

Comité consultatif sur l'application des droits

Seizième session
Genève, 31 janvier – 2 février 2024

PRATIQUES ADOPTÉES PAR LES PLATEFORMES DE COMMERCE EN LIGNE POUR LUTTER CONTRE LE COMMERCE DE PRODUITS DE CONTREFAÇON – RÉSUMÉ*

*Étude réalisée par M. David Shepherd, maître de conférences, School of Criminology and Criminal Justice, Université de Portsmouth (Royaume-Uni); Mme Kate Whitman, étudiante en doctorat, School of Accounting, Economics and Finance, Université de Portsmouth (Royaume-Uni); M. Jeremy M. Wilson, professeur, School of Criminal Justice, Université de l'État du Michigan, East Lansing (États-Unis d'Amérique); Mme Anna Baloka, étudiante en master, School of Criminology and Criminal Justice, Université de Portsmouth (Royaume-Uni)***

ABREGÉ

Au cours des 20 dernières années, le secteur des plateformes de commerce en ligne est devenu dynamique, innovant et extrêmement prospère. Il aide les grandes entreprises et donne aux entrepreneurs émergents les moyens d'agir en les mettant en relation avec des clients dans le monde entier. Ce succès a toutefois un revers : il facilite également le commerce des produits de contrefaçon. Contrairement à d'autres secteurs d'aide au commerce, comme les prestataires de services logistiques et de paiement, les plateformes de commerce en ligne font l'objet d'une attention particulière, car la visibilité des produits de contrefaçon dans leurs vitrines crée des opportunités manifestes de contrôle du commerce illicite. Ce rapport présente les résultats d'une étude exploratoire sur les pratiques adoptées par un échantillon de plateformes de commerce en ligne pour lutter contre la vente de produits de contrefaçon. Il en ressort qu'une petite minorité de plateformes appliquent des politiques efficaces de lutte contre la contrefaçon. En raison de la diversité des modèles économiques sur le marché, le rapport recommande une approche fondée sur le risque pour un cadre commun de lutte contre la contrefaçon plutôt qu'un ensemble de pratiques contraignantes.

* La présente étude a été réalisée grâce aux fonds fournis par l'Office des brevets du Japon (JPO).

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

RÉSUMÉ

1. Le commerce illégal de produits de contrefaçon constitue une menace importante pour l'économie de marché, entravant le progrès et mettant en péril la prospérité de la société. Les mécanismes de la mondialisation et de l'économie numérique ont permis aux fabricants de produits de contrefaçon d'accéder aux marchés mondiaux, transformant la contrefaçon en une industrie mondiale de grande envergure. La valeur estimée du commerce international des produits de contrefaçon en 2019 était de 464 milliards de dollars É.-U., soit l'équivalent de 2,5% du commerce mondial. La demande de produits de contrefaçon est facilitée par des plateformes intermédiaires de commerce en ligne qui mettent en relation des fournisseurs illégaux avec des consommateurs du monde entier. Ce rapport examine dans quelle mesure une série de 36 pratiques sont adoptées par les plateformes de commerce en ligne. L'étude a été réalisée en appliquant une méthode mixte : examen des politiques et pratiques publiées par 50 plateformes de commerce en ligne et 16 fournisseurs de technologie, test de conformité sur les plateformes et les fournisseurs de technologie, et entretiens avec les parties prenantes du secteur.
2. L'étude révèle que seules huit des 50 plateformes de commerce en ligne incluses dans l'échantillon ont mis en place des stratégies cohérentes de lutte contre la contrefaçon et qu'elles ont toutes passé avec succès le test de conformité. Quatre de ces plateformes sont généralistes et vendent une large gamme de produits. Leurs stratégies de lutte contre la contrefaçon reposent sur un grand nombre de contrôles administratifs. Les quatre autres sont spécialisées et leurs stratégies de contrôle sont fondées sur l'inspection et la vérification de l'authenticité des produits.
3. Les 42 autres plateformes n'ont pas mis en place de stratégies cohérentes de lutte contre la contrefaçon et 60% n'ont pas réussi le test de conformité. Certaines ne s'intéressent pas au problème de la contrefaçon. D'autres se contentent de jeter de la poudre aux yeux, c'est-à-dire que leurs actions sont en deçà des valeurs et des intentions proclamées dans leurs politiques. Le secteur des réseaux sociaux est particulièrement défaillant en ce qui concerne la mise en œuvre de ses propres politiques. L'investissement dans les stratégies de lutte contre la contrefaçon est bien en deçà de ce que requiert le modèle économique du secteur.
4. Les innovations rapides des fournisseurs de technologie conduisent à l'intégration de la commercialisation et de la logistique physique sur de multiples plateformes, ce qui accroît la portée, l'agilité et l'efficacité opérationnelle des vendeurs légitimes et illégaux. Cependant, un seul des fournisseurs de technologie de l'échantillon a mis en œuvre des politiques efficaces; les autres n'ont pas pris conscience du problème.
5. La défaillance des processus de vérification est un véritable problème dans le secteur et compromet la capacité de contrôler les vendeurs illégaux. En particulier, la pratique de la "vérification adoptée", par laquelle une plateforme de commerce en ligne accepte de nouveaux vendeurs parce qu'ils effectuent déjà des transactions sur une autre plateforme, étend la présence effective des commerçants illégaux.
6. Les défaillances des technologies éthiques qui contrôlent et neutralisent les mauvais acteurs signifient que les stratégies de lutte contre la contrefaçon restent fortement tributaires des relations professionnelles avec les parties prenantes, ce qui favorise les grandes marques qui ont du poids. Pour combler le fossé technologique, le secteur doit actuellement investir dans le recrutement d'un nombre suffisant de professionnels possédant un éventail diversifié de compétences en matière de relations interpersonnelles, de commerce, de propriété intellectuelle et de résolution de problèmes.

7. Les obstacles à une collaboration efficace doivent être levés, y compris les défaillances dans le partage des données. La tendance à l'intégration technologique de la commercialisation et de la logistique rend encore plus crucial le partage des données avec toutes les parties prenantes et entre les concurrents. Cela signifie également qu'il faut revoir les seuils élevés applicables à la production de preuves, qui entravent les enquêtes menées en collaboration et favorisent les marchands illégaux.

8. Compte tenu de la complexité, de l'éventail d'acteurs et de la diversité des modèles économiques dans le secteur, le rapport recommande d'envisager un cadre générique, fondé sur le risque, pour lutter contre les contrefaçons, plutôt qu'une formule contraignante. Cela permettrait aux plateformes de commerce en ligne d'élaborer des stratégies pour faire face à l'ampleur et à la complexité de leurs propres modèles économiques. Ces stratégies reposent essentiellement sur une direction éthique, des politiques de lutte contre la contrefaçon efficaces et transparentes et des ressources suffisantes, autant d'éléments qui font actuellement défaut sur de nombreuses plateformes.

[Fin du document]