

# contrefaçon

> PRÉVENTION > STRATÉGIES > RÉSULTATS

## riposte

### Sommaire

> **Actualité France & internationale** 2-3

Projet de loi anti-contrefaçon français : Après discussions et bons espoirs

Les dernières saisies de la douane

Les éditeurs britanniques vont attaquer Ebay

Ventes aux enchères : Quelle protection pour les consommateurs ?

Europe : Accord sur la répartition de la « contribution » Philip Morris

> **Spécial Internet**

Dans la jungle du faux 4

L'exemple de la Fédération horlogère suisse 6

La grande exaspération des grandes marques 8

Le point de vue d'Ebay 10

Fin de l'immunité pour les « opérateurs techniques » ? 12

Les autorités de contrôle face à la cybercriminalité 14

**Annonces**

Thomson 5  
Insiders 9  
MarkMonitor 11  
BSA 15

POUR ADRESSER VOS INFORMATIONS OU CONTACTER LA RÉDACTION :  
redaction@filactu.com  
Tél. : 06 80 83 25 17

> **Éditorial** Par Philippe Collier / Rédacteur en chef

## Négociations de titans

Accusée de favoriser la distribution d'objets contrefaisants et autres logiciels piratés, Ebay, première plate-forme mondiale de vente aux enchères de particulier à particulier, va devoir répondre devant la justice des pratiques douteuses de certains de ses utilisateurs et de sa désinvolture à l'égard des titulaires de droits de propriété intellectuelle.

Ces accusations ne datent pas d'hier. Mais jusqu'à présent, la société a fait la sourde oreille, arguant de son statut d'« hébergeur » et de « prestataire technique » pour se disculper – et les tribunaux lui ont généralement donné raison. Certes, elle condamne officiellement la contrefaçon, mais en refusant de procéder à tout filtrage *a priori* des annonces enregistrées ; certes, elle met à la disposition des ayants droit un outil dénommé Verified Rights Owners (VeRO) censé dénoncer ces annonces, mais les titulaires, submergés, n'arrivent plus à faire le ménage. Au demeurant, le fait que les différents sites d'Ebay sont envahis par des contrefaçons de toutes sortes est un secret de Polichinelle.

### > Crédibilité

Aujourd'hui, l'exaspération des grandes marques est à son comble. Au mois de septembre dernier, le groupe Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH), numéro un mondial du luxe (14 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2005), a déposé une plainte contre Ebay. D'ici à la fin de l'année, des actions d'autres grandes marques sont attendues, on parle notamment d'un équipementier du sport. L'entreprise américaine créée en 1995, à l'essor fulgurant, aux 200 millions de membres, aux 4,55 milliards de dollars de chiffre d'affaires pour 2005 et forte d'une présence dans une trentaine de pays est confrontée à une mobilisation dont elle va devoir tenir compte.

Selon Marc-Antoine Jamet, président de l'Union des fabricants (Unifab) et secrétaire général du groupe LVMH, « en cinq ans, le nombre d'objets contrefaisants proposés par Ebay a été multiplié par vingt-cinq. Et il ne s'agit pas de quelques cas isolés émanant de particuliers indéclicats, mais de véritables filières organisées qui commercialisent des faux produits par containers entiers ». C'est pourquoi, après plusieurs années de tractations infructueuses, deux des marques les plus prestigieuses de LVMH, Dior Coutures et Louis Vuitton, ont assigné Ebay Inc. et sa filiale suisse devant le tribunal de commerce de Paris pour recel. Elles réclament respective-



D.R.

ment 17 et 20 millions d'euros de dommages et intérêts pour des préjudices causés entre 2001 et 2005.

Dans ce combat de titans très médiatisé, le groupe LVMH a déjà réussi une formidable opération de communication. La question est maintenant de savoir si la méthode forte se révélera payante et si les procédures engagées iront jusqu'au bout. On remarquera que les marques de luxe se sont bien gardées d'attaquer au pénal, ce qui laisse la porte largement ouverte à la négociation.

Déjà, Ebay a mis de l'eau dans son vin : dès le 12 septembre dernier, Mickael Jacobson, vice-président d'Ebay en charge des questions juridiques, proposait à l'Unifab d'organiser une réunion pour discuter d'une éventuelle coopération avec les 400 entreprises membres de l'Union.

De son côté, Microsoft a annoncé, ce 31 octobre, le lancement de plus de 50 actions en justice dans le monde (dont cinq en France) contre des particuliers et des professionnels contrefaçonateurs qui commercialisent des logiciels piratés *via* des sites de vente aux enchères. Microsoft déclare avoir identifié en un an plus de 50 000 enchères frauduleuses concernant ses logiciels sur Ebay. Mais contrairement à LVMH, le numéro un mondial du logiciel n'attaque pas directement Ebay, mais privilégie la voie de la coopération.

Dans tous les cas, il semble bien qu'Ebay ait senti le vent du boulet, car plusieurs indices portent à croire que la plate-forme prépare activement la mise en place de solutions techniques qui lui permettront de filtrer à la source les annonces litigieuses. Il en va de sa crédibilité commerciale. <

## > Nomination Antoine Boris nouveau responsable anti-contrefaçon de Microsoft France

Il aura pour objectif de coordonner l'ensemble des activités de lutte contre la piraterie et assurera l'interface entre la filiale française, Microsoft Europe et la Corporation. Il représentera aussi Microsoft France auprès de la Business Software Alliance et du Comité national anti-contrefaçon.

## > Chiffres Le commerce entre particuliers (CtoC) explose

Selon une étude Médiamétrie/Netratings publiée en mai 2006 pour le compte de la Fédération des entreprises de vente à distance (Fevad), 48 % des internautes français ont utilisé des plates-formes de mise en relation, soit près de 13 millions de Français, contre 39,4 % en 2005. La fréquentation des plates-formes de ventes aux enchères a augmenté de 22 % en un an, contre 55 % l'année précédente. Les principaux produits proposés sont les produits culturels (23 %, + 5 points par rapport à 2005), les produits techniques (20 %, + 6,2 points), l'habillement (13 %, + 5,2 points). Cette année, le chiffre d'affaires global du commerce électronique en France devrait franchir la barre des 10 milliards d'euros ; à l'horizon 2008, celle des 20 milliards.

## > Site Pour tout savoir des fraudeurs sur Ebay

Ce site français exclusivement consacré aux « arnaques » sur Ebay déclare ne pas avoir été créé « pour nuire à Ebay. Au contraire, nous sommes dégoûtés de voir tous ces fraudeurs et faussaires qui s'enrichissent sur le dos des utilisateurs ». Toutefois, les responsables du site ne comprennent pas l'attitude d'Ebay vis-à-vis des membres qui dénoncent les vendeurs peu scrupuleux. « Ebay les censure systématiquement, de même ceux qui ont osé parler de notre site. »

[www.arnaques-encheres.com](http://www.arnaques-encheres.com)

## > Projet de loi

# Après discussions et bons espoirs

Plus de deux ans après son annonce, le projet de loi anti-contrefaçon français n'a toujours pas été déposé (voir nos n<sup>os</sup> 2, 6 et 13). Contrairement à ce qui avait été prévu, puisqu'il devait parvenir en juin dernier au Conseil des ministres. Jean-François Copé nous a certes déclaré, le 10 octobre, avoir « toujours de bons espoirs de faire aboutir ce projet avant l'élection présidentielle ». Mais cette échéance semble peu probable, compte tenu de la charge du Conseil d'État et du planning législatif de l'Assemblée nationale. Rappelons que, à l'origine, ce projet de loi comporte deux textes distincts : le premier concerne la transposition du nou-



D.R.

veau règlement douanier communautaire, de juillet 2004. Celui-ci doit notamment élargir les compétences de la douane en matière de lutte anti-contrefaçon à tous les types de droits de propriété intellectuelle, avec une capacité d'intervention sur l'ensemble du territoire et non plus seulement aux frontières. Ce texte ne poserait pas de problème technique

particulier ; seulement, dans la mesure où il risque d'alourdir la tâche des douaniers dans un contexte social tendu, sa mise en œuvre ne serait pas prioritaire pour le gouvernement. Le second texte concerne la transposition de la directive européenne du 29 avril 2004 (2004/48/CE), relative au respect des droits de propriété intellectuelle.

Les entreprises l'attendent avec impatience – il devait être prêt avant le 29 avril 2006... –, car il prévoit une meilleure évaluation des dommages et intérêts (voir notre n<sup>o</sup> 13). Ce texte a fait l'objet d'après discussions entre les ministères de l'Industrie, de la Culture et de la Justice. Les derniers débats entre l'Industrie et la Justice concerneraient la levée du secret bancaire dans les enquêtes visant les contrefacteurs. Enfin, il n'est pas exclu que la Justice demande par ailleurs des moyens supplémentaires pour appliquer correctement les nouvelles dispositions de ce projet de loi.

## > Livres piratés

# Les éditeurs britanniques vont attaquer Ebay

La Publisher Association britannique a annoncé, à l'occasion de la Foire du livre de Francfort, qu'elle allait lancer une action contre Ebay en tant que « vecteur de commercialisation de livres contrefaisants ». Selon la Publisher Association, la contrefaçon de livres imprimés ou numérisés (au format PDF notamment) met en danger l'activité des éditeurs. Un phénomène qui touche à la fois les bestsellers – un tiers des exemplaires du dernier volume de *Harry Potter* en circulation dans le monde seraient piratés –, mais aussi les livres universitaires ou d'information professionnelle anglophones, dont

les prix sont élevés. Il existerait en Inde une dizaine de sites de commerce en ligne qui livrent en vingt-quatre à quarante-huit heures, n'importe où dans le monde, un vaste catalogue de livres piratés, dont le prix moyen est de 100 dollars. En Chine, quarante universités seraient dotées très officiellement de « textbook centers », qui reproduisent illicitement des livres spécialisés étrangers. Les pays développés ne sont pas épargnés, car les étudiants adeptes du *peer to peer* échangent aussi bien de la musique et des films que des livres économiques, marketing ou médicaux numérisés.

## > Douane

# Dernières saisies

**10 octobre, Villeneuve-le-Roi.** Destruction de 9 tonnes de cigarettes Marlboro, en présence de Jean-François Copé, ministre du Budget, et de représentants de Philip Morris. Ce lot faisait partie des 37 tonnes de cigarettes de contrebande (1,8 million de paquets), d'une valeur de 9 millions d'euros, saisies au Havre en avril 2005. A cette occasion, le ministre a annoncé la saisie de 526 836 articles de contrefaçon et de 30 tonnes de tabac dans toute la France en juillet et août 2006.

**20 septembre, Haute-Savoie.** 8 660 paires de chaussures contrefaisantes de la marque Nike ont été découvertes dans un camion porte-conteneur venant de Belgique et en route vers l'Italie. Valeur estimée de la prise : 1 479 000 euros.

**Septembre, Roissy.** Saisie de 1 612 boîtes de faux cigares cubains affichant de grandes marques, en provenance de Panama et à destination de Hong Kong. C'est la quatrième saisie de cigares de contrefaçon depuis le mois de mai, portant les prises à 35 390 pièces d'une valeur estimée à 365 000 euros.

**Septembre, Paris.** Saisies en cascade de 16 217 jouets, de 825 montres, lunettes et sacs, et de 2 784 cachets de Viagra, d'une valeur totale estimée à 2 244 263 euros. Ces produits originaires de Chine ont été interceptés dans un entrepôt du III<sup>e</sup> arrondissement, qui alimentait divers commerces de la capitale.

**1<sup>er</sup> septembre, Marseille.** Saisie de 65 688 bocaux de « salades Méchouia » contrefaisant la marque tunisienne Riad, d'une contre-valeur sur le marché de 240 720 euros. C'est la première saisie de contrefaçon de produits alimentaires réalisée en France.

> Ventes aux enchères

## Quelle protection pour les consommateurs ?

**Alors que les ventes** de particulier à particulier connaissent un développement spectaculaire sur Internet, le consommateur doit être conscient des risques qu'il prend. En effet, pour les ventes aux enchères, les règles du droit de la vente à distance ne s'appliquent pas, car le Code de la consommation a été conçu pour protéger les consommateurs face aux seuls professionnels. Il ne concerne donc pas les vendeurs particuliers qui n'exercent une activité de vente à distance qu'à titre occasionnel. Ces transactions relèvent du droit commun. Les ventes de contrefaçons par des trafiquants qui se font passer pour des particuliers posent donc la question de la nécessité du renforcement de la protection des acheteurs.

Entre juin 2004 et novembre 2005, le Forum des droits de l'Internet s'est interrogé sur la question sans y apporter de réponse. En particulier, le groupe de travail n'a pas pris en compte les transactions transnationales, qui sont pourtant potentiellement les plus dangereuses en matière de contrefaçon pour les consommateurs particuliers. Quant à la responsabilité des plates-formes de mise en relation, le Forum de l'Internet s'en est tenu aux dispositions peu contraignantes de la loi pour la confiance dans l'économie numérique du 21 juin 2004. Les commerçants en ligne professionnels réunis au sein de la Fédération des entreprises de vente à distance (Fevad) ou de l'Association pour le commerce et les services en ligne (Acse) se montrent eux aussi peu sensibles à la problématique des ventes de contrefaçons sur Internet, même si cette activité discrédite l'ensemble des acteurs. Les cybercommerçants tendent même à ignorer le phénomène et ne partagent en rien le souci de protection des droits de propriété intellectuelle des industriels. En revanche, ils considèrent que les particuliers qui pratiquent régulièrement la vente sur Internet leur font une concurrence déloyale. Il est vrai que les vendeurs particuliers ne sont pas soumis aux mêmes obligations juridiques, fiscales, sociales et déclaratives (déclaration de la TVA, interdiction de revendre à perte, obligation de proposer au client un droit de rétractation). C'est pourquoi la Fevad et Renaud Dutreil, le ministre du Commerce, ont signé le 8 juin dernier la charte de confiance des plates-formes de vente entre internautes. Une démarche positive qui, en faisant la distinction entre particuliers et professionnels, devrait permettre d'isoler les vendeurs récurrents de contrefaçons et, par conséquent, d'en faciliter le repérage. Rappelons que, selon une étude réalisée par Ebay France, 15 000 «-particuliers-» vivaient en France des ventes réalisées sur la plate-forme.

Les titulaires de droits attendent aussi avec impatience l'annonce du plan national de lutte contre la contrefaçon sur Internet (voir notre n° 12) que doit annoncer le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie suite au rapport Sirinelli/London/Berbinou remis en avril 2006.

> Coopération européenne

## Accord sur la répartition de la «-contribution-» Philip Morris

**Afin d'arrêter** les poursuites de l'Office de lutte anti-fraude, Philip Morris International avait, en 2004, accepté de payer 1,25 milliard de dollars sur douze ans pour contribuer à la lutte contre la contrebande et la contrefaçon de cigarettes au sein de la Communauté européenne (voir notre n° 4). La Commission et dix États membres viennent enfin de s'entendre sur la répartition de cette manne, finalement réduite à 1 milliard de dollars. Les versements déjà effectués depuis 2004

(325 millions de dollars) et ceux prévus jusqu'en 2016 sont compris dans cette somme. Ce bel exemple de coopération public-privé devrait faire école auprès d'autres fabricants de cigarettes, sur la même base. La Commission a aussi proposé d'augmenter de 44 millions d'euros l'enveloppe financière du programme Hercule sur la période 2007-2013, ce qui permettrait de financer des actions de formation et des achats d'équipements en vue de combattre la contrebande de cigarettes.

### Détail de la répartition des fonds :

|                       |         |        |
|-----------------------|---------|--------|
| Communauté européenne | 9,70%   |        |
| 10 États membres      | 90,30%  |        |
| Italie                |         | 28,63% |
| Allemagne             |         | 24,62% |
| France                |         | 11,69% |
| Espagne               |         | 10,19% |
| Grèce                 |         | 6,35%  |
| Belgique              |         | 6,02%  |
| Portugal              |         | 4,48%  |
| Pays-Bas              |         | 4,17%  |
| Finlande              |         | 2,63%  |
| Luxembourg            |         | 1,22%  |
| TOTAL                 | 100,00% |        |

> Logiciels

## BSA a fait supprimer plus de 76 000 enchères pirates

**La Business Software Alliance (BSA)**, qui regroupe les grands éditeurs mondiaux de logiciels, dispose d'une équipe de six personnes qui surveillent les ventes de logiciels sur Internet. Selon Eric Beaurepaire, porte-parole de BSA en France, « il est très difficile d'obtenir la fermeture de ces sites pirates, car ils déplacent rapidement leur hébergement et les adresses IP associées. Toutefois, sur les douze derniers mois, BSA et ses membres ont participé

à la suppression de plus de 76 000 enchères (dont 50 000 pour Microsoft), en majorité sur le site Ebay. Notre principal problème est que bon nombre de ces annonces sont postées le week-end, avec des délais d'enchères très courts. Même si Ebay supprime rapidement les enchères délictueuses, nous souhaiterions qu'il mette en place un système de surveillance en sorte que les enchères suspectes ne puissent pas être mises en ligne sans contrôle ».

> OMD  
Séminaire au Sénégal sur l'Afrique, première victime de la contrefaçon

Après la réunion spéciale de son Groupe d'action de lutte contre la contrefaçon et la piraterie, à Bruxelles, les 2 et 3 novembre dernier, l'Organisation mondiale des douanes se mobilise pour l'Afrique, première victime de la contrefaçon, en organisant un séminaire à Dakar, du 8 au 10 novembre, en association avec Interpol, l'Organisation mondiale de la santé, l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle et l'Administration des douanes sénégalaise.

> Europe  
L'UE va renforcer sa politique anti-contrefaçon

Le document «-Une Europe compétitive dans une économie mondialisée-», présenté par la Commission européenne le 4 octobre, annonce que, dans le cadre de sa stratégie globale de protection des droits de propriété intellectuelle, l'Union va adopter des mesures anti-contrefaçon beaucoup plus fermes et mettre en œuvre un nouveau type de coopération, en particulier avec la Chine, la Russie, l'Ukraine, le Chili, la Turquie, les pays membres de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (Anase), les pays signataires du Mercosur et, enfin, la Corée. Les premières mesures seront annoncées par le commissaire à la Fiscalité et à l'Union douanière, László Kovács, qui présentera, ce 9 novembre, les progrès réalisés dans le cadre du plan d'action sur la lutte contre la contrefaçon et la piraterie, adopté en octobre 2005. Il devrait aussi présenter les statistiques globales des saisies de contrefaçons effectuées par les douanes dans l'Europe des Vingt-Cinq, en 2005. <http://ec.europa.eu/>

# Dans la jungle du faux

Internet est le réseau de distribution favori des contrefacteurs. Tous les secteurs sont touchés, des produits de luxe aux pièces de rechange pour automobiles. Le plus dangereux pour le consommateur est le trafic de faux médicaments. **Méfiance.**

En l'espace de quelques années, Internet est devenu le plus grand magasin et le premier vide-grenier du monde. L'envers de la médaille : on y trouve toutes sortes de produits illicites et contrefaisants, dont certains présentent un réel danger pour le consommateur.

Selon le Bascap (Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy), de la Chambre de commerce internationale, Internet a représenté 14 % des activités de contrefaçon recensées au premier semestre 2006. Soit tout de même une estimation de quelque 70 milliards de dollars par an !

Lutter contre les « moutons noirs » du commerce électronique n'est pas facile, car tout un chacun peut vendre n'importe quoi tout en dissimulant son identité dans les dédales du réseau des réseaux.

### > Manque de contrôle

La méfiance est de rigueur, car des milliers de sites qui attirent le chaland par les noms de grandes marques ne proposent en réalité que de vulgaires copies. Les détournements de notoriété et la concurrence déloyale affectent aussi bien le commerce classique, ou BtoC (*business to consumer*) ; le commerce interentreprises, ou BtoB (*business to business*) ; et le commerce de particulier à particulier, ou CtoC (*consumer to consumer*), qui est de loin le plus touché. Selon la société MarkMonitor, spécialiste des solutions techniques de protection des marques sur Internet, 95 % des bijoux Tiffany proposés sur Ebay sont des faux, 70 à 90 % des logiciels Adobe référencés sur les sites de ventes aux enchères sont piratés et 40 % des produits Adidas vendus sur le site britannique d'Ebay sont des contrefaçons.

Tous les produits et tous les secteurs sont concernés, accessoires de luxe, biens culturels, pièces de rechange, boissons... Mais l'activité de fraude en ligne la plus scandaleuse est certainement la distribution de faux produits de santé. Un problème extrêmement préoccupant,

qui concerne en priorité les pays les plus pauvres, mais aussi les pays développés, en particulier ceux dont le commerce des médicaments est dérégulé ou dans lesquels se développent des marchés parallèles de contrebande. Selon le député européen Thierry Cornillet, qui vient de faire adopter par le Parlement européen de Strasbourg, le 7 septembre dernier, une résolution appelant à la signature d'une convention internationale de lutte contre la contrefaçon des médicaments, il existe plusieurs facteurs favorisant l'apparition des médicaments contrefaits : « *L'absence de législations spécifiques, tant internationales que nationales, une extrême porosité des frontières, la prolifération de systèmes de distribution modernes, tels Internet, l'absence ou la quasi-absence d'autorités de régulation et de contrôle de la qualité des produits, des systèmes de distribution archaïques et incontrôlés...* »

### > États-Unis : pharmacies illégales en ligne

En septembre 2005, la Drug Enforcement Administration, le service de police fédéral américain chargé de la mise en application de la loi sur les stupéfiants et de la lutte contre leur trafic, a procédé à la fermeture de 4 600 pharmacies illégales sur Internet. Dans ce pays, 8 % des 150 millions d'achats de médicaments sur prescription seraient effectués en ligne, auprès de pharmacies généralement légales qui offrent des prix attractifs et une grande confidentialité. Les sites illégaux serviraient surtout aux achats sans ordonnance – ici, les clients accepteraient de payer jusqu'à dix fois le prix officiel... Une étude conduite par le General Accounting Office, l'équivalent américain de la Cour des comptes, a montré que, en 2004, 4 médicaments sur 21 commandés *via* le Web hors des États-Unis ou du Canada étaient des faux.

Fin août 2006, la Food and Drug Administration (l'administration en charge des denrées alimentaires et des médicaments) a lancé une alerte sur une

dizaine de sites canadiens de vente de médicaments (dont rxnorth.com, canadiandrugstore.com et rxbyfax.com) qui convergeaient tous vers une pharmacie du Manitoba. Les analyses effectuées ont révélé qu'on y vendait des contrefaçons des anticholestérols Lipitor et Crestor, de l'analgésique Celebrex, du médicament contre la tension artérielle Diovan, du produit contre la calvitie Propecia et de cinq autres médicaments sur ordonnance.

### > Trafics européens

En France, où la commercialisation de médicaments sur Internet est interdite, le système de prise en charge par la Sécurité sociale protège en principe le consommateur – un cas d'acquisition de fausses lentilles Johnson & Johnson a cependant été constaté en 2004. Le système n'est décidément pas sans faille : 50 % des produits médicamenteux achetés en France sur des sites Internet étrangers seraient des faux, selon l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé, qui recommande aux consommateurs de ne pas acheter sur Internet, en particulier jamais des produits de santé ou de confort destinés aux sportifs ou encore les fameux Viagra (Pfizer) ou Cialis (Bayer), dont les fausses versions sont légion. À titre indicatif, fin 2004, la société LegitiName avait recensé 5 725 noms de domaine incluant l'élément « viagra », pourtant marque protégée.

L'Europe, notamment l'Europe de l'Est, ne serait pas épargnée par le développement de marchés gris qui exploitent les différences de prix des médicaments d'un pays à l'autre ; les produits sont exportés des pays « à bas prix », reconditionnés puis revendus dans les pays « à prix élevés ». Un trafic de « vrais » qui faciliterait également l'introduction de faux médicaments. En 2004 – ce sont les derniers chiffres disponibles –, les douanes des Vingt-Cinq ont intercepté plus de 800 000 contrefaçons de produits médicamenteux. <

Ph. C.

Vos créations sont **exposées...**

nos **technologies**  
les protègent



**THOMSON - leader mondial des technologies de l'image.** Nos innovations en matière de **protections anti-contrefaçon, de tatouage numérique et d'identification sécurisée** préservent vos créations, vos documents, vos produits et vos marques contre les copies illicites. Des oeuvres cinématographiques aux documents sensibles, nos technologies numériques contribuent au respect de la propriété intellectuelle.

<http://contantssecurity.thomson.net>

**THOMSON**  
images & beyond

> Cas de figure

# L'exemple de la Fédération de l'industrie horlogère suisse

Face à la montée de la distribution de contrefaçons sur Internet, la Fédération de l'industrie horlogère suisse a créé en 2004 une cellule spécialement dédiée à la lutte contre ce phénomène. Tandis que les services « classiques » continuent de traquer les contrefacteurs sur place, la cellule s'attache à faire diminuer leur visibilité sur le Net. **Car sans offre, pas de demande.**

Le marché de la contrefaçon a crû de manière exponentielle ces dernières années, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) estime que ses parts atteignent aujourd'hui entre 7 et 10 % du commerce mondial. Il est très difficile de quantifier exactement le volume des transactions frauduleuses sur le média « mouvant » qu'est Internet, mais force est de constater leur hausse constante. Si les méthodes et les lieux de production ne diffèrent pas de ceux de la contrefaçon classique, Internet a bouleversé les canaux traditionnels de distribution. En effet, désormais, les produits contrefaits s'offrent à n'importe qui, n'importe quand et jusqu'au domicile, sur l'ordinateur familial, *via* le « plus grand magasin du monde » et le plus large réseau de distribution imaginable.

Plusieurs facteurs expliquent la hausse de la contrefaçon, en particulier horlogère, sur le Net. D'abord, le faible coût d'entrée sur le marché : acheter un nom de domaine, créer un site et l'activer, se donner de la visibilité par un bon référencement – quelques clics de souris et un investissement négligeable ! Car très souvent, ces sites ne font que revendre des produits provenant de plus loin en amont dans la chaîne de distribution. Le risque pris par les contrefacteurs est lui aussi très faible, en raison du fréquent défaut d'informations au sujet des éditeurs de site (données de l'annuaire des titulaires des noms de domaine Whois fausses, anonymisées ou fantaisistes ; noms de domaine payés avec des numéros de carte de crédit volés ou falsifiés). Enfin, le fait que l'importation « capillaire » (achats individuels des consommateurs) passe plus facilement au travers des mailles du filet des douanes – contrairement aux importations en grandes quantités – contribue à faciliter le trafic ; et les pla-



«Credible watch» : annonce pour la vente d'une fausse montre Chanel sur Ebay Chine.

tes-formes de mise en relation (enchères, petites annonces) donnent une visibilité très importante aux faux et un sentiment d'impunité au consommateur.

## > Chat et souris

Les sites dédiés à la contrefaçon peuvent être classés en deux catégories : les « établis », qui peuvent être identifiés à l'aide d'investigations (coûteuses !), souvent hébergés et gérés depuis les États-Unis, et sur lesquels il faut effectuer régulièrement des achats-tests pour identifier l'expéditeur ; et les sites dispensant des vagues de spams, très volatils, dont les URL changent de jour en jour, gérés en grande partie à partir des pays de l'Europe de l'Est ou de la Chine.

Les chiffres sont révélateurs : le moteur de recherche Google donne environ 9 370 000 résultats à partir des mots clés « replica » et « watch », dont environ 41 000 contenant « replica » et « watch » dans les noms de domaine eux-mêmes. Même si une partie des résultats – annuaires ou sites miroirs, notamment – n'est pas pertinente, et qu'il est

matériellement impossible d'identifier et de cartographier l'ensemble des sites de contrefacteurs (d'autant que l'offre change de jour en jour), on peut estimer à plusieurs millions les pages proposant de la contrefaçon horlogère.

La cellule Internet de la Fédération de l'industrie horlogère suisse (FHS) adresse environ 300 mises en demeure par année aux hébergeurs, d'une part, aux titulaires de site, de l'autre. La procédure contre les hébergeurs, s'inspirant du « Notice and Take Down » du Digital Millennium Copyright Act (DMCA) américain, est la plus efficace : dès lors que l'hébergeur est

Établie à Bienne, la Fédération de l'industrie horlogère suisse (FHS) regroupe plus de 500 membres, soit plus de 90 % de l'ensemble des fabricants suisses d'horlogerie (montres, horloges, mouvements, composants, etc.). Si elle a officiellement vu le jour fin 1982, son histoire est plus que centenaire puisqu'elle est née de la fusion de la Chambre suisse de l'horlogerie, dont l'origine remonte à 1876, et de la Fédération horlogère suisse, fondée en 1924. La FHS contribue à la défense et au développement de ses membres, notamment en luttant contre la contrefaçon.

[www.fhs.ch/fr/](http://www.fhs.ch/fr/)

informé de l'existence d'un site à contenu illicite sur son serveur, il peut être tenu pour complice s'il n'entreprend aucune démarche. Toutefois, le titulaire du nom de domaine incriminé peut faire migrer son site vers un autre hébergeur en quelques heures. C'est un peu le jeu du chat et de la souris...

Il existe un Top 10 des hébergeurs et des registrars (bureaux d'enregistrement) auprès desquels les contrefacteurs concentrent leurs activités. La cellule constate depuis quelque temps déjà qu'une large majorité des contrefaçons horlogères présentes sur les plates-formes d'enchères proviennent de la Chine, et notamment de Hongkong, de Taïwan ou de Singapour. Le nombre de membres inscrits sur Ebay Chine est en constante progression ; les produits contrefaisants y sont proposés en très grande quantité (jusqu'à 30 à 40 exemplaires par modèle, dont le vendeur possède par ailleurs une « boutique » proposant des dizaines de modèles différents). C'est un véritable supermarché de la contrefaçon.

### > Manquements

La cellule fait retirer plusieurs milliers d'objets proposés aux enchères par année sur les différentes plates-formes ; pour 2006, ce nombre devrait dépasser les 8 000 articles. Ce rendement augmentera bientôt considérablement : des discussions sont actuellement menées avec Ebay en vue de développer des outils de plus en plus automatisés pour les notifications dans le cadre du programme Verified Rights Owners (VeRO), auquel la cellule a adhéré afin de faciliter le retrait des enchères.

Le problème majeur pour le titulaire de droits de propriété intellectuelle réside dans des manquements criants dans la gouvernance d'Internet. En effet, comme mentionné plus haut, il est non seulement très facile et bon marché d'enregistrer un nom de domaine, de créer un site et de le mettre en ligne ; mais aucune contrainte d'identification n'est imposée par les acteurs du Net (registrars, hébergeurs, serveurs de noms de domaine, moteurs de recherche, etc.) aux personnes recourant à leurs services. Le rôle de ces acteurs est donc déterminant.

En premier lieu, les données relatives aux titulaires de noms de domaine sont très fréquemment erronées, voire anonymisées par le registrar lui-même, qui se contente souvent d'un numéro de



Un site spécialisé dans la contrefaçon horlogère.

carte de crédit et qui est ainsi rarement en mesure de fournir des informations plus précises. Par ailleurs, si un nom de domaine ne contient pas de violation directe des droits attachés à une marque, le titulaire de celle-ci ne peut rien tenter contre ce nom, même si c'est celui d'un site proposant des contrefaçons. Enfin, les contrefacteurs utilisent volontiers les fonctions de *bulk registration*, qui permettent d'enregistrer jusqu'à 50 noms de domaine simultanément, en un seul clic, avec à la clé des rabais de quantité sur les frais d'enregistrement annuels...

Dans leurs conditions générales, les registrars se réservent certes parfois le droit de suspendre ou de bloquer un nom de domaine en cas d'usage illicite. Lorsqu'elle constate un tel cas, la cellule de la FHS leur adresse une mise en demeure particulière exigeant la suspension, ce qui requiert des recherches et des ressources considérables. Mais de leur côté, les législations nationales et internationales doivent impérativement et urgemment renforcer la responsabilité des hébergeurs et autres fournisseurs de services, qui trop souvent ne réagissent ni peu ni prou à une mise en demeure. Leur responsabilité devrait être automatiquement engagée dès lors qu'ils n'entreprendraient aucune démarche une fois un site dénoncé.

### > « Réintermédiation »

Alors que le Net a permis une relation directe entre le producteur et le consommateur en supprimant les intermédiaires classiques, notamment les distributeurs, nous assistons à une « réintermédiation »

dans le contexte de la contrefaçon : faute de pouvoir poursuivre les véritables responsables de la distribution des produits contrefaisants, les titulaires de droits s'attaquent à ceux qui rendent cette distribution possible, en considérant que leur rôle va au-delà de celui de simple intermédiaire technique ou passif.

C'est ainsi que certaines grandes marques de luxe françaises ont récemment obtenu une condamnation du moteur de recherche Google pour les fameux « liens sponsorisés » (voir page 12, *ndlr*) et s'attaquent désormais au géant Ebay. La FHS entend obtenir de la société Ebay qu'elle procède à un véritable contrôle technique préventif en vue d'empêcher la vente de contrefaçons manifestes, par la mise en œuvre de moyens techniques simples et d'un coût modéré en comparaison de celui qu'entraîne la fraude.

La cellule travaille également à la sensibilisation des consommateurs, auxquels il s'agit de faire prendre conscience des méfaits économiques et sociaux engendrés par le marché de la contrefaçon (risques pour la santé ou la sécurité de l'acheteur, mépris du droit dans les pays producteurs – travail des enfants, absence de toute protection sociale –, voire soutien à des organisations mafieuses, etc.).

Face à l'ampleur de la tâche, la coopération la plus étroite est nécessaire entre les titulaires de droits, les différents acteurs de l'Internet et les autorités politiques, judiciaires, administratives et douanières. <

**Carole Aubert,**  
Chef de la cellule Internet  
Fédération de l'industrie horlogère suisse

# La grande exaspération des grandes marques

Face à la prolifération des ventes de faux produits griffés sur les sites d'enchères, et face à l'attitude des sites jugée complaisante, le secteur du luxe a décidé de réagir. **Vivement.**

Les marques victimes de contrefaçons sur Ebay étiment toutes que, jusqu'à présent, les responsables du site ont cherché à ignorer l'importance du phénomène. Une entreprise témoigne même que devant la présentation d'objets contrefaisants achetés sur le site, en 2005, des juristes de la firme continuaient de nier l'évidence et d'affirmer avec une certaine arrogance « *qu'ils avaient de bons avocats et que, dans tous les cas, Ebay ne risquait rien en tant que plate-forme d'échange* ».

Pour les entreprises, il ne fait aucun doute qu'à travers sa politique d'information et son outil Verified Rights Owners (VeRO), qui permet aux titulaires de droits référencés de faire annuler les annonces illicites (*voir encadré*), Ebay cherche à se donner bonne conscience plutôt que de véritables moyens d'éradiquer les ventes de contrefaçons. Tout en encaissant les frais d'insertion des annonces et les commissions payées pour les transactions illicites, le site aurait jusqu'à présent traîné des pieds au lieu d'agir avec diligence.

## VeRO critiqué

> Le programme des titulaires de droits approuvés – Verified Rights Owners (VeRO) – consiste en la possibilité de faire parvenir à Ebay une notification pour signaler des atteintes aux droits de propriété intellectuelle. L'outil est souvent critiqué. L'un des sujets d'insatisfaction des entreprises est qu'Ebay a publié, en août 2005, une liste beaucoup plus restrictive qu'auparavant des motifs qui permettent de faire retirer des annonces susceptibles de faire l'objet d'une notification VeRO. Par exemple, une annonce qui « propose un objet en violation d'un réseau de distribution » ne peut plus être facilement incriminée. Or la plupart des marques de luxe disposent de réseaux de distribution sélectifs. Et l'on a du mal à imaginer qu'un particulier vend des cosmétiques ou des parfums d'occasion...

Pour en avoir le cœur net, *Contrefaçon Riposte* a demandé à Ebay de bien vouloir indiquer l'évolution du nombre d'annonces retirées ces dernières années. On nous a répondu que ces informations étaient confidentielles.

Ebay utilise une *black list* de mots clés pour détecter immédiatement les annonces de produits interdits à la vente. Une entreprise référencée VeRO et qui souhaitait simplement vérifier et éventuellement enrichir cette liste n'a pas pu en obtenir communication.

On est bien tenté de conclure qu'Ebay ne fait rien pour filtrer les contrefaçons *a priori*. La firme se déclare d'ailleurs incompétente pour distinguer le vrai du faux, arguant que les objets mis en vente ne passent pas entre ses mains. Tout le travail est donc reporté sur les titulaires de droit, et ce travail est loin d'être négligeable compte tenu des quantités en jeu.

## > La mer à boire

En 2005, l'enseigne Lacoste constatait la présence permanente de 10 000 annonces en moyenne d'articles contrefaisant les produits de la marque sur Ebay.com, 2 500 sur le site du Royaume-Uni et 1 500 sur le site allemand. Annuler toutes ces ventes ? « *C'est comme vouloir vider la mer avec un dé à coudre* », affirme la direction juridique de Lacoste. La marque, qui dispose d'un réseau de vente sélectif, s'étonne aussi de la présence d'articles neufs en quantité, preuve de l'existence de marchés gris. « *Il faudrait filtrer les quantités, car il ne s'agit manifestement pas de particuliers mais de véritables bandes organisées. De même, les références bancaires de ces vendeurs devraient être blacklistées.* » En principe, les particuliers ne peuvent vendre que des articles d'occasion sur Ebay ; ceux qui veulent vendre des produits neufs doivent se déclarer comme marchand et ouvrir une « boutique » dans l'« espace professionnel » du site.

Même constat chez LVMH : une progression fulgurante des enchères douteuses. Pour les seuls produits affichant la marque

Louis Vuitton, 1 000 enchères par jour étaient identifiées sur l'ensemble des sites Ebay en 2001, contre 10 000 par jour en 2005. Les produits authentiques étant très minoritaires. En 2004, la marque a fait délistier 126 615 enchères de faux produits sur Ebay et 13 165 sur d'autres sites. En 2005, Louis Vuitton aurait identifié pas moins de 235 000 contrefaçons de ses produits sur 340 pages Ebay. Enfin, le groupe LVMH indique avoir repéré, toujours sur Ebay et pour le seul deuxième trimestre 2006, 300 000 annonces de produits Dior et 150 000 de sacs Vuitton, dont au moins 90 % seraient des faux.

Dernier exemple, une grande marque de parfums et de cosmétiques, qui ne souhaite pas être citée, déclare que entre 5 000 et 6 000 de « ses » produits sont en vente sur Ebay en permanence – forcément des faux, puisque l'entreprise dispose d'un réseau de vente propriétaire. Certaines annonces, faciles à identifier, portent sur des quantités importantes, mais Ebay n'entreprend rien contre ces « *power sellers* », ces « *supervendeurs* » bien connus du site et qui lui rapportent gros. Le fabricant de parfums s'étonne aussi de la présence, dans les annonces, de termes comme « *similaire à* », « *presque comme* », « *identique à* », pourtant faciles à filtrer.

## > Doléances

Les entreprises dénoncent aussi les délais de retrait des annonces qu'elles signalent, dans l'ensemble beaucoup trop longs, surtout à l'international. Le plus souvent, le temps que la demande de retrait soit transmise à tous les sites Ebay, l'enchère ou la vente est finalisée.

Jusqu'en 2005, la personne responsable de la veille sur Internet de l'entreprise de cosmétiques mentionnée plus haut annulait entre 200 et 350 annonces par semaine, « *ce qui correspondait à un véritable travail à plein temps* ». Mais devant le constat de son impuissance, elle a dû modifier sa stratégie : elle se consacre maintenant d'abord à des achats de produits contrefaisants afin

>> suite  
en page 10

# La contrefaçon en ligne : comment stopper l'hémorragie ?

Le marché du e-commerce en Europe ne représentait pas moins de 56 milliards d'euros en 2005 et ne cesse de croître.

Les contrefacteurs l'ont bien compris : Internet est LA vitrine idéale.

Les sites marchands, les plates-formes de courtage en ligne sont les nouveaux canaux de distribution pour écouler les contrefaçons de manière massive et anonyme.

## Des moyens de défense et de lutte existent :

- > protection juridique et technologique,
- > répression menée par les pouvoirs publics,
- > réparation via des actions en justice ou accord à l'amiable.

## Mais sans solution concrète, quelle est l'efficacité réelle de ces moyens ?

Pour maximiser les résultats de lutte contre la contrefaçon de ses clients, **insiders**® a mis en place une série d'actions offensives pour réduire considérablement le volume de faux en vente sur internet.

## Les trois solutions principales :

- > fermeture définitive des sites marchands dédiés à la contrefaçon,
- > procédure de déréférencement : mise en place et suivi du programme VeRO sur les sites d'eBay,
- > cyber-investigation et investigation terrain : identification des réseaux et filières, des marchés aux financements, en passant par les circuits de distribution et de production.

**Ces actions aboutissent à des résultats concrets et quantifiables.**

## Au cours de ces deux dernières années, les actions d'insiders® ont conduit à :

- > la fermeture de plus de 300 sites marchands,
- > une baisse de 50 à 80% du volume de faux en vente sur eBay après 6 mois grâce à l'application de la procédure VeRO,
- > des actions juridiques engagées contre les vendeurs et contrefacteurs.

### A PROPOS D'INSIDERS®

**insiders**® est un cabinet de conseil international en intelligence économique dont l'une des divisions est spécialisée en matière d'investigation et de lutte contre la contrefaçon. Fort de ses 5 bureaux à travers le monde : Paris, Londres, Bruxelles, Madrid et Shanghai, **insiders**® dispose également d'un réseau de chasseurs de sources dans plus de 30 pays. Ses clients appartiennent aux secteurs de l'agroalimentaire, du jouet, de la pharmacie, des biens industriels, des vêtements de sport, du luxe et de l'informatique. **insiders**® travaille en collaboration avec les pouvoirs publics et les institutions internationales.

# insiders®

information intelligence influence  
[www.insiderscorp.com](http://www.insiderscorp.com)

Contact : Nora Ourahou

Directrice commerciale insiders® 10, place Vendôme, 75001 Paris - Tél. : 33 (0)1 53 45 54 26

>> suite  
de la page 8

de constituer des preuves en vue d'actions judiciaires futures. Car il faut savoir que, avant avril 2005, il était possible d'obtenir l'adresse du vendeur sans acheter, tandis que, aujourd'hui, il faut remplir un document spécifique en plus de la notification d'annulation. Pour connaître l'adresse du vendeur, il est par conséquent désormais plus simple, et surtout plus rapide, d'acheter le produit. Achat sur lequel, bien entendu,

Ebay touche sa commission. Autre point : lors de l'annulation d'une annonce, Ebay transmet au vendeur les coordonnées de la société qui en a fait la demande – ce qui entraîne une correspondance abondante, souvent multilingue. Bref, Ebay se décharge complètement sur l'entreprise victime et fait un avoir des frais d'inscription payés par le vendeur. Ce non-remboursement peut donner lieu à

des échanges de courriers assez vifs, parfois même à des menaces. Dans tous les cas, la gestion administrative est très lourde, et les entreprises ne veulent plus l'assumer seules. Enfin, par-dessus le marché, Ebay envoie des messages de réprimande aux entreprises qui ne répondent pas rapidement aux centaines de protestations des vendeurs coupables d'infractions. Un comble! <

Ph. C.

### > Ebay en question (suite)

# Le point de vue d'Ebay

Fréquemment accusé de mauvaise foi en matière de respect de la propriété intellectuelle, le site d'enchères affirme que, bien au contraire, il ne ménage pas ses efforts pour lutter contre la fraude. **Droit de réponse.**

Officiellement, Ebay condamne la contrefaçon. Le règlement du site – qui affiche en tête de ses « valeurs » : « *Nous croyons que les gens sont foncièrement honnêtes* » – précise que les utilisateurs sont tenus de respecter des règles de mise en vente et indique une liste d'objets « interdits » (animaux, armes, fausses monnaies, médicaments, tabac...), « contestables » (alcool, denrées alimentaires, œuvres d'art, vêtements d'occasion...) ou « potentiellement contrevenant aux droits d'auteur et des marques de fabrique » (copies d'œuvres protégées, objets contrefaisants...).

Bénédicte Deleporte, directrice juridique d'Ebay France, déclarait en 2005, lors du 10<sup>e</sup> Forum européen de la propriété intellectuelle, que « *Ebay ne profite pas de la contrefaçon, nous en sommes victime* », avant de rappeler « *les efforts de pédagogie entrepris auprès des utilisateurs et la démarche active de lutte entreprise en collaboration avec les ayants droit* ». Tout en se déclarant hostile à tout filtrage des annonces en amont.

Dès 1997, la plate-forme d'enchères a mis en place le programme Verified Rights Owners (VeRO), qui permet aux titulaires de droits enregistrés de signaler sur l'honneur, à l'aide d'un formulaire, les annonces contrevenantes. Selon Ebay France, « *la majorité des notifications VeRO est traitée en quatre heures* ». Le vendeur et les enchérisseurs reçoivent un courriel indiquant le motif du retrait de l'annonce, avec les coordonnées de l'entreprise plaignante. En revanche, Ebay préserve l'anonymat de



Meg Whitman, Présidente d'Ebay depuis 1998.

ses membres ; si bien que les coordonnées du vendeur, même quand il est manifestement suspect, ne sont transmises qu'avec une grande réticence, et seulement après que le titulaire de droit en a fait formellement la demande et qu'il s'est soumis à de multiples vérifications.

La société affirme employer 2 000 personnes au sein de son département Confiance et sécurité, assurant une veille à partir de mots clés et d'outils spécifiques qui représenteraient, selon un communiqué de presse, « *des millions de dollars d'investissements* ». Et, en principe, les fraudeurs récidivistes seraient suspendus « *après deux ou trois infractions* ».

Dix mille titulaires de droits dans le monde coopéreraient ainsi avec Ebay, et plus de 20 000 agents de pouvoirs publics auraient bénéficié d'une formation à l'utilisation du site « *afin de les aider dans leurs enquêtes* ».

En outre, Ebay propose aux ayants droit d'éditer des pages personnelles pour inciter les utilisateurs à se méfier des contrefa-

çons et expliquer comment reconnaître le vrai du faux. La liste de ces « pages perso » est accessible à l'adresse : <http://pages.ebay.com/help/community/vero-aboutme.html>

Depuis le dépôt de la plainte du groupe LVMH, Ebay a renforcé sa communication anti-contrefaçon, visible dès la page d'accueil. Fait nouveau, les utilisateurs non titulaires de droits sont eux aussi invités à dénoncer les annonces suspectes. Enfin, les sommes correspondant à des transactions douteuses seraient désormais susceptibles d'être bloquées le temps que la justice se prononce. <

Ph. C.

## Ebay en chiffres

**203 millions de membres** en juin 2006, dont **78 millions** d'actifs.

**104 millions d'objets** sont proposés en permanence à la vente, dont **6,5 millions** nouveaux chaque jour.

**10 000 titulaires de droits** participent au programme VeRO.

**11 600 employés** à fin 2005, dont **6 500** aux États-Unis.

Ebay prévoit un chiffre d'affaires inférieur à **6 milliards de dollars** en 2006 et au maximum de **7,1 milliards** de dollars en 2007.

La valeur de l'action Ebay a chuté de **40 %** depuis janvier 2006.

## Protégez-vous vos marques contre la vente de contrefaçons et la distribution parallèle sur Internet?



Internet est une plate-forme sans égal pour la distribution efficace des produits et des services. Malheureusement, Internet favorise aussi la distribution des produits contrefaisants et le développement des marchés gris.

Les fabricants essaient de résoudre le problème en améliorant la traçabilité des produits grâce à un meilleur étiquetage ou en s'offrant les services de détectives pour obtenir la fermeture d'usines illégales. Traiter uniquement la variable *physique* de l'équation n'est cependant pas suffisant. En effet, un vendeur illicite cherchera toujours à atteindre ses acheteurs potentiels : Internet est le marché rêvé ! C'est pourquoi il est impératif que les fabricants s'impliquent dans la lutte contre le commerce illicite *virtuel*.

Identifier manuellement les ventes de contrefaçons sur Internet n'est pas une méthode viable. Les professionnels le savent, une telle démarche rend virtuellement impossible l'identification des vrais dangers et la mise en place des actions nécessaires.

MarkMonitor offre une solution globale qui permet aux fabricants de traiter efficacement cette problématique. Cette solution repose sur un système de *workflow* qui gère l'ensemble des cas identifiés et le suivi de chaque dossier, depuis la détection du problème jusqu'à sa neutralisation. La solution de MarkMonitor redonne aux fabricants et aux distributeurs autorisés l'entière maîtrise des ventes en ligne.

### Online Channel Protection: End-to-End Solution

La solution Online Channel Protection de MarkMonitor couvre intégralement le cycle de vie de la distribution en ligne et se concentre sur trois phases essentielles :

**Protéger la distribution en ligne** : MarkMonitor protège les réseaux de distribution en ligne en surveillant l'utilisation des marques comme noms de domaine et identifie les enregistrements appartenant à des tiers pour limiter tous risques potentiels. MarkMonitor aide également les sociétés à déployer des stratégies de protection préventive sur Internet dans le cadre de lancements de nouveaux produits.

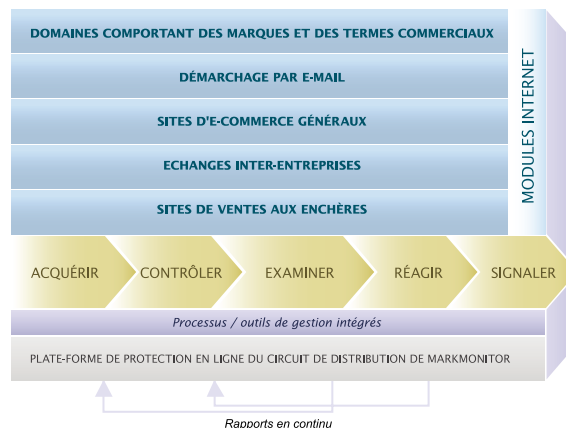
Cette approche proactive permet aux fabricants de garder le contrôle de leurs marques sur le canal de distribution en ligne et ainsi d'éviter que des cybersquatteurs ne détournent le trafic à leur profit.

**Détecter les abus** : Pour que la veille Internet soit efficace, il est vital de s'appuyer sur une technologie capable de gérer d'importants volumes d'information – et d'en extraire les résultats les plus importants!

Online Channel Protection de MarkMonitor filtre en continu ces informations ciblées et analyse automatiquement les références spécifiques aux marques surveillées, depuis des sources variées :

- plus de 30 sites d'enchères internationaux d'eBay ;
- les sites business-to-business (B2B) proposant d'importants volumes d'échanges ;
- les sites de e-commerce ;
- les sollicitations par e-mail qui attirent les internautes vers des sites commerciaux non autorisés ;
- les sites de type "pay-per-click" et les liens sponsorisés.

Ces informations aident les sociétés à concentrer leurs efforts sur les dossiers les plus critiques avec un plan d'action prioritaire adapté à chaque critère, comme : vendeurs " gros volumes ", variance des prix, utilisation de photos officielles ou d'images volées, localisation géographique des sites ou encore importance du trafic généré.



Online Channel Protection permet une gestion globale, "end-to-end", de l'ensemble du réseau de distribution Internet.

**Protection du chiffre d'affaires et des consommateurs** : Munis de précieuses informations relatives aux fraudes, les titulaires de marques peuvent s'appuyer sur un système automatisé et intuitif pour répondre aux abus et réaliser le suivi de chaque dossier. La solution MarkMonitor a la capacité d'agir directement à l'encontre des fraudeurs en leur envoyant automatiquement des :

- notifications de suppression " en masse " vers certains sites de vente aux enchères ou en gros ;
- lettres de mise en garde personnalisables à l'encontre des vendeurs suspects ;
- lettres de mise en demeure personnalisables.

Le portail MarkMonitor qui héberge ces applications permet également aux sociétés d'archiver une copie des sites suspects, pour preuve, avant d'entreprendre une action judiciaire.

### Ce Qui Compte

Online Channel Protection permet aux fabricants d'augmenter la visibilité et le contrôle de la distribution de leurs marques sur Internet. La solution de MarkMonitor offre la possibilité de :

- minimiser l'érosion de la marque due aux ventes non autorisées de produits authentiques ou contrefaisants ;
- limiter les pertes de chiffre d'affaires en réagissant contre les fraudeurs les plus problématiques ;
- effectuer un monitoring des vendeurs autorisés pour assurer le respect des politiques de distribution sur Internet ;
- minimiser le temps et les ressources consacrés à cette problématique grâce à l'automatisation des processus ;
- obtenir un retour sur investissement élevé dès la première année d'utilisation.

"Assuming a 10% exposure, 30% margin, and the prospect of 50% remediation, product lines with as modest as US\$20 million in annual sales would find a positive return on investment [with MarkMonitor's Online Channel Protection solution.]"

-Bob Parker, VP, IDC / Manufacturing Insights

Presque la moitié des sociétés Fortune 100 travaillent avec MarkMonitor pour protéger leurs actifs sur Internet. Pour en savoir plus, appelez le +44 (0)20 7840 1300 ou visitez [www.markmonitor.com/anti-contrefaçon](http://www.markmonitor.com/anti-contrefaçon).

# Fin de l'immunité pour les « opérateurs techniques » ?

Depuis plusieurs années, de nombreuses actions ont été tentées contre les ventes frauduleuses réalisées grâce aux fournisseurs d'accès et autres plates-formes intermédiaires, notamment aux États-Unis, en France ou en Allemagne – il faut bien le reconnaître : sans grand succès jusqu'à présent. Mais le contexte semble évoluer à l'avantage des ayants droit. **Suspense.**

La pression monte. La récente action du groupe LVMH contre Ebay a toutes les chances de ne pas rester isolée. D'autres grandes marques devraient prochainement entrer dans l'arène, et les sites d'enchères commencent à se faire du souci.

Jusqu'à présent, Ebay, AOL ou Yahoo ont bénéficié des limitations de responsabilité accordées par la loi aux hébergeurs et aux fournisseurs d'accès Internet (FAI). Aux États-Unis, la loi dite Digital Millennium Copyright Act (DMCA)\*, adoptée en 1998, dispense les hébergeurs des infractions relatives aux droits d'auteur. Une immunité soumise à trois conditions : l'hébergeur ne doit pas avoir eu connaissance de l'activité illicite sur son site ; ne pas tirer un bénéfice direct de cette activité illicite ; supprimer promptement le contenu illicite après en avoir reçu notification.

En France, la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN), du 21 juin 2004, minimise elle aussi la responsabilité des FAI et des hébergeurs : les plates-formes sont susceptibles de voir leur responsabilité civile ou pénale engagée uniquement si, ayant eu connaissance d'une annonce au contenu manifestement illicite, elles n'ont pas procédé à sa suspension ou suppression. Elles sont donc soumises à une obligation de contrôle *a posteriori*, mais aucune vérification *a priori* sur l'origine des marchandises n'est exigée.

## > Maître mot : responsabilité

La législation internationale considère donc que ces « plates-formes » ne sont pas responsables des usages qu'en font leurs utilisateurs. Elles ne sont pas considérées comme des commerçants, mais comme de simples intermédiaires techniques. Les sites en question estiment d'ailleurs ne

pas être en mesure de contrôler l'origine des objets mis en vente, au motif qu'ils ne transitent pas entre leurs mains et qu'ils sont proposés explicitement sous l'unique responsabilité des vendeurs. Une situation, disent-ils, comparable à celle des journaux qui passent des petites annonces. Sauf que le journal n'intervient pas dans la transaction finale, le vendeur et l'acheteur étant amenés à se rencontrer physiquement pour conclure, ce qui n'est pas le cas des plates-formes d'enchères ; au contraire, elles interdisent aux participants de traiter en direct. Pour cause : la transaction doit s'opérer sur le site afin que celui-ci puisse prélever sa commission.

Jusqu'à présent, les titulaires de droits qui ont mis en cause la responsabilité d'Ebay ont été déboutés. En 2001, un tribunal de Californie considère qu'Ebay n'est pas responsable des contrefaçons ni des copies d'œuvres protégées – en l'occurrence, il s'agissait d'un film sur DVD – qui s'échangent par l'intermédiaire de son service.

Le 22 octobre 2002, le tribunal de première instance de Düsseldorf (Allemagne) conclut à la non-responsabilité d'Ebay dans un contentieux opposant ce site au fabricant de montres Rolex. Celui-ci accusait Ebay de contrefaçon de marque et de concurrence déloyale pour la mise en vente aux enchères de fausses « Rolex ».

En avril 2005, la cour d'appel de Paris relaxe l'ancien président de Yahoo, Timothy Koogle, qui était poursuivi par le Mouvement contre le racisme et pour l'amitié entre les peuples et une association d'anciens déportés « *pour apologie de crime et pour port ou exhibition d'uniforme, d'insigne ou d'emblème d'une personne coupable de crime contre l'humanité* ». L'affaire concernait la vente

d'objets nazis sur Yahoo.

Enfin, le bijoutier Tiffany & Co a lancé une action à l'encontre d'Ebay, en 2004, après avoir constaté que les trois quarts des bijoux proposés sous sa marque sur le site d'enchères étaient des faux. Le jugement devrait intervenir, selon la presse américaine, à la fin de cette année.

## > LVMH, fer de lance

Pour le moment, les acteurs fourbissent leur armes. Les procédures en cours vont être particulièrement intéressantes à suivre. Indice : les directions juridiques des marques comme celles des sites d'enchères ou encore les cabinets d'avocats spécialisés susceptibles d'intervenir pour les uns et les autres ne souhaitent pas s'exprimer.

L'enjeu de la bataille juridique qui s'annonce aussi bien en France qu'aux États-Unis sera justement de clarifier et de qualifier les rôles et les responsabilités de chacun. Sur ce plan, le groupe LVMH a pris une certaine avance.

Tout d'abord, en partenariat avec les municipalités de New York et de Pékin, elle a développé avec succès une stratégie dite *landlord*, qui consiste à s'attaquer non plus aux vendeurs de contrefaçons mais aux « propriétaires des murs », les hébergeurs des boutiques... C'est ainsi qu'une décision du 20 décembre 2005 a permis de fermer le « marché de la soie » de Pékin. Une condamnation a aussi été prononcée le 25 janvier 2006, par le tribunal de New York, à l'encontre d'une propriétaire de locaux dans Chinatown.

Le groupe peut aussi se féliciter de son action à l'encontre de la société Google France, qui doit désormais contrôler *a priori* que les liens commerciaux qu'elle publie ne portent pas atteinte aux droits de propriété intellectuelle (*voir encadré ci-contre*).

Fort de ces victoires, le groupe de luxe

entend maintenant démontrer qu'Ebay, comme toutes les autres « plates-formes d'intermédiation », n'est pas un intermédiaire technique neutre. Du point de vue juridique, ce n'est pas gagné d'avance. Mais nul doute que certains points de faiblesse seront exploités : Ebay est membre de la Fédération des entreprises de vente à distance – c'est donc qu'il se considère comme un commerçant. Ne propose-t-il pas un système de transaction qui accepte différents modes de paiement, dont son propre système, Paypal, sur lequel il touche des commissions qui génèrent un chiffre d'affaires non négligeable ? Autrement dit : ne tire-t-il pas un bénéfice commercial y compris des transactions frauduleuses ? *Quid* alors du droit de la consommation, dans la mesure où l'acheteur est manifestement trompé sur l'origine des produits ?

### > L'état se resserre

D'autre part, le site ne peut-il pas être considéré comme un éditeur ? Dans ce cas, sa responsabilité serait directement impliquée. Ne propose-t-il pas un contenu spécifique pour animer la « communauté » de ses « membres » ? Les publicités en faveur de ses autres services ne peuvent-elles pas être considérées comme preuves de l'exercice d'une activité éditoriale ? Pour ne rien dire de la campagne de lutte anti-contrefaçon que le site vient de lancer sur sa page d'accueil... Après une série de jugements favorables

aux opérateurs techniques, il semble bien que le vent tourne. La lutte et les succès des majors américaines du cinéma, Motion Picture Association of America, et de la musique, Recording Industry Association of America, à l'encontre des plates-formes d'échanges de fichiers *peer to peer* (P2P) constituent un précédent que les grandes marques du luxe aimeraient bien voir appliquer aux sites d'enchères (voir nos n<sup>os</sup> 1 et 6\*\*).

Enfin, il existe en France la loi sur les droits d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information (DADVSI). Rappelons qu'elle condamne la mise à disposition de logiciels qui permettent les échanges illicites d'œuvres protégées. Les logiciels d'enchères ne jouent-ils pas, dans le monde des produits « physiques », un rôle comparable à celui des logiciels P2P dans le monde des œuvres numériques ? La DADVSI, dans son article L.335-2-1 (le fameux amendement Vivendi), précise : « Est puni de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende le fait : 1°/ d'éditer, de mettre à la disposition du public ou de communiquer au public, sciemment et sous quelque forme que ce soit, un logiciel manifestement destiné à la mise à la disposition du public non autorisée d'œuvres ou d'objets protégés ; 2°/ d'inciter sciemment, y compris à travers une annonce publicitaire, à l'usage d'un logiciel mentionné au 1°. »

Un texte qui, pour le moins, prête à réflexion. Si le terme « sciemment » est dif-

ficilement applicable aux plates-formes d'intermédiation, ne peut-on pas néanmoins les considérer comme un assemblage de logiciels, susceptible de favoriser la diffusion d'articles de contrefaçon ? Leur usage devrait, par conséquent, être interdit... <

Philippe Collier

\* Équivalent de la directive 2001/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information (European Union Copyright Directive, EUCD) et de la loi française sur les droits d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information (DADVSI), adoptée en 2006.

\*\* « Comme on pouvait s'y attendre, dans l'affaire MGM contre Grokster, la Cour suprême des États-Unis a rendu, le 27 juin 2005, un verdict conforme aux attentes des majors du film et du disque, sur les usages contestables du *peer to peer* (P2P) qui ne respectent pas le copyright. La partie était serrée, car, rappelons-le, Grokster avait gagné en première instance et en appel. L'affaire sera donc rejugée sur de nouvelles bases.

Le fait nouveau est que, pour la première fois, la responsabilité juridique des pourvoyeurs de technologie est mise en cause. Il ne s'agit plus seulement de poursuivre les utilisateurs des réseaux P2P, qui échangent des copies de fichiers protégés, mais aussi ceux qui mettent les outils à leur disposition, pour incitation à la violation du copyright.

Sans condamner la technologie P2P : son usage doit avoir des limites, dès lors qu'elle favorise le développement de véritables réseaux d'échanges d'œuvres volées. Une logique qui devrait aussi s'appliquer aux réseaux d'enchères qui proposent des objets contrefaisants... » Contrefaçon Riposte n° 6.

> Google

## Les liens commerciaux sous haute surveillance

> Google France a récemment subi plusieurs condamnations pour avoir commercialisé, *via* sa régie publicitaire, des liens commerciaux qui portaient atteinte aux droits de propriété intellectuelle. Le 28 juin 2006, la société a été condamnée par la cour d'appel de Paris à verser 300 000 euros de dommages et intérêts à Louis Vuitton Malletier, pour contrefaçon de marque. Le système Google Adwords avait affiché des liens commerciaux faisant référence à des marques détenues par le groupe LVMH et qui orientaient les internautes vers des sites proposant des articles de contrefaçon. Google France avait déjà été condamné pour des affaires similaires concernant la société Bourse des vols et les hôtels Méridien. Le jugement du tribunal de grande instance de Paris en date du 12 juillet 2006 va encore plus loin, qui impose à Google de vérifier *a priori*, par un système de filtrage, que la réservation d'un mot clé par un annonceur ne porte pas atteinte aux droits de propriété intellectuelle d'un tiers : le Groupement professionnel des fabricants

d'appareils ménagers, qui représente les intérêts des titulaires d'une trentaine de marques connues, reprochait à Google d'avoir commercialisé des liens citant les noms de ces marques pour orienter les utilisateurs vers des sites concurrents ou de ventes aux enchères. Le moteur de recherche a été condamné non seulement à 30 000 euros de dommages et intérêts pour non-respect « des usages loyaux du commerce », mais, surtout, il devra mettre en place, dans les quatre mois et sous peine d'une astreinte de 1 500 euros par jour de retard, un dispositif de contrôle *a priori* des mots clés qu'il commercialise. De plus, Google a été condamné pour publicité mensongère, et chacune des sociétés lésées recevra 10 000 euros de dommages et intérêts.

Deux affaires qui montrent que le régime de responsabilité limitée des hébergeurs institué par la loi sur la confiance dans l'économie numérique a des limites. Ces jugements pourraient faire jurisprudence.

# Les autorités de contrôle face à la cybercriminalité

Il faut beaucoup de patience et de persévérance pour s'attaquer aux marchés parallèles en ligne, dont l'ampleur suscite souvent un sentiment d'impuissance. **C'est un métier.**



La surveillance du réseau permet d'intercepter des produits illicites, toujours acheminés par voie postale ou par fret.

## > La DGCCRF

La DGCCRF, grâce notamment à son centre de surveillance du commerce électronique de Morlaix (Finistère), relié au réseau d'une quarantaine de correspondants départementaux, effectue des recherches sur Internet qui l'amènent à constater des infractions sur le territoire national. Elle traite en particulier les indices ou les plaintes concernant des contrefaçons de marque, qui seules donnent lieu à des investigations permettant de remonter les filières de commercialisation et de vérifier s'il s'agit ou non de produits de contrefaçon. Cette lutte contre la contrefaçon de marque s'insère dans une action de contrôle plus générale qui touche aux divers aspects de la protection des consommateurs ayant recours à Internet. Mais ce contrôle ne peut être exercé par la DGCCRF que sur des opérateurs ayant la qualité de professionnels et situés sur le territoire français. Or les enquêtes effectuées pour des produits mis en vente sur Internet se heurtent souvent au fait que les sites en cause sont situés à l'étranger.

L'essentiel des recherches menées en 2005 par le réseau de surveillance de l'Internet a porté sur des offres publiées sur un site de courtage en ligne. Ces recherches ont notamment concerné des bijoux fantaisie, des jouets, des vêtements, une marque de caviar. Dans seize cas, mettant en cause un vendeur situé sur le territoire français, de fortes présomptions d'infraction au Code de la propriété intellectuelle ont donné lieu à des suites.

Les affaires ont été transmises à la justice mais n'ont pas encore été jugées, aucune décision de fermeture de sites marchands n'a été prononcée à ce jour. On a pu néanmoins observer que, dans la plupart des cas ayant donné lieu à une enquête – qui découle généralement d'une plainte –, les vendeurs ont cessé au moins pour un temps les pratiques constatées. Notons que le projet de loi anti-contrefaçon, en préparation, prévoit notamment de renforcer les pouvoirs de la DGCCRF, afin de lui permettre de conduire des investigations et d'effectuer des saisies sur le terrain.

## > La douane

Depuis la loi n° 94-102 du 5 février 1994, la Direction générale des douanes et des droits indirects (DGDDI) est au centre de la lutte contre la contrefaçon. En termes d'action, elle dispose, avec

>> suite  
en page 16

En France, les autorités de contrôle, Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), douane, police judiciaire et gendarmerie, ne consacrent encore qu'une part réduite de leurs moyens à la traque des contrefacteurs sur Internet. Compte tenu du manque de moyens et d'effectifs, leur action concerne principalement le territoire national. Même si la situation semble plus ou moins « sous contrôle » en France, la dispersion des moyens de l'État en matière de lutte anti-contrefaçon nuit à son efficacité. C'est sans doute pourquoi il est impossible d'obtenir un bilan global en termes de résultats (nombre de condamnations ou de sites fermés). Le Medef s'en inquiétait dans un récent rapport (voir notre n° 12), dans lequel on peut lire : « Il est urgent de renforcer et de mieux coordonner les moyens d'investigation de l'État pour les adapter aux spécificités de cette lutte (...) en mettant en place un parquet avec des compétences spécialisées, qui coordonne la police, la gendarmerie, la douane et la DGCCRF, et qui coopère avec les fédérations professionnelles. »

La situation est encore beaucoup plus préoccupante à l'international. Face à la dimension mondiale d'Internet et à l'ampleur de la tâche, on a le sentiment d'une certaine impuissance à traquer la contrefaçon sur les réseaux. De plus, compte tenu des lenteurs des enquêtes et des actions de justice internationales, les voies de recours des entreprises sont particulièrement coûteuses, difficiles à mettre en œuvre et le plus souvent sans effets.

# Des contrôles se préparent... le prochain pourrait être chez vous ?



## Lourde condamnation pour une société française

Le Tribunal de Grande Instance de Grasse a rendu un jugement qui illustre bien la tendance actuelle des juges à condamner les sociétés saisies à indemniser les éditeurs non seulement de leur préjudice matériel, mais aussi de leur préjudice d'image.

Ainsi, cette PME a été condamnée non seulement à indemniser les éditeurs membres de BSA à hauteur du prix du marché des logiciels illégalement utilisés, mais également à une condamnation du même montant au titre de préjudice d'image causé aux éditeurs.

L'entreprise a été condamnée par ailleurs à régulariser les licences pour pouvoir continuer d'utiliser les logiciels concernés. Elle a dû verser aux éditeurs pas moins de trois fois le prix qu'elle aurait payé si elle avait légalement acquis les logiciels qu'elle souhaitait utiliser.

## Le filet se resserre sur les entreprises pirates.

Utiliser des logiciels sans licence engendre de nombreux risques :

- Une condamnation qui peut atteindre 1,5 million d'euros d'amende et 3 ans de prison
- L'anéantissement de l'image de marque de votre entreprise
- La mise en péril de la sécurité de votre parc informatique

En professionnel responsable, vous cherchez à éviter les risques liés à l'utilisation frauduleuse de logiciels.

**Pour vérifier si les logiciels de votre entreprise sont en conformité, faites un audit gratuit de votre parc informatique en vous rendant sur [www.bsa.org/france](http://www.bsa.org/france)**

**Entreprises pirates, le filet se resserre.**



>> suite  
de la page 14

la Direction nationale du renseignement et des enquêtes douanières (DNRED), qui instruit les demandes d'intervention préalables aux retenues en douane, et avec la Cellule de recueil et d'analyse de l'Internet douanes (Craido), d'instruments opérationnels pour participer à la lutte contre la contrefaçon. Cette unité très discrète, qui ne souhaite pas communiquer, ne comprendrait que deux ou trois personnes.

Jusqu'à présent, les compétences de la douane étaient limitées à la contrefaçon de marque, mais dans le cadre du projet de loi anti-contrefaçon, elles seront étendues à toutes les autres formes d'atteinte à la propriété intellectuelle. Si la douane a accentué sa vigilance à l'encontre des sites Internet susceptibles de contribuer à la revente de produits illicites ou de contrefaçon, c'est pour mieux contrôler l'acheminement des marchandises par voie postale ou par le fret express. Elle a ainsi saisi 45 000 articles en 2004 et 35 383 articles en 2005, qui transitaient pour la plupart par l'aéroport de Roissy. Ce type de contrôle a notamment permis, en 2004, la mise au jour de l'activité d'un particulier qui proposait à la vente par l'intermédiaire d'un site Internet de vente aux enchères, des articles textiles ou de maroquinerie de contrefaçon importés d'Asie par la voie postale. Plus de 200 clients avaient déjà acheté sur ce site des produits de contrefaçon.



Directeur de la publication -  
rédacteur en chef :  
Philippe Collier  
Courriel : collier@filactu.com  
Tél. : +33 (0)6 80 83 25 17  
Ont participé à ce numéro :  
Carole Aubert, G. Z.  
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 : Imprim'Ad Hoc

Site Web : [www.filactu.com](http://www.filactu.com)

## > La BCRCIA de la police judiciaire

La Brigade centrale pour la répression des contrefaçons industrielles et artistiques (BCRCIA) de la police judiciaire, située à Nanterre, a été créée en 1996. Elle traite environ 2 000 plaintes par an, dont le quart environ concerne la propriété intellectuelle littéraire et artistique. La brigade est de ce fait directement confrontée à la problématique des téléchargements illicites sur Internet (voir notre n° 3). Pour ses investigations en ligne, elle coopère avec l'Office central de lutte contre la criminalité liée aux technologies de l'information et de la communication (OCLCTIC), qui a été créé en mai 2000. Signalons aussi la création, en 1994, de la Brigade d'enquêtes sur les fraudes aux technologies de

l'information (Befiti), qui fédère une vingtaine d'intervenants de police sur la région parisienne. Ces enquêteurs interviennent principalement sur des affaires de contrefaçon de logiciels ou de fichiers MP3.

## > La gendarmerie nationale

La gendarmerie nationale contribue à l'élucidation de la majorité des affaires de contrefaçon. En 2005, sur près de 4 500 affaires, elle en a traité plus de 3 000 (voir notre n° 13). Les renseignements sur les affaires judiciaires en cours sont centralisés par le Bureau des affaires criminelles (BAC), qui héberge notamment la section Atteintes à la nation et trafics économiques (Ante). La moitié des affaires concerne les atteintes à la propriété artistique et littéraire liées à Internet (téléchargements et copies illicites de CD et DVD). Les ventes aux enchères en ligne sont elles aussi surveillées sur plaintes. Par exemple, fin 2005, la gendarmerie a arrêté un couple de Soisy-sur-Seine (Essonne) qui avait mis en vente, sur le site Ebay, deux cents objets contrefaisant des grandes marques de luxe. La valeur des ventes était estimée à 100 000 euros, soit 40 % de la valeur des produits authentiques. Dans ces affaires, la force de la gendarmerie est de pouvoir agir rapidement sur commission rogatoire, sur l'ensemble du territoire national, ce qui permet de démanteler en une seule opération des réseaux organisés.

Pour ces enquêtes, la gendarmerie s'appuie sur le Service technique de recherches judiciaires et de documentation (STRJD) de Rosny-sous-Bois, qui centralise toutes les informations sensibles et dispose d'un département Internet, actif dans la recherche de réseaux de pirates. Enfin, la gendarmerie dispose d'une unité spécialisée dans les nouvelles technologies, le département Informatique et électronique de l'Institut de recherche criminelle de la gendarmerie nationale (IRCGN). En 2005, ce service a réalisé 140 expertises et examens scientifiques électroniques, dont la moitié concernait des affaires de contrefaçon bancaire. <

Philippe Collier

## 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.filactu.com](http://www.filactu.com)

### OFFRE SPÉCIALE 2006 : ABONNEZ-VOUS !

- Je souhaite recevoir 6 numéros gratuits offerts par le CNAC (numéros de janvier à juin 2006, format Pdf, livrés par mail)

#### Je m'abonne

- pour 4 mois, au prix de : 165 € HT, soit 197,34 € TTC (TVA 19,6 %)  
 pour 1 an, au prix de : 450 € HT, soit 538,20 € TTC (TVA 19,6 %)  
(11 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.