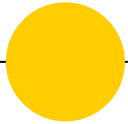


**La lutte contre la contrefaçon  
sur l'Internet chinois :  
droits de propriété intellectuelle,  
moyens d'action et perspectives**





# Introduction, Remerciements

## Commission Paris- Pékin, Barreau de Paris

Responsable : **Jacques SAGOT**

Co-responsable : **Robert GUILLAUMOND**

La Commission Paris-Pékin Chine a été constituée par Madame le Bâtonnier Christiane Feral-Schuhl, le 1er janvier 2012.

Elle a été mise en place avec le concours de l'Association Franco-Chinoise pour le Droit Economique (AFCDE)

## Association Franco Chinoise pour le droit économique

Président : **Robert GUILLAUMOND**

L'Association Franco Chinoise pour le Droit Économique a été créée en **1986**, dans les **premières années de la modernisation chinoise engagée il y a 40 années.**

Elle regroupe des **avocats, des juristes d'entreprise, des magistrats, des notaires, des universitaires, et des conseils d'entreprises, français ou chinois** actifs dans le **mouvement des affaires entre l'Europe et la Chine.**



---

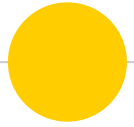
# *Sydney Chiche-Attali*

**Avocat à la Cour - Barreau de Paris**

EFB Paris

LLM Chinese Business Law - Fudan University

M2 Droit des affaires – Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne



# **Introduction**





## Introduction

### Quelques chiffres :

- Sur les **1,37 milliards de chinois**, il y a **904 millions d'internautes**, soit **65% de la population chinoise**
- Ce chiffre augmente de **+ 5% par an**, soit **+ 100 000 internautes** chaque jour
- **90 % des internautes chinois** : internet sur mobile
- **99% des internautes chinois** : réseaux sociaux
- **890 millions de chinois** pratiquent le E-commerce en Chine,
- Les recettes du e-commerce sont estimées à **2000 milliards \$**

Selon certaines études, la Chine est **le 1er marché digital B2C** (e-commerce, e-travel, réseaux sociaux, etc.) du monde, dépassant les Etats-Unis

**Gross Merchandise Value (GMV)\* Worldwide of Select Retailers with an Ecommerce Marketplace, 2018**

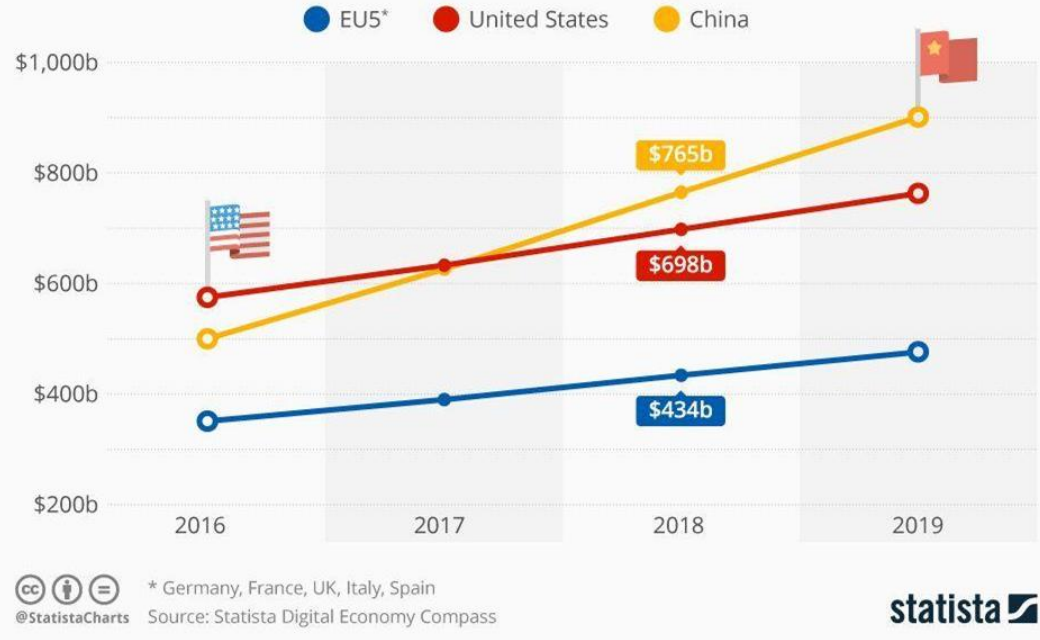
billions

	GMV*	Country of origin
Taobao	\$515.0	China
Tmall	\$432.0	China
Amazon	\$344.0	US
JD.com	\$259.0	China
eBay	\$96.0	US
Walmart	\$36.0	US
Wish.com	\$8.0	US
Houzz	\$7.9	US

Note: \*GMV is the total value of goods sold on the marketplace and of the companies' own inventory

Source: Internet Retailer as cited in company blog, Feb 8, 2019

Digital B2C market revenue forecast (e.g. e-commerce, e-travel and digital media)



Source : Statistica





## Introduction

- ① Le produit des **ventes transfrontalières de e-commerce** serait de plus de **100 milliards de dollars**.
- ① E-commerce entre la **Chine et la France** : **ouverture de filiales françaises de :**
  - **la plateforme Tmall de Alibaba**
  - **la plateforme JD.com**
- ① L'implantation de marques étrangères sur ces plateformes **augmente chaque année de 50%**.





## Introduction

- **Accessibilité des produits contrefaisants** due au développement de plateforme transfrontalières
- Base manufacturière de la Chine + faible protection des droits de PI = **nombre colossale de contrefaçons sur l'internet chinois.**
- Exemple : **seulement 37 % des marchandises examinées sur Taobao.com seraient authentiques.** (Source : AIC Chine)
- Nouveau risque important pour les titulaires de droits de PI
- **Stratégie globale de PI de toute entreprise**
- Nécessité d'envisager les **moyens d'action en Chine et en France**



## **Sommaire**

---

### **I. LUTTER CONTRE LA CONTREFAÇON SUR L'INTERNET CHINOIS EN CHINE :**

**A.** Aperçu du droit du digital en Chine

**B.** Les litiges sur internet en Chine

**C.** Les différents modèles de e-commerce : conditions générales des plateformes

**D.** La loi sur le e-commerce de 2018

**E.** Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en Chine

**F.** Le développement récent du droit d'auteur en ligne



## **Sommaire**

### **II. LUTTER CONTRE LA CONTREFAÇON SUR L'INTERNET CHINOIS EN FRANCE**

- A.** Le droit du commerce en ligne en France : la distinction entre éditeur et hébergeur
- B.** Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en France, notamment contre la plateforme chinoise Alibaba



**LUTTER CONTRE LA  
CONTREFAÇON SUR L'INTERNET  
CHINOIS EN CHINE**



## Aperçu du Droit du Digital en Chine

### Les textes majeurs du Droit du Digital en Chine :

- Les règles de protection des **données personnelles des télécommunications et des utilisateurs d'Internet**, 2013
- La Loi chinoise sur la **signature électronique**, 2015
- Les mesures administratives sur **les services de paiement des institutions non financières**,  
Les mesures administratives sur **les activités de paiement en réseau des établissements de paiement non bancaires**, 2015
  - concernent **WeChat Pay, et Alipay**



## Aperçu du Droit du Digital en Chine

### Les textes majeurs du Droit du Digital en Chine :

- La Loi chinoise sur la **publicité**, 2015
- Dispositions administratives relatives aux services d'information sur **les applications Internet mobiles**, 2016
- Mesures relatives à **l'examen de sécurité des produits et services en ligne** de 2017
- La Loi chinoise sur **la Cybersécurité**, 2017
- La Loi chinoise sur **le E-commerce**, 2018



## Aperçu du Droit du Digital en Chine

### Les autorités gouvernementales du Droit du Digital en Chine :

- **MOFCOM : ministère du commerce** comprend 32 départements dont un département dédié au **e-commerce**
- **AIC : Administration nationale de l'industrie et du commerce**
  - **administration centrale + bureaux à l'échelle locale**
- **MIIT : Le ministère de l'industrie et des technologies de l'information**
  - la réglementation et du développement des services postaux, de l'Internet, de la radiodiffusion, des communications, de la production des nouvelles technologies de l'information





## **Aperçu du Droit du Digital en Chine**

### Les autorités gouvernementales du Droit du Digital en Chine :

- **SAPPRFT : Administration de la presse, des publications, de la radio, du cinéma et de la télévision**
- **BSP : Bureau de la sécurité publique**
- **CAC : Administration du cyberspace de la Chine**
  - fondée en 2014, l'organisme central **de réglementation, de censure, de surveillance et de contrôle** de l'Internet chinois.



## Litiges sur internet en Chine

- **Le droit chinois de la procédure civile** s'applique aux litiges résultant d'activités de e-commerce
- La compétence est établie par **dispositions contractuelles**, qui peuvent :
  - ✓ Soumettre le litige au **tribunal compétent**.
  - ✓ Soumettre le litige à **un tribunal d'arbitrage**
- Les parties contractantes peuvent convenir **par écrit de se soumettre à la compétence du tribunal du lieu qui a un lien avec le litige,**



## Litiges sur internet en Chine

- **La jurisprudence de la Cour Suprême** prévoit expressément :
  - ✓ **Le domicile de l'acheteur** est le lieu d'exécution du contrat.
    - Ce sera nécessairement **la Chine pour les litiges crossborder impliquant une société étrangère et un consommateur chinois**
  - ✓ S'il s'agit d'une **livraison**, le lieu de réception sera le lieu d'exécution du contrat



## Litiges sur internet en Chine

- **Les règles générales de détermination de la loi chinoise s'appliquent** aux contrats conclus en ligne :
  - **2 parties sont des entités chinoises** et que l'objet du contrat concerne la **Chine** : le contrat est régi par **le droit chinois**
  - un contrat comporte un élément d'**extranéité** :
    - les **parties concernées peuvent choisir le droit étranger** comme loi applicable au contrat



## Litiges sur internet en Chine

- Il n'existe pas de service général de règlement extrajudiciaire des différends offerts aux commerçants et clients en ligne en Chine.
- Toutefois, **certaines initiatives** sont à noter :
  - **la China International Economic and Trade Arbitration Commission (CIETAC)**
  - **Les « Smart Courts » sur WeChat**
  - **Les Tribunaux d'Internet : Hangzhou, Beijing et Guangzhou**
  - **Les plateformes de e-commerce proposent des plateformes de règlements des litiges en ligne. (ex : Alibaba avec Tao Bao)**



## Les différents modèles de e-commerce

### □ Les fournisseurs de plateforme

- **mode opératoire** : fournisseurs de plateforme pour les marques et revendeurs étrangers qui ouvrent une « boutique en ligne »
- **Source de profit** : frais de la plateforme et commissions sur les ventes
- **exemple d'acteurs** : JD.com, Tmall Global, Tao Bao



### □ Les opérateurs autonomes

- **mode opératoire** : source des produits étrangers pour les vendre en Chine, ils prennent souvent en charge toute la chaîne de distribution
- **Source de profit** : pourcentage du profit des ventes
- **exemple d'acteurs** : JD.com, Amazon





## Les différents modèles de e-commerce

### □ Les spécialistes :

- **Mode opératoire** : vente de produits étrangers sur leur propre site de e-commerce
- **Source de profit** : rémunération sur les ventes totales
- **exemple d'acteurs** : mia.com

蜜芽 mia.com  
进口母婴限时特卖

也买酒  
yemaijiu.com

### □ Les sites personnels des marques

- **Mode opératoire** : vente sur un site “.cn” de la marque, directement géré et exploité par la marque
- **Source de profit** : 100 % pour la marque
- **exemple d'acteurs** : H&M

H&M





## La nouvelle loi e-commerce, 2018

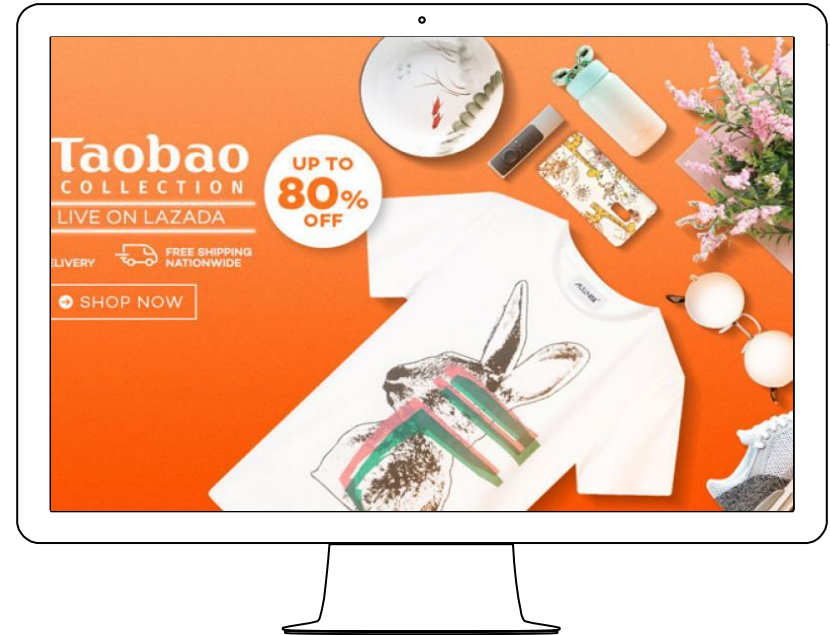
- **Entrée en vigueur** : le 1er janvier 2019.
- **Objectifs** : développement « durable » et « sain » du e-commerce notamment par la **lutte contre les escroqueries et les contrefaçons**
- **Territoire** : Chine
- **3 types d'opérateurs** :
  - les opérateurs de e-commerce
  - les exploitants de plateformes de e-commerce
  - les opérateurs de commerce sur plateforme





## La nouvelle loi e-commerce, 2018

- La réaffirmation du **droit de notification** pour les titulaires de droits de PI
- Les **mesures nécessaires** à prendre par les plateformes :
  - la **suppression**,
  - le **blocage**,
  - la **résiliation des transactions**.
- **Encadrement** :
  - une **preuve préliminaire** de la constitution de l'atteinte
  - la possibilité pour les vendeurs de soumettre une **déclaration de non-infraction**





## La nouvelle loi e-commerce, 2018

- Les obligations des vendeurs :
  - enregistrer leur entité commerciale
  - page d'accueil : licences d'exploitation et licences administratives
- Les obligations des plateformes :
  - requérir auprès des vendeurs : identité, adresses, licence administrative, etc.
  - produits, services et transactions doivent être **enregistrés** et **conservés**
  - rendre **publiques les mesures prises**
  - rendre **identifiables ses propres activités**





## La nouvelle loi e-commerce, 2018

### Les obligations des plateformes liées à la protection des droits de PI :

➤ prendre promptement les mesures nécessaires pour faire cesser l'atteinte et pour transmettre au vendeur l'avis d'infraction

■ si elle a **connaissance de l'atteinte** ou simplement dans le cas où **elle devrait en avoir connaissance**

■ la **simple présomption** suffit

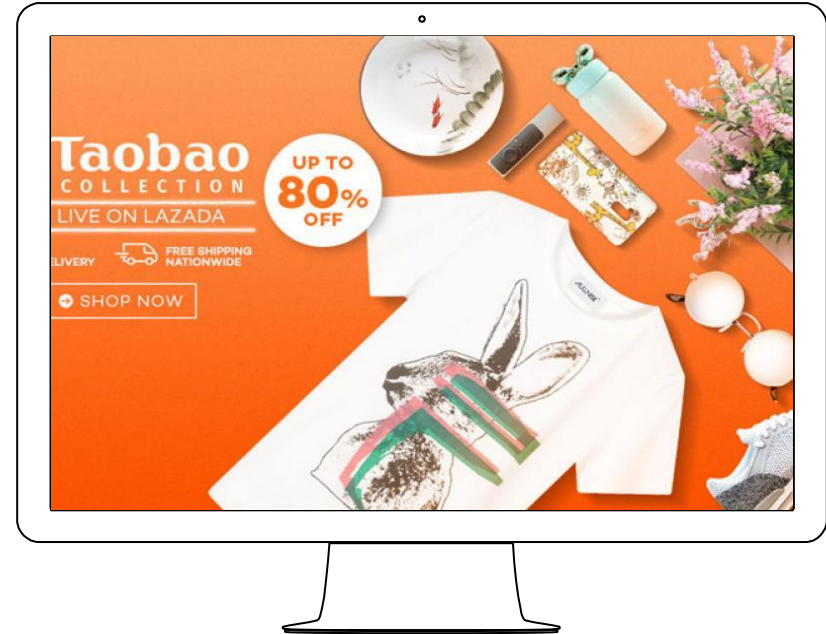




## La nouvelle loi e-commerce, 2018

### La responsabilité des plateformes :

- la plateforme **faillit à son obligation de prendre rapidement les mesures nécessaires pour faire cesser l'atteinte**
- **solidairement responsable** avec les vendeurs de toute augmentation des dommages
- une amende comprise jusqu'à **500.000 yuans**, ou dans des circonstances plus sérieuses : **2 millions de yuans**





## Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en Chine

- La Chine se place **au sommet du classement des pays producteurs de biens contrefaits et piratés**
- **23ème place du classement des économies les plus touchées par la contrefaçon et le piratage** (rapport conjoint de l'OCDE et de l'EU IPO, paru le 18 mars 2019 )
- **Le Bureau du représentant américain au commerce**, dernier rapport :
  - Urgent que la Chine entreprenne des **réformes sérieuses et profondes de son cadre juridique relatif à la PI.**
  - Les plateformes de e-commerce chinoises dans la « **Notorious Markets List** » (marchés notoires de contrefaçons) : **Pinduoduo.com, Taobao, et Dhgate.com**





## Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en Chine

### ● Alibaba :

- Programmes de lutte anti-contrefaçon, création en 2017 l'IP Protection Platform (dite « IPP Platform »)
- **96% des signalements ont été traités dans un délai de 24h** (chiffres diffusés par Alibaba)
- En 2019, Alibaba revendique avoir engagé **86 actions contre des contrefacteurs**.







## Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en Chine

- Alibaba :

- Les Tribunaux chinois augmentent la pression sur ces plateformes et sur leurs boutiques en ligne:

- Exemple en 2019 :

- Des boutiques sur Alibaba et Taobao avaient vendu 2,2 millions de yuans de **produits Gucci et Burberry contrefaits**
- Condamnations : jusqu'à **4 ans de prison**, en plus **d'amendes**



## **Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en Chine**

① Les sites de e-commerce chinois ont mis au point des mécanismes de retrait en ligne :

- Pour les sites nationaux, tels que Taobao, Tmall et 1688.com :
  - dépôts de brevets et de marques chinoises
  
- Pour les sites internationaux, comme Aliexpress ou Alibaba :
  - certificats d'enregistrement chinois ou étrangers



## Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en Chine

● IP Protection platform Alibaba : (accessible sur app.alibabagroup.com)

**Alibaba Group** | IP Protection Platform  
ipp.alibabagroup.com

Sign in Register 中文 | English

Home Principle & Policy Good-faith Takedown SME Support Center AACA

**ALIBABA GROUP INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS PROTECTION HANDBOOK**

Now available in seven languages, making it easier than ever to use the IPP

Alibaba IPR Protection Handbook 2019

**IPP Platform Instructions**

Please submit your identification document and intellectual property right document via this platform. After document authentication, you may submit infringement complaint or join our cooperation program.

Complaint Procedure | Required Materials | Video Tutorials

**Alibaba Anti-Counterfeiting Alliance**

AACA is the first alliance of its kind. AACA combines brand and industry knowledge together with Alibaba's e-commerce technology and platform insights in order to protect IP more effectively.

Mission & Vision | Membership | Practices



## Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en Chine

### ⊙ IP Protection platform Alibaba : (accessible sur [app.alibabagroup.com](https://app.alibabagroup.com))

- Dépôt des plaintes concernant la violation de **marque, droit d'auteur et brevet**
- Ouvrir un **compte et de prouver son identité et son droit de PI**
- Fournir un **certificat chinois** / ou **étranger** si absence de droits en Chine
- Les plaintes soumises sont traitées en principe en **24 heures**
- En cas de contrefaçon : les pages des articles contrefaits sont **supprimées**
- En cas de doute : **preuves complémentaires** + **contre notification (contradictoire)**
- **Conformité loi e-commerce de 2018**



## **Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en Chine**

### **Stratégie globale de défense de droits de PI :**

- **Adaptée à l'identité du vendeur**
- **Engager des procédures administratives et/ou judiciaires**
- **Sélectionner les plateformes** sur lesquelles signaler les contrefaçons
- **Organiser des réunions régulières** avec les plates-formes
- **Favoriser les enquêtes conjointes**



## Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en Chine

### ◎ Stratégie globale de défense de droits de PI :

- **Contacter les AIC locaux** : demander l'accès aux coordonnées et aux dossiers bancaires, identifier, localiser, et travailler ensemble sur les actions à mener
- **Engager des actions civiles** visant à la **préservation de preuves** de dossiers
- Déposer des **actions** visant à **saisir les actifs** des contrefacteurs
- Organiser **régulièrement des opérations d'ampleur** + **lutte contre la récurrence**
- Potentiellement, s'adresser à la **radio ou à la télévision locale**



## Le développement récent du droit d'auteur en ligne

- **La publication d'un contenu protégé par le droit d'auteur** sur son site Web sans le consentement du propriétaire est **une infraction au droit d'auteur.**
- Si l'exploitant d'un site Web sait ou devrait savoir qu'un utilisateur de son site Web viole le droit d'auteur d'un tiers mais **ne prend pas les mesures nécessaires pour mettre fin à cette violation :**
  - l'exploitant du site Web peut être tenu **responsable** pour avoir permis à **un tiers de commettre un acte de contrefaçon**



## Le développement récent du droit d'auteur en ligne

- L'augmentation récente de la protection du droit d'auteur sur l'internet chinois est importante sous la pression de **Baidu, Tencent** etc.
- Le géant chinois de recherche **Baidu** Inc a été un **fléau de l'industrie musicale et audiovisuelle**, mais il devient aujourd'hui le **garant et le défenseur du droit d'auteur en Chine**.
- Si **Baidu** est impliqué dans une affaire de violation du droit d'auteur, c'est **en demande**.

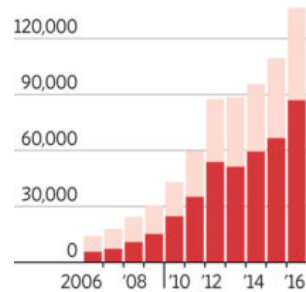
### China Gets Copyright Religion

China has seen an uptick in copyright cases in recent years, as Chinese firms defend the content and intellectual property they buy from others or creates on their own.

Intellectual property cases received by Chinese courts

■ Copyright ■ Other

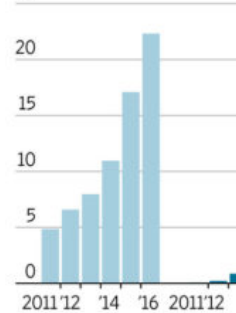
150,000



Spending in content, in billions of yuan

■ Tencent\* ■ Baidu

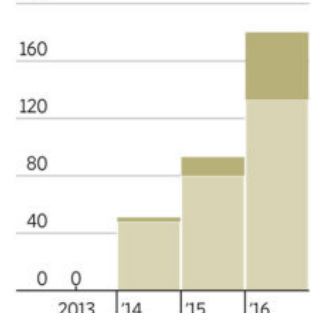
25



Number of lawsuits by Baidu's streaming service iQiyi

■ As plaintiff ■ As defendant

200



\*Includes agency fees

Sources: China's Supreme People's Court (cases); the companies; IPHouse (lawsuits)

THE WALL STREET JOURNAL.

Source : Wall Street Journal





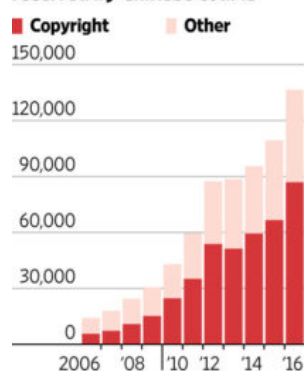
## Le développement récent du droit d'auteur en ligne

- Le droit d'auteur **n'est plus imposé à la Chine par les États-Unis**. C'est maintenant **un outil pour les chinois**.
- Près de **90 000 affaires liées au droit d'auteur ont été déposées en Chine** (source : Cour suprême de Chine) soit **15 fois plus qu'en 2006**.
- **Changement dans la façon dont les titulaires de droits de PI occidentaux agissent en Chine** notamment en **concédaient sous licence à des sociétés chinoises** (comme Baidu et Tencent)

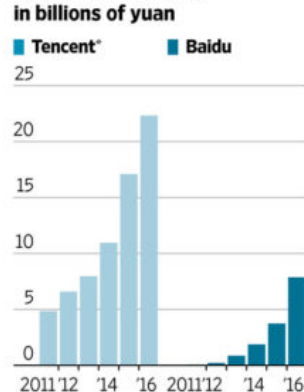
### China Gets Copyright Religion

China has seen an uptick in copyright cases in recent years, as Chinese firms defend the content and intellectual property they buy from others or creates on their own.

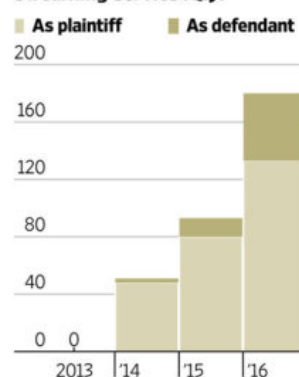
Intellectual property cases received by Chinese courts



Spending in content, in billions of yuan



Number of lawsuits by Baidu's streaming service iQiyi



\*Includes agency fees

Sources: China's Supreme People's Court (cases); the companies; IPHouse (lawsuits)

THE WALL STREET JOURNAL.

Source : Wall Street Journal



## Le développement récent du droit d'auteur en ligne

- La nouveau projet de loi sur le droit d'auteur, (août 2020) prévoit notamment :
  - des **dommages-intérêts punitifs** pouvant atteindre **5 fois les dommages réels**,
  - **une augmentation exponentielle des dommages-intérêts légaux** maximums de **500 000 RMB à 5 000 000 RMB** (environ 700 000 euros), et
  - un **renversement de la charge de la preuve** pour prouver les dommages-intérêts



## Le développement récent du droit d'auteur en ligne

- Cas récents de 2019 :

1. **Shanghai c/ Chen et autres** : 20 000 films piratés. Condammations : peines de prison allant de 10 mois à 4 ans et des amendes de 20 000 RMB à 500 000 RMB.
2. **Anhui c/ Xu et Wang** : contenus collectés sans autorisation sur d'autres sites web, 7 millions de RMB de revenus via la publicité. Condammations : 4 ans de prison et une amende de 4 millions de RMB.
3. **Anhui c/ Zhao** : piratage massif de livres imprimés en vendant plus de 1,78 million de livres piratés. Condammations : 5 ans de prison et une amende d'1 million de RMB.
4. **Sichuan c/ Qiu** : code source du logiciel de jeux vidéos, 82 millions RMB de revenus. Condammations : 5 ans de prison et une amende de 4 millions de RMB.



## Le développement récent du droit d'auteur en ligne

- ❑ **Le Dépôt du droit d'auteur en Chine :**
  - Il est utile **d'enregistrer son œuvre afin de prévenir de potentiels conflits ou afin de préparer une cession de licence à un partenaire chinois**
  - La possibilité d'enregistrer votre droit d'auteur (cinéma, livre, logiciel, œuvre architecturale, etc.) en Chine permet de **dater votre création et de certifier votre titularité :**
    - un enregistrement au **CPCC** (Centre de protection de droit d'auteur de Chine)
    - **Éléments à fournir :** copie du document d'identité de l'auteur, une copie de l'œuvre créée, une déclaration sur l'honneur faite par l'auteur et une brève description
    - Après un **délai de 30 jours** le « Certificat de droit d'auteur » est disponible



# Le développement récent du droit d'auteur en ligne

## ❑ La preuve par Blockchain acceptée en Chine :

### ● **Jurisprudence :**

**Blue Jeans vs. China Growth Capital - Tribunal de l'Internet de Pékin (9 avril 2019) :**

Preuves provenant du dépôt auprès du Copyright Center et d'une blockchain (« Copyright Chain ») acceptées

➤ Preuve acceptée par la Cour Suprême de Chine (avis)



Certificat de dépôt de l'oeuvre (Copyright Center)



Certificat de preuve électronique (Blockchain)



**LUTTER CONTRE LA CONTREFAÇON  
SUR L'INTERNET CHINOIS EN  
FRANCE**



## **Le droit du commerce en ligne en France : la distinction entre éditeur et hébergeur**

- La directive 2000/31/CE du 8 juin 2000, dite « commerce électronique » :
  - **Les fournisseurs d'accès et d'hébergement** : régime de **responsabilité limitée**
- La loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, dite LCEN :
  - **Les hébergeurs** : régime de **responsabilité limitée**



## **Le droit du commerce en ligne en France : la distinction entre éditeur et hébergeur**

### **○ La distinction entre éditeur et hébergeur :**

#### **▪ L'éditeur**

- Une personne physique ou morale qui publie des pages internet dont il **sélectionne les contenus, procède à l'assemblage, et à la mise en forme**
- **Rôle actif**
- **Obligation de surveillance du site :**
  - **contrôler et empêcher la diffusion de tout contenu illicite ou contrefait**





## Le droit du commerce en ligne en France : la distinction entre éditeur et hébergeur

### ○ La distinction entre éditeur et hébergeur :

#### ▪ L'hébergeur

- Fournissant **une prestation de stockage du contenu, sans choix des contenus.**
- **LCEN** : « *personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par des destinataires de ces services.* »
- **Rôle passif, purement technique.**
- **Pas d'obligation générale de surveillance.**



## Le droit du commerce en ligne en France : la distinction entre éditeur et hébergeur

- Les régimes distincts de responsabilités :
  - **L'éditeur**
    - **Rôle actif**
    - Responsabilité des éditeurs est **plus stricte** que celle des hébergeurs
    - **Obligation de vigilance**
    - **Pleinement responsable**



## Le droit du commerce en ligne en France : la distinction entre éditeur et hébergeur

- Les régimes distincts de responsabilités :
  - **L'hébergeur**
    - **Rôle passif**, à ce titre leur responsabilité s'en retrouve **limitée**.
    - **Pas d'obligation générale de surveillance**.
    - **Pas de responsabilité pénale ou civile**.
    - Sauf, si l'hébergeur est **notifié** d'un contenu illicite ou contrefaisant et s'il ne retire pas celui-ci. Il peut-être tenu **responsable** (l'article 6-1-5 de la LCEN).
    - Contrôle JP : rôle actif dans la connaissance ou le contrôle de données stockées



## Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en France

- **La jurisprudence en matière de responsabilité des plateformes :**
  - **Google, le service de référencement (CJUE, 23 mars 2010, Google)**
    - Pas de rôle actif
    - Hébergeur
  - **Dailymotion, le site de vidéos en ligne (Civ. 1ère, 17 février 2011, Dailymotion)**
    - Opérations purement techniques
    - Pas de sélection des contenus mis en ligne
    - Hébergeur

# Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en France



- La jurisprudence en matière de responsabilité des plateformes :
  - eBay, le site d'e-commerce (Com., 3 mai 2012, eBay)
    - Fournit des informations permettant aux vendeurs **d'optimiser leurs ventes**,
    - **Assiste les vendeurs dans la description** des objets mis en vente
    - **Rôle actif** de nature à lui conférer la **connaissance et le contrôle** des informations stockées
    - Editeur

# Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en France



- La jurisprudence en matière de responsabilité des plateformes :
- **Alibaba (TJ de Paris, 10 janv. 2020, Alibaba)**
  - **Faits** : Lafuma Mobilier trouve des copies de certains de ses produits, commercialisés par le biais d'annonces publiées sur le site de vente Alibaba.
  - **Demande de retrait**
  - **Pas de retrait pendant plus de 3 mois.**
  - **Assignation** de toutes les sociétés Alibaba

# Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en France



- La jurisprudence en matière de responsabilité des plateformes :
  - **Alibaba (TJ de Paris, 10 janv. 2020, Alibaba)**
    - **1ère ordonnance de référé du 21 novembre 2017** : injonction aux sociétés défenderesses de mettre en œuvre des **mesures de retrait des annonces litigieuses** (Alibaba = éditeur)
    - Ordonnance **infirmée** par la **CA de Paris le 25 janvier 2019**
    - La société Lafuma Mobilier a assigné les sociétés liées au site de vente Alibaba :
      - à titre principal, pour **contrefaçon de marques**
      - à titre subsidiaire, sur le **terrain de la responsabilité au titre de la LCEN**

# Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en France



- La jurisprudence en matière de responsabilité des plateformes :
- **Alibaba (TJ de Paris, 10 janv. 2020, Alibaba)**
  - Conclusions du TJ de Paris sur **la qualité** de la plateforme :
    - Ces services en ligne n'ont qu'une **finalité technique et logistique**
    - **Pas de rôle actif, notamment éditorial**
    - Sa responsabilité **ne saurait donc être recherchée en tant qu'éditeur**
    - **Hébergeur**



# Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en France



- La jurisprudence en matière de responsabilité des plateformes :
- **Alibaba (TJ de Paris, 10 janv. 2020, Alibaba)**
  - Conclusions du TJ de Paris sur la responsabilité de la plateforme :
    - Pas d'**obligation générale de surveillance des informations stockées**
    - **Responsabilité de l'hébergeur** si absence de retrait en cas de notification
    - La suppression de l'annonce après 3 mois n'est **pas un prompt retrait**
    - **Engage donc la responsabilité de la plateforme en tant qu'hébergeur.**

# Les moyens d'action contre la contrefaçon sur les sites de e-commerce en France



- **Cour des comptes : rapport de février 2020, 11 recommandations** afin de lutter contre la contrefaçon :
  - **Révision de la Directive sur le commerce électronique 2000/31/CE**
  - **Constat : Caractère imprévisible du régime actuel et difficultés d'application**
  - **Préconisations : Une obligation de vigilance renforcée pour les hébergeurs**
  - **Nouvelles mesures de vigilance contre la contrefaçon :**
    - ✓ **outils de reconnaissance,**
    - ✓ **vérifications de l'identité des vendeurs,**
    - ✓ **information plus complète des consommateurs.**



# Merci de votre attention !

Des questions ?

**Contact :**

- **Mail :** [Sydney@chicheattaliavocats.com](mailto:Sydney@chicheattaliavocats.com)
- **LinkedIn :** Sydney CHICHE-ATTALI
- **WeChat :** SydneyChiche1

