

# Lutter efficacement contre la contrefaçon en ligne

## Le e-commerce et la contrefaçon en ligne

L'essor du e-commerce a permis aux industriels de la contrefaçon d'élargir leur champ d'action, passant du marché local à des ventes mondiales.

De plus en plus de sites marchands sont dédiés à la vente de produits contrefaits, et ces sites gagnent de plus en plus en professionnalisme : référencement, logistique, design... Rien ou presque ne les différencie des sites légitimes !

- Des clients trouvent ces sites sur les premières pages des moteurs de recherche, parfois mieux référencés que les sites officiels de la marque ou des distributeurs agréés. Trompés par le professionnalisme de ces sites, ils achètent des produits contrefaits, sans même en avoir conscience.
- Les sociétés sont confrontées de manière croissante à cette menace. Il devient vital pour elles de lutter pour accroître leurs propres ventes e-commerce, y compris sur les smartphones et les tablettes, et de protéger la réputation de leur(s) marque(s).
- Les actions ponctuelles sont sans effet, bien que souvent proposées par des avocats à des tarifs ne permettant pas de mener des actions suivies.

*IP Track* propose une solution efficace pour protéger votre marque et vos ventes, sur l'ensemble des supports, et à coût maîtrisé.

## Nos objectifs

### **Objectif immédiat : faire baisser la visibilité de la contrefaçon**

Les clients ne doivent plus jamais avoir l'opportunité d'acheter des produits contrefaits lorsqu'ils veulent acheter un produit authentique, ou même à l'issue d'une simple recherche d'une information sur la marque ou sur l'un de ses produits.

Vous n'accepteriez pas que des contrefacteurs fassent du commerce devant vos boutiques, alors pourquoi les laisseriez-vous occuper la première page des moteurs de recherche ?

### **Objectif à moyen terme : améliorer vos ventes en ligne**

Lorsque les contrefacteurs n'empiètent plus sur le territoire numérique de votre marque, les clients achètent en ligne en toute confiance.

Lorsque seuls les sites de votre marque ou des revendeurs agréés, des blogs et sites de presse, et des profils de fans sont visibles, la réputation et donc la valorisation de votre marque s'en trouvent renforcées.

## Nos actions

Notre efficacité pour « nettoyer » les moteurs de recherche repose sur une stratégie claire : détection / retrait / surveillance.

1. Détection : nous identifions les sites qui vendent des produits contrefaisant vos marques. Cette identification se fait via une série de requêtes sur les moteurs de recherche, associant la marque et les produits clés. Nous ciblons tout type de moteurs de recherche, en tenant compte des déclinaison locales, et en toutes langues. Cela nous permet d'identifier les sites les plus visibles sur vos marchés les plus importants ; autrement dit des sites que des clients potentiels sont le plus à même de visiter.
2. Retrait : nous entrons alors en contact avec les hébergeurs de ces sites à qui nous faisons parvenir une *takedown notice*, lui demandant de ne plus héberger le site. Si nécessaire, nous renouvelons l'opération jusqu'à obtention de résultat.
3. Surveillance : une fois le site identifié et traité, il est intégré dans notre base de données. Notre logiciel propriétaire vérifie périodiquement s'il est remis en ligne via un autre hébergeur. Si tel est le cas, le site est à nouveau traité. Parallèlement, la détection de nouveaux sites se poursuit de manière continue. Avec *IP Track*, votre marque est bien protégée.

## Une stratégie ciblée et globale

### Exemple des pays hébergeurs les plus fréquents

Nationalité de l'hébergeur	Taux moyen de compliance
USA	95%
Canada	90%
Suède	90%
Allemagne	85%
Panama	80%
Ukraine	75%
Chine	65%
Taiwan	65%
Malaisie	65%

### Ciblée :

- Nous ciblons tout type de produits (textile, accessoires, montres, bijoux, jouets, cosmétique, parfums, etc.) ;
- Nous traitons tout type de canaux (sites marchands, plateformes d'enchères, réseaux sociaux, applications spécifiques) ;
- Nous détectons et traitons les menaces sur PC, smartphones et tablettes.

### Globale :

- Nous pouvons travailler à une échelle mondiale ou sur un marché spécifique. Nos actions sont adaptées aux langues et juridictions locales.

#### LEGENDE

*Le taux moyen de compliance est le ratio entre le nombre de sites visés et le nombre de résultats positifs obtenus.*

*Un résultat est considéré comme positif si :*

- ✓ Le site n'est définitivement plus en ligne ;
- ✓ Le site est forcé de changer d'hébergeur, et a donc été temporairement mis hors ligne ;
- ✓ Le site a arrêté de vendre des produits contrefaits de la marque.

## Le logiciel propriétaire

IP-TRACK		
You are here : Dashboard		
Recently added subdomains for client	Recent notices status changes	Recent subdomains with hosting down
www.cbawatches.com: [Active]	2012-01-25 11:35:57 : www.coldwatches.com : EXECUTED	2012-01-24 15:18:27 : www.watchdid.com : DOWN
www.9watches.com: [Active]	2012-01-18 02:31:03 : www.watches39.com : EXECUTED	2012-01-18 02:31:03 : www.watches39.com : DOWN
www.watchesess.com: [Active]	2012-01-17 19:07:34 : www.mrmontres.com : EXECUTED	2012-01-16 01:25:57 : www.amwatches.org : DOWN
www.watchesinstyle.com: [Active]	2012-01-17 16:30:06 : www.watches-exact.com : EXECUTED	2012-01-12 17:25:33 : www.fangwatches.com : DOWN
www.watchdropship.net: [Active]	2012-01-16 00:04:28 : www.amwatches.org : EXECUTED	2012-01-12 12:04:20 : www.swisswatchu.com : DOWN
www.storereplicas.com: [Active]	2012-01-13 15:21:02 : fr.cheapwatchesaler.com : EXECUTED	2012-01-11 17:02:03 : www.watchesmanager.com : DOWN
www.repliquemontres-fr.com: [Active]	2012-01-12 17:25:33 : www.fangwatches.com : EXECUTED	2012-01-10 16:23:58 : vipluxurybrands.co : DOWN
www.repliquedemontres.com: [Active]	2012-01-11 20:37:06 : www.watch-online-replica.com : EXECUTED	2012-01-04 17:48:03 : www.replicahause.fr : DOWN
www.replicasonsale.com: [Active]	2012-01-11 18:01:59 : www.swisswatchu.com : EXECUTED	2012-01-04 12:14:53 : www.impactwatches.com : DOWN
www.replica-de-relojes.net: [Active]	2012-01-11 18:56:39 : www.best-watches-sale.net : EXECUTED	2012-01-04 09:57:03 : www.pmwatches.org : DOWN
www.mrmontres.com: [Executed]	2012-01-11 18:05:13 : www.watchesmanager.com : EXECUTED	2011-12-31 12:24:45 : swissking.net : DOWN
www.iwc-replica.org: [Active]	2012-01-10 16:23:58 : vipluxurybrands.co : EXECUTED	2011-12-29 08:38:40 : www.impactwatches.com : DOWN
www.hublotreplica7.net: [Active]	2012-01-04 17:48:03 : www.replicahause.fr : EXECUTED	2011-12-27 08:07:41 : www.impactwatches.com : DOWN
www.callwatches.com: [Active]	2012-01-04 12:14:53 : www.impactwatches.com : EXECUTED	2011-12-26 08:10:28 : www.donwatches.net : DOWN
www.allnewwatches.com: [Active]	2012-01-04 09:57:03 : www.pmwatches.org : EXECUTED	2011-12-23 06:40:56 : www.watchmoon.org : DOWN
www.watch-online-replica.com: [Executed]	2011-12-31 12:24:45 : swissking.net : EXECUTED	2011-12-23 00:06:38 : www.etcwatches.com : DOWN
www.watchesmanager.com: [Active]	2011-12-29 11:55:36 : www.etcwatches.com : EXECUTED	2011-12-22 02:11:32 : www.buyreplicaswatches.com : DOWN
www.watches-exact.com: [Active]	2011-12-28 20:49:43 : www.purseswatches.com : EXECUTED	2011-12-21 22:14:32 : www.vertucopy.com : DOWN
www.swisswatchu.com: [Active]		2011-12-21 19:02:03 : www.superwatches.net : DOWN
www.fangwatches.com: [Active]		2011-12-21 18:13:02 : www.xclones.net : DOWN
www.buckeyegamewatch.com: [Active]		2011-12-21 07:37:47 : www.watchhun.org : DOWN
vipluxurybrands.co: [Active]		2011-12-21 05:29:03 : www.teawatches.com : DOWN
www.amwatches.org: [Executed]		2011-12-20 12:25:16 : www.fakesale.com : DOWN
fr.cheapwatchesaler.com: [Active]		2011-12-20 07:45:03 : www.tootrade.com : DOWN
www.pmwatches.org: [Executed]		

L'efficacité de notre outil permet de prendre en charge 95% des tâches consommatrices de temps et permet ainsi à nos chefs de projet de se concentrer sur les cas les plus complexes et d'analyser en détail le flot de données.

Ainsi sur les cas les plus complexes, il est possible de mener un travail d'analyse permettant d'identifier réseau et articulation entre les ventes en ligne et sur le terrain et/ou de constituer des dossiers complets afin d'engager des actions en justice.

*Notre outil propriétaire permet à la fois de traiter des volumes importants et de proposer une réponse ultraciblée, en termes de langue, de process et de législation.*

## Un impact réel et visible (1/2)

Nous avons récemment mené une mission pour le compte d'une marque française de luxe premium.

La première phase visait à protéger le territoire de la marque sur les moteurs de recherche, autrement dit à faire en sorte qu'aux requêtes « nom de la marque » et « nom de la marque + sacs », des sites de faux n'apparaissent plus dans les 50 premières réponses des moteurs.

Au début de la mission, le taux moyen était supérieur à 50% ; soit 25 sites vendant du faux dans les 50 premières réponses à la requête « nom de la marque ».

A l'issue de cette phase, il n'y avait plus de sites vendant du faux dans les 50 premiers résultats.

Moteur de recherche	Requête	Total % (début de mission)	Total % (après 4 mois)	Total % (après 6 mois)
Google.com	Nom de la marque	65	0	0
Google.fr	Nom de la marque	35	5	0
Bing.com	Nom de la marque	60	0	0
Google.com	Nom de la marque + bag	70	0	0
Google.fr	Nom de la marque + sac	50	0	0
Bing.com	Nom de la marque + bag	65	0	0

## Un impact réel et visible (2/2)

La seconde phase de la mission consistait à détecter et à éliminer le plus possible des sites de vente de contrefaçons.

D'un point de vue méthodologique, les recherches se font via des requêtes en lien avec la vente de faux (« marque + replica », « marque + fake », etc. afin d'obtenir le maximum de réponses.

En un mois, nous avons détecté et traités 932 sites webs. A ce terme :

- ✓ 347 sont définitivement off-line (ils restent quand même sous surveillance) ;
- ✓ 369 ne sont plus visibles dans les 50 premières réponses des principales requêtes liées à la marque (sac, nom de it-bag, etc.) ;
- ✓ 49 sont encore en ligne mais ne vendent plus de copie de cette marque.

A l'issue de ces deux phases, nous avons réussi à faire diminuer la visibilité de la contrefaçon de 82%.

La clé du succès a été la persévérance et la mise en place d'actions spécifiques liées notamment à la localisation des hébergeurs.



## Une action à 360°

D'autres vecteurs existent qui permettent aux contrefacteurs de commercialiser leurs produits :

- **Facebook**, par des profils procédant directement à la vente, ou sous forme de publicités renvoyant vers des sites Internet ;
- **Twitter**, de la même façon que sur Facebook ; la publicité y représente la menace principale ;
- **Flickr**, qui devient une des plateformes les plus importantes de vente de faux en ligne ;
- Les sites d'annonces et d'enchères comme **eBay** ;
- Les sites de grossistes de faux comme **dhgate.com**.

Il est possible d'apporter des réponses spécifiques à chacune de ces menaces.

Ces solutions peuvent aussi être déployées sur des supports mobiles (smartphones et mobiles).

## A propos d'IP Track / Groupe Insiders

Par une approche innovante des questions de contrefaçon issues des métiers de la veille et de l'intelligence économique, *IP Track* développe une triple expertise :

1. Lutte contre la vente de produits contrefaits en ligne : réduction des volumes mis en vente via l'application des outils légaux disponibles (déréférencement, fermeture de site, etc.) ;
2. Analyse de l'impact de la contrefaçon et sensibilisation des décideurs privés et publics (articles, animation de séminaires, rédaction de livres blancs) ;
3. *IP Track* accompagne également ses clients sur des actions terrain de lutte contre la contrefaçon, via l'encadrement et l'organisation d'actions conjuguées avec des acteurs locaux (détectives, autorités publiques, autorités judiciaires, etc.).

*IP Track* est une solution développée et proposée par le groupe Insiders.

Le groupe Insiders est un groupe français indépendant à vocation internationale, dirigé par ses deux fondateurs, Mathieu Lamotte et Julien Serres.

---

## Contact

### Frédéric Donnini

130, Rue de Rivoli, 75 001 Paris

Tel : +33 (0)1 42 22 24 74

Fax : +33 (0)1 47 05 87 09

[www.IPTrackonline.com](http://www.IPTrackonline.com)