ajouter à l'Accord sur les ADPIC de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Il est vrai que les ADPIC ne s'appliquent qu'aux importations, alors que le projet de normes Secure visait aussi à réduire les exportations de contrefaçons.

Motivation croissante pour la traçabilité sécurisée

De plus en plus, les fabricants se préoccupent de la sécurisation de leur supply chain. Pour cela, les prestataires techniques doivent apporter des solutions globales et interopérables. **Coopération.**

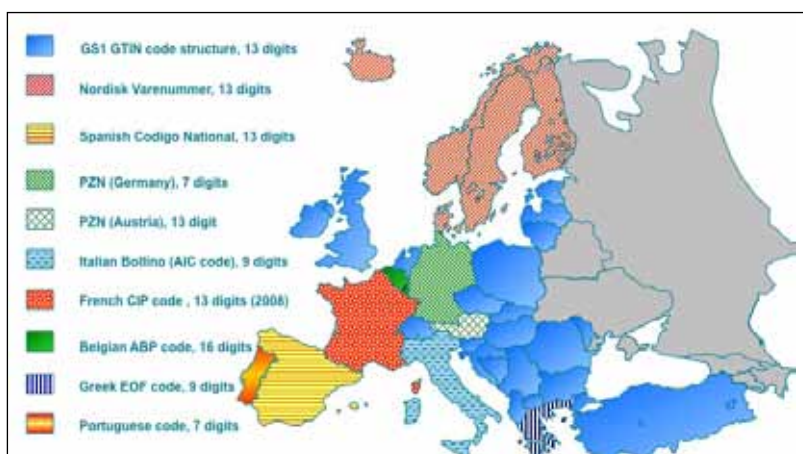
La mobilisation générale contre la contrefaçon conduit les gouvernements et les professions les plus exposées à mettre en place des mesures préventives pour garantir l'authenticité des produits. Préserver l'intégrité de la chaîne logistique devient une priorité dans les secteurs sensibles, où la responsabilité des fabricants peut être mise en cause, comme dans la pharmacie et l'agroalimentaire où les risques sanitaires sont importants, mais aussi dans les domaines industriels où les produits (automobiles, jouets, électricité) peuvent présenter des dangers pour la sécurité des consommateurs.

De ce point de vue, la situation évolue favorablement à la fois sous la pression de la législation mais aussi du contexte économique : en période de difficulté chaque part de marché compte et doit être protégée. La lutte contre la contrefaçon, la fraude et les marchés parallèles, est prioritaire pour préserver les emplois et déjouer toutes les formes de concurrence déloyale. De même, dans des domaines, comme le tabac ou les alcools, les États et l'Europe se mobilisent contre la contrebande qui engendre des pertes fiscales importantes. Enfin, les gouvernements associent la lutte anti-contrefaçon à leurs plans de relance pour protéger l'innovation et préserver la croissance future.

Si jusqu'à présent, les entreprises étaient relativement frileuses à s'engager individuellement dans l'adoption des technologies anti-contrefaçon, dont elles ne voyaient pas immédiatement la rentabilité, elles semblent aujourd'hui prêtes à s'associer à des initiatives collectives, sectorielles et professionnelles d'envergure internationale. Car il est évident qu'aucun acteur en particulier ne détient à lui seul la vérité ni les moyens d'enrayer le fléau. Il s'agit donc d'organiser la coopération et la mutualisation des moyens d'action.

> Deux cas exemplaires

C'est ainsi que l'ensemble de la filière des vins espagnols a récemment décidé (Voir CRN° 39) que l'ensemble de ses 2,3 milliards de bouteilles produites chaque année serait tracé et authentifié. Une démarche ambitieuse qui s'inscrit dans la volonté de garantir l'intégrité, la sécurité et la qualité d'une production européenne de



Médicaments : l'Europe utilise pas moins de dix systèmes de codification différents

plus en plus soumise à la concurrence internationale. Mais aussi de prévenir les risques importants de contrefaçon qui existent dans la conquête de nouveaux marchés asiatiques. L'autre grande initiative européenne concerne le secteur des médicaments. Depuis 2007, un groupe de travail de l'EFPIA (European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations), travaille à l'élaboration d'un système unique de codage normalisé des médicaments destinés à palier l'introduction des contrefaçons dans les circuits de distribution, en particulier lors des opérations de reconditionnement.

Actuellement 10 systèmes différents coexistent en Europe (avec différents types de codes barres et avec ou sans identification unique des emballages). Cette fragmentation fragilise les contrôles et constitue un coût substantiel pour l'industrie pharmaceutique.

À cet effet, EFPIA a opté pour une codification 2D-Datamatrix capable de contenir plus de 3000 caractères numériques ou plus de 2300 caractères alphanumériques. Celui-ci permet d'encoder : le code produit (GTIN), le numéro de lot, la date d'expiration et le numéro de série du médicament, rendant la traçabilité beaucoup plus efficace.

La législation française (arrêté du 16 mars 2007) prévoit l'application d'un tel dispositif dès le 31 décembre 2010. Tandis qu'au niveau européen, la Commission a annoncé le 10 décembre 2008, le renforcement de la

directive 2001/83/EC visant à protéger et sécuriser la chaîne logistique des médicaments. Cette nouvelle législation devrait être adoptée en 2009/2010.

> Des difficultés sous-estimées ?

L'exemple des États-Unis, (qui représentent 40 % de la consommation mondiale de médicaments), montre toutefois que la route est longue entre l'annonce d'un projet et sa mise en œuvre. Après sa recommandation, dès 2004, d'utiliser la RFID, puis avoir admis le choix du Datamatrix en 2006, la FDA américaine ne proposera un standard d'identification des médicaments qu'en 2010. Entre-temps, le Safeguarding America's Pharmaceuticals Act (HR 5839) de 2008 recommande l'utilisation, au niveau fédéral, d'un « pedigree électronique » (e-pedigree) sécurisé. Mais la plus grande confusion règne quant à son application. La Californie, le premier État à légiférer sur le sujet, ne cesse de repousser son déploiement. Celui-ci, prévu initialement pour 2009, puis pour 2011, vient finalement d'être repoussé aux années 2016/2017 !

D'ici là, l'Europe a sans doute une carte à jouer. Même si l'EFPIA prend du retard dans le lancement de son projet pilote qui devait être initié au début de cette année. Au mieux, l'expérimentation débutera au second trimestre en Allemagne ou en Suède... Pour le moment, l'EFPIA ne veut rien dire plus,

annonçant qu'elle communiquera abondamment sur le sujet, en mai prochain, lors de sa réunion annuelle qui se tiendra à Séville (Espagne).

Ceci montre qu'au-delà des problèmes techniques, il est difficile pour un secteur professionnel de faire émerger un consensus qui engage toutes les parties prenantes : industrie pharmaceutique, grossistes, distributeurs, pharmaciens, autorités sanitaires, tiers de confiance... Le modèle global européen doit à la fois être normatif mais aussi laisser à chaque intervenant une liberté de choix et d'adaptation sans compromettre la sécurité globale. Ce qui n'est pas sans poser des problèmes complexes de gouvernance. Le système doit ensuite être géré collectivement au niveau de chaque État en tenant compte des spécificités nationales. Un vrai casse-tête. Dans ce contexte chaotique les fournisseurs de solutions techniques doivent faire preuve d'une grande souplesse et de beaucoup de patience. Il ne s'agit plus pour eux de

proposer uniquement aux entreprises une technologie d'authentification fiable et économique mais de pouvoir l'intégrer dans un système complet qui offre un service de bout en bout.

> Associer identification standard et authentification personnalisée

Ainsi les multiples solutions d'authentification propriétaires doivent désormais être compatibles et interopérables avec les différents systèmes coopératifs et fédérateurs conçus pour répondre aux besoins spécifiques des professions.

Laurent Vieille, responsable de l'offre traçabilité sécurisée à GS1 France, (voir CR N° 38) constate que les esprits évoluent favorablement. « Si l'importance de marier identification et authentification n'était pas évidente pour beaucoup d'entreprises, encore l'année dernière — la plupart des acteurs considérant alors que la lutte anti-contrefaçon

relevait uniquement des services juridiques — ce n'est plus le cas aujourd'hui. Les présentations que nous faisons régulièrement portent leurs fruits. Ainsi récemment, la réunion organisée dans le cadre du CNAC a rencontré un vif intérêt de la part de L'Oréal, le leader mondial des cosmétiques, ou encore auprès des producteurs de Cognac que nous rencontrerons à nouveau le 2 avril prochain. »

GS1 France met actuellement en place un consortium de fournisseurs techniques, réunissant ATT, Prooftag, SERES (groupe La Poste) et SICPA, pour démontrer à travers un pilote l'interopérabilité de leurs solutions d'authentification avec les standards largement répandus de GS1.

De son côté GS1 Allemagne développe un système visant à sécuriser la distribution des pièces automobiles. Il semble ainsi que, petit à petit, se dessine la mise en place d'une infrastructure internationale de traçabilité sécurisée, qui pourrait bénéficier, à terme, à tous les secteurs et à toutes les entreprises. <

Philippe Collier.

> Normalisation

Début des travaux de l'ISO sur la norme de performance

Les 17 et 18 mars 2009, s'est tenue au sein de l'AFNOR, la première réunion du Project Committee 246 de l'ISO (www.iso.org) dont l'objet est d'élaborer une normalisation internationale sur « les critères de performance des outils de protection contre la contrefaçon des produits manufacturés. » Il s'agit d'une nouvelle étape d'un long processus initié par la France dès 2004 dans le cadre du plan anti-contrefaçon en dix points, dont les objectifs ont été reconsidérés fin 2007, et qui devrait aboutir, si tout va bien, à la publication d'une norme de référence fin 2011.

Cette réunion de l'ISO intervient à peine plus d'un an après la relance des travaux de l'AFNOR qui, à partir novembre 2007, a mis en place une commission normalisation chargée de définir les critères de performance des technologies anti-contrefaçon. Le groupe de travail, constitué de 10 fournisseurs de solutions (1), de fédérations professionnelles représentant les industries concernées par la contrefaçon (mais qui ne l'est pas ?), et de représentants institutionnels, a travaillé pendant quatre mois sous la présidence de Jean-Michel Loubry, du Pôle Traçabilité de Valence.

> Faciliter le choix des entreprises

Le projet français, produit avec l'idée d'être immédiatement porté à l'international, a reçu un vote favorable de l'ISO, en octobre 2008, qui a décidé d'en faire un sujet de travail dont le PC246 à la charge.

La France entend ainsi accélérer la mise en œuvre d'outils efficaces pour protéger les produits manufacturés. Aux États-Unis l'ANSI travaille aussi sur le sujet de la contrefaçon et la falsification, mais dans un contexte beaucoup plus large qui prend en compte tous les types de fraudes (produits,

identité, finances). Le projet américain (ISO TC 247) ne bénéficie pas encore d'un groupe de travail constitué, mais l'ANSI participe d'ores et déjà aux travaux du PC 246.

Selon Jean-Michel Loubry, « cette norme de performance n'aura aucun caractère contraignant, son objet est avant tout d'aider les industriels victimes de la contrefaçon à choisir leurs solutions de traçabilité sécurisée en fonction de leurs besoins et réciproquement d'aider les offreurs de technologies et de services à adapter leurs offres à la demande. Le document AFNOR repose actuellement sur une trentaine de critères qui seront probablement encore enrichis au niveau international. Il s'agit d'établir une norme indépendante de la technologie car il est important de ne pas figer les choses pour laisser place à l'innovation. Il ne s'agit pas, en effet, de labéliser des solutions techniques particulières mais de pouvoir évaluer la performance globale d'un système anti-contrefaçon complet depuis le choix des marqueurs jusqu'aux outils de contrôle en passant par la gestion informatique des certificats d'authentification et des bases de données. Car en la matière la sécurité globale dépend directement de la sécurité de tous les maillons de la chaîne. Il n'est pas question de tout réinventer mais plutôt de consolider et de rendre interopérable les multiples normes de traçabilité qui existent déjà, comme c'est le cas notamment dans le secteur de la pharmacie. » <

PhC.

(1) Fournisseurs participants aux travaux de l'AFNOR : Adents, Arjowiggins, ATT, GenEtig, GS1, Hologram Industries, Imprimerie Nationale, Originize, Prooftag, Signoptic.

La cybercontrefaçon menace la confiance

La lutte contre la cybercontrefaçon soulève à nouveau, avec acuité, la question de la responsabilité des acteurs du e-commerce, du paiement et du transport express. **Débat.**

La présentation du bilan 2008 (très positif) de Priceminister en matière de lutte contre la contrefaçon a été l'occasion d'un débat feutré mais vif entre Pierre Kosciusko-Morizet (1), le jeune Pdg de Priceminister (31 ans), Marc-Antoine Jamet, le président de l'Unifab et Jérôme Fournel, le directeur général des douanes (DGDDI). Un débat révélateur des récriminations des marques à l'égard de la cybercontrefaçon.

Le consensus affiché sur les résultats et le comportement exemplaire de Priceminister, pour éradiquer la contrefaçon et les atteintes à la distribution sélectives des marques sur son site, n'a pas masqué, au cours du débat, les divergences d'intérêts qui opposent les marques face à l'irresponsabilité sinon l'impunité dont bénéficient les intermédiaires Internet vendeurs de contrefaçons.

Car si Priceminister représente aux yeux des marques et des autorités de contrôle un modèle vertueux du e-commerce national, il fait aussi figure d'exception face aux comportements plus laxistes de sites concurrents comme eBay ou Aucland.

> Divergences de fond

Après s'être félicité, au nom des 400 adhérents de l'Union des fabricants, de l'intérêt de pratiquer avec les opérateurs Internet un dialogue confiant plutôt que la confrontation, Marc-Antoine Jamet n'a pas manqué de stigmatiser les limites du dialogue coopératif, de la méthode des petits pas et de la *soft law* (voir définition ci-contre).

Il a fustigé « *les absurdités du discours angélique du « numériquement correct » qui présente l'Internet comme un territoire divin. Un monde virtuel distinct du monde réel qui, sous des aspects vertueux, cache en fait des réseaux de prostitution*

favorisant les activités illicites des adwords, des look alike et de la contrefaçon. »

> Trois revendications

Pour le président de l'Unifab la lutte contre la cybercontrefaçon implique que tous les acteurs soient soumis aux mêmes règles :

1/ Responsabilisation : les intermédiaires Internet ne peuvent commercialiser des contrefaçons en toute impunité dans leurs vitrines électroniques alors qu'un commerçant normal serait immédiatement condamné. Il faut dénoncer l'irresponsabilité, la permissivité et la neutralité des intermédiaires Internet instituées par la loi sur les télécommunications et la LCEN sur le commerce électronique ;

2/ Ce n'est pas aux marques à elles seules d'assurer le filtrage et la veille du réseau. Il doit y avoir un partage des tâches et des coûts. De ce point de vue l'anonymat des vendeurs est considéré comme un encouragement à la délinquance. De fait de nombreux vendeurs professionnels se cachent derrière de faux particuliers. Sur ce point spécifique Pierre Kosciusko-Morizet n'a pu répondre favorablement car son *business model* est basé sur la gratuité des mises en vente contrairement au modèle des petites annonces payantes. « *L'anonymat du vendeur évite que l'acheteur traite directement avec lui, ce qui est un gage d'efficacité car l'argent passe par nous.* »

3/ Les acteurs Internet, comme les autres, doivent être soumis à la même régulation qui protège la santé et la sécurité des consommateurs. Il appartient aux acteurs Internet de garantir la conformité de ce qu'ils vendent. Et M. Jamet de conclure, « *si la confiance disparaît, le monde virtuel et le monde réel disparaîtront. Nous sommes tous dans la même barque.* »

> Termes fiscales

De son côté, Jérôme Fournel a réaffirmé la nécessité de garantir la confiance de l'économie numérique aussi bien pour l'État que pour entretenir la dynamique des marchés. « *La régulation de l'État implique, sur Internet comme ailleurs, le respect des règles fiscales (lutte contre les termites fiscales) et douanières, le respect des normes de conformité pour la sécurité des consommateurs et la défense des droits de propriété intellectuelle,* » a-t-il déclaré. Pour cela, la douane souhaite renforcer les partenariats en impliquant et en labélisant tous les acteurs de la chaîne logistique. La démarche de labellisation des Opérateurs Économiques Agréés (OEA), qui implique l'engagement de respecter des protocoles de contrôle stricts pour garantir la confiance dans le commerce international, sera étendue aux sites d'e-commerce (eBay, Priceminister,...), aux services de paiement (Visa, Paypal) et aux opérateurs de fret express (La Poste, DHL, Federal express,...). <

PhC.


(1) Pierre Kosciusko-Morizet (PKM) est le frère de Nathalie Kosciusko-Morizet (NKM) récemment nommée secrétaire d'État au développement de l'économie numérique.

> Définition

Soft law

Selon le site Wikipedia le droit mou (*soft law* en anglais) est un ensemble de règles dont la « juridicité » est discutée. Ce sont des règles de droit non obligatoires, ce qui est a priori contraire à l'essence du droit. Un texte crée du droit mou quand il se contente de conseiller, sans poser d'obligation juridiquement sanctionnée.

http://fr.wikipedia.org/wiki/Droit_mou



Online brand attacks come from anywhere and everywhere.

Choose the right ally.

Malware. Phishing. Counterfeiting. And whatever comes next. There is no shortage of online threats to your company's security, putting your corporation's valuable brand at risk.

Creating a multi-faceted defense against these threats is crucial. Our deep experience serving large, global corporations, together with key strategic alliances and unparalleled customer service, make us the ideal choice for your corporation when it comes to online brand protection.

More than half of the Fortune 100 companies trust MarkMonitor to protect their brands online.

MarkMonitor®

See what we can do for you.

+44 (0) 20 7840 1300

www.markmonitor.com

© 2009 MarkMonitor Inc. All rights reserved. MarkMonitor® is a registered trademark of MarkMonitor Inc. All other trademarks included herein are the property of their respective owners.

> Cybercontrefaçon

Pas de filtrage efficace sans partage d'informations

« L'élimination des vendeurs de contrefaçon sur les sites de e-commerce suppose la gestion coopérative d'une liste noire »

Les sites de vente entre internautes et d'enchères ne voient pas les produits mis en vente. La seule façon d'éliminer les contrefaçons est par conséquent d'analyser *a priori* les offres et les comportements suspects des vendeurs. C'est ainsi que Priceminister (PM) consacre des moyens humains et techniques importants à cette traque dont le coût est estimé à plus d'un million d'euros par an. PM a développé en interne une expertise et une base de connaissances qui constituent un puissant outil de filtrage évolutif pour contrôler et garantir les 120 millions de produits mis en vente en permanence.

98 % des contrefaçons seraient ainsi détectées avant leur mise en ligne. Pour les 2 % restants, qui passent à travers les mailles du filet, le client bénéficie d'une garantie de remboursement. Tandis que le vendeur n'est pas payé et son compte est bloqué. Priceminister joue le rôle de tiers de confiance.

Seul inconvénient, l'action de PM ne supprime pas la contrefaçon, elle ne fait que la déplacer. Car les vendeurs de faux changent rapidement de pseudonyme ou migrent sur d'autres sites moins regardants.

Pour gagner en efficacité, il faudrait donc que le système

de filtrage soit partagé entre tous les sites de ventes. Pierre Kosciusko-Morizet, se déclare favorable à une mutualisation des coûts. Néanmoins l'idée de partager de l'information avec des sites concurrents est encore très embryonnaire. Elle se heurterait notamment aux limites fixées par la CNIL sur la protection des données personnelles (adresse IP et coordonnées bancaires notamment).

Rappelons, qu'Alexandre Menais, le directeur juridique d'eBay Europe, avait proposé, l'année dernière, de réfléchir à une mutualisation du filtrage, mais sans être entendu...

Cette approche concerne aussi les services de paiement qui commencent à utiliser des systèmes de détection de fraudes. C'est ainsi que SAS, leader de l'informatique décisionnelle, a développé pour la banque HSBC, un puissant système qui contrôle en temps réel l'ensemble des transactions de ses cartes bancaires. Dans le prolongement de cette expertise, SAS souhaite créer un consortium d'institutions financières afin de partager la connaissance dans le domaine de la fraude et de développer de nouvelles applications pouvant y répondre. (voir ci-dessous) <



Directeur de la publication - rédacteur en chef :
Philippe Collier
Courriel : collier@filactu.com
Tél. : +33 (0)6 80 83 25 17
Conception graphique :
Valérie Eudier
Société éditrice : Filactu
SARL au capital
de 7 500 euros
28, boulevard Voltaire
75011 Paris
RCS : Paris B 482 815 917
Commission paritaire : en cours
ISSN : 1777-1900
Impression : @print

www.contrefacon-riposte.com

© Filactu, reproduction et rediffusion interdites

> Expérimentation

HSBC lutte en temps réel contre la fraude à la carte de crédit

SAS Fraud Management permet à HSBC de détecter les transactions frauduleuses plus rapidement et avec une plus grande précision. La solution examine les transactions carte par carte ainsi que d'éventuelles modifications de comportement des clients et donne, en temps réel, la décision d'exécuter l'opération ou de demander des précisions quant à l'authentification du client. Dès les premiers mois, il en a résulté : une diminution de 30 % du coût de traitement des transactions potentiellement frauduleuses ; une croissance de 10 % de l'efficacité des agents gérant les cas potentiellement frauduleux avec ce système, en comparaison avec l'ancien sys-

tème de gestion développé en interne.

Actuellement déployée aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Asie, cette solution permettra à terme à HSBC de protéger les transactions de plus de 100 millions de porteurs de cartes de crédit dans plus de 30 pays. Avec une perte annuelle mondiale estimée à 5 milliards de dollars, la prévention et la détection de fraude à la carte bancaire sont des enjeux de plus en plus importants pour les établissements financiers.

Une démarche qui peut aussi s'appliquer au e-commerce. <

Bulletin d'abonnement

La lettre des acteurs et des technologies de la lutte anti-contrefaçon



> FILACTU
28, bd Voltaire
75011 PARIS
Tél. : 06 80 83 25 17
abonnement@filactu.com
www.contrefacon-riposte.com

OFFRE SPÉCIALE : ASSISES DE LA TRACABILITÉ 2009

10 % de réduction

Je m'abonne à la lettre Contrefaçon Riposte (10 n°/an)

au prix de : 450 € HT au lieu de 500, soit 538,20 € TTC (TVA 19,6 %)

(numéros au format Pdf, livrés par mail)

Société : _____

Nom : _____ Prénom : _____

Adresse : _____

Code postal : _____ Ville : _____

Tél. : _____ E-mail : _____

Merci de joindre votre règlement à l'ordre de Filactu.

Une facture vous sera adressée.