

Navee veut révolutionner la lutte contre la contrefaçon avec son intelligence artificielle

Rien qu'en France, 37 % des consommateurs ont déjà acheté sans le vouloir un produit contrefait. Pour lutter contre ce fléau en pleine croissance, une startup française propose une solution innovante basée sur l'intelligence artificielle.

Temps de lecture : minute

16 novembre 2023

Navee vient d'être élue solution la plus innovante dans le monde de la propriété intellectuelle par la International Trademark Association ([INTA](#)). Une reconnaissance qui vient récompenser tout le travail que la startup française a mené depuis plus de quatre années maintenant. Sa technologie basée sur l'IA pour lutter contre la contrefaçon en ligne a permis de traiter plus de 50 millions d'images et a aidé une centaine de marques mondiales à économiser plus de 500 millions de dollars.

Une bonne nouvelle pour les fabricants confrontés à la croissance significative de la contrefaçon avec le développement du commerce en ligne. Elle représente en effet à ce jour 10 % du chiffre d'affaires mondial du luxe et de la mode, soit 3 trilliards de dollars et 180 milliards d'euros sont ainsi « perdus » chaque année en Europe. « *Une catastrophe économique mais aussi humaine puisque la plupart des producteurs de contrefaçons œuvrent dans des conditions de travail et environnementales épouvantables* », ajoute Matteo Amerio, cofondateur avec Matthieu Daviet de Navee.

Les annonces en ligne envahies de contrefaçons

Matteo Amerio confesse avoir « *toujours aimé l'idée d'apporter un impact positif dans le monde* ». Il a développé un sens du commerce notamment grâce à son grand-père en Italie qui lui donnait moins d'argent que le prix d'une glace pour qu'il apprenne à négocier avec le vendeur. L'aventure Navee ne commence réellement qu'à Stanford où, avec son acolyte, il cherche un logement et découvre que les annonces en ligne sont en réalité envahies de contrefaçons. Le duo décide alors d'utiliser la technologie de computer vision qu'il développait dans une startup qu'il avait déjà fondée afin de détecter les produits frauduleux sur internet.

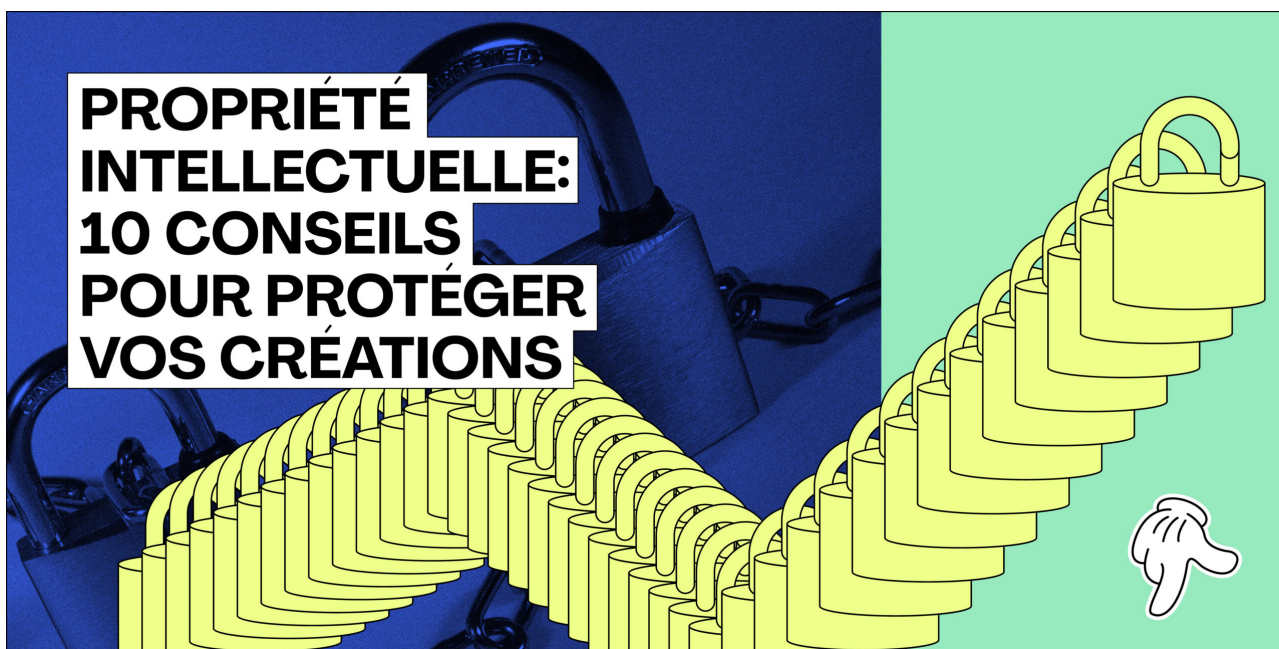
Plus de 4 années ont été nécessaires pour développer la technologie qui automatise la recherche et l'analyse des annonces frauduleuses sur l'ensemble du web. L'intelligence artificielle de Navee décrypte en effet les éléments visuels, graphiques et textuels spécifiques à chacun de ses clients sur Internet de manière très pertinente, ce qui permet de localiser et de maîtriser rapidement le contenu en ligne, mais aussi d'automatiser leur suppression, allant jusqu'à identifier les réseaux qui se dissimulent derrière. Pour rester à la pointe de la technologie, la startup a aussi noué des partenariats avec des acteurs clés de l'industrie comme l'Union des fabricants pour la protection internationale de la propriété intellectuelle ([UNIFAB](#)) ou encore Google.

Une startup internationale depuis Paris

« *Même s'il est plus facile d'obtenir des levées de fonds très importantes aux États-Unis, nous sommes heureux d'avoir choisi la France pour y développer notre activité car nous avons pu bénéficier d'un écosystème favorable au développement des startups avec le soutien notamment de Wilco et Bpifrance* », se réjouit Matteo Amerio. Navee a ainsi pu assurer

en 2019 une levée de fonds en equity de 2,5 millions d'euros et 1 million en dette privée pour développer sa technologie disruptive et ses ressources humaines. Aujourd'hui, plus de 14 nationalités composent désormais l'équipe de cette startup « *internationale depuis Paris* », car « *le choix de la France était aussi d'être au plus près du tissu industriel et artisanal du luxe qui permet de donner une légitimité de la connaissance de ce monde* ».

Navee vient par ailleurs d'intégrer le comité d'anti-contrefaçon de la INTA, une association mondiale qui regroupe plus de 31 000 titulaires de marques et de professionnels spécialisés dans les services liés aux marques et à la propriété intellectuelle. Pour Matteo Amerio, « *l'ambition est à la fois de mener des actions de sensibilisation mais aussi de fédérer les plateformes de marques autour de technologies non plus réactives mais proactives et d'intégrer des discussions mondiales regroupant les gouvernements et marques afin de faire avancer de manière significative la lutte contre la fraude* ».



À lire aussi

Propriété intellectuelle : 10 conseils pour protéger vos créations



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Thibault Caudron