

(12) DEMANDE INTERNATIONALE PUBLIÉE EN VERTU DU TRAITÉ DE COOPÉRATION
EN MATIÈRE DE BREVETS (PCT)

(19) Organisation Mondiale de la Propriété
Intellectuelle
Bureau international



(43) Date de la publication internationale
24 janvier 2008 (24.01.2008)

PCT

(10) Numéro de publication internationale
WO 2008/009851 A2

(51) Classification internationale des brevets : **Non classée**

(21) Numéro de la demande internationale :

PCT/FR2007/051677

(22) Date de dépôt international : 17 juillet 2007 (17.07.2007)

(25) Langue de dépôt : français

(26) Langue de publication : français

(30) Données relatives à la priorité :

06 06475 17 juillet 2006 (17.07.2006) FR

(71) Déposant (pour tous les États désignés sauf US) :

NETEVEN SA [FR/FR]; 101 Boulevard Mac Donald,
F-75019 Paris (FR).

(72) Inventeurs; et

(75) Inventeurs/Déposants (pour US seulement) : **ZEMOR, Grégory** [FR/FR]; 11, rue du Square Carpeaux, F-75018 Paris (FR). **BRAULT, Stéphane** [FR/FR]; 107, rue du Mont Cenis, F-75018 Paris (FR). **RIVIERE, Antoine** [FR/FR]; 57, rue de Condorcet, F-75009 Paris (FR).

(74) Mandataires : **BECKER, Philippe** etc.; Cabinet Becker & Associés, 25, rue Louis le Grand, F-75002 Paris (FR).

(81) États désignés (sauf indication contraire, pour tout titre de protection nationale disponible) : AE, AG, AL, AM, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BH, BR, BW, BY, BZ, CA, CH, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DO, DZ, EC, EE, EG, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, GT, HN, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KM, KN, KP, KR, KZ, LA, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LY, MA, MD, ME, MG, MK, MN, MW, MX, MY, MZ, NA, NG, NI, NO, NZ, OM, PG, PH, PL, PT, RO, RS, RU, SC, SD, SE, SG, SK, SL, SM, SV, SY, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VC, VN, ZA, ZM, ZW.

(84) États désignés (sauf indication contraire, pour tout titre de protection régionale disponible) : ARIPO (BW, GH, GM, KE, LS, MW, MZ, NA, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), eurasién (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), européen (AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HU, IE, IS, IT, LT, LU, LV, MC, MT, NL, PL, PT, RO, SE, SI, SK, TR), OAPI (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

Publiée :

— avec déclaration selon l'article 17.2)a); sans classification et sans abrégé; titre non vérifié par l'administration chargée de la recherche internationale

En ce qui concerne les codes à deux lettres et autres abréviations, se référer aux "Notes explicatives relatives aux codes et abréviations" figurant au début de chaque numéro ordinaire de la Gazette du PCT.

(54) Title: OPTIMISED MANAGEMENT SYSTEM FOR ELECTRONIC COMMERCE OPERATIONS

(54) Titre : SYSTÈME DE GESTION OPTIMISÉ DES OPÉRATIONS DE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

(57) Abstract:

(57) Abrégé :



WO 2008/009851 A2

Système de gestion optimisé des opérations de commerce électronique

5 Problème abordé

La présente invention concerne le domaine du commerce électronique, autrement dénommé e-commerce.

10 Un Français sur deux est aujourd'hui connecté à Internet. Cette population a réalisé plus de 4 millions de transactions en 2005 pour un montant de 9 milliards d'euros. La croissance annoncée du e-commerce en 2006 est de 40%. Dans cet environnement e-commerce, dont le potentiel de croissance est encore important, trois tendances fortes s'annoncent :

- 15 - la volonté des vendeurs de multiplier le nombre de canaux de distribution,
- l'augmentation des coûts marketing, et
 - la consolidation du marché par quelques grands groupes.

20 Développement des activités marchandes multicanal

Une récente étude montre que, dans les années à venir, les vendeurs ne percevront plus leurs magasins en ligne comme des canaux de vente uniques et indépendants. Ils intégreront leurs activités de gestion d'inventaire et de commercialisation à
25 travers des canaux de distribution variés : magasins, sites Internet, places de marché et catalogues. Cette tendance forte en France s'est nettement confirmée aux Etats-Unis où 78 % des vendeurs multicanal américains ont annoncé avoir intégré leurs systèmes de gestion et de promotion d'inventaire à l'ensemble de
30 leurs canaux de distribution et ont investi dans de nouvelles technologies pour s'adapter à ce nouvel environnement multicanal.

Augmentation des coûts marketing

Depuis 2004, tous les indicateurs du e-commerce sont restés dans le vert, sauf un : le coût marketing lié à une vente,

en augmentation de 3,5 euros en 2003 à 7,0 euros en 2004. Dans un environnement e-commerce de plus en plus compétitif, avec des acteurs devenus matures, les coûts marketing et d'acquisition client ont fortement augmenté. Cette dérive peut être
5 partiellement expliquée par une augmentation de la valeur des produits que les vendeurs commercialisent.

Les acteurs de la vente en ligne

Le marché français se concentre aujourd'hui autour d'un nombre limité de gros sites e-commerce représentant une part
10 importante du trafic (Fnac, La Redoute, Cdiscount ...). En parallèle, un nouveau modèle a vu le jour : les sites d'achat/vente ou places de marché du type eBay, Amazon, PriceMinister, Alapage... Ces sites connaissent une croissance encore plus rapide que celle du e-commerce. Ils attirent le plus
15 grand nombre de visiteurs et leur activité de mise en relation entre acheteurs et vendeurs attire des milliers de marchands professionnels.

Une place de marché est un site portail exclusivement réservé au commerce et dont l'objectif est de faciliter la mise en
20 relation entre acheteurs et vendeurs.

Une étude parue en août 2005 positionne les places de marché françaises comme un tremplin pour les TPE/PME. Aux Etats-Unis, eBay fait vivre des dizaines de milliers de petites entreprises. En septembre 2005, 724 000 Américains présentaient
25 eBay comme leur première ou deuxième source de revenu professionnel.

En France également le phénomène prend de l'ampleur et s'appuie sur les sites d'enchères et les places de marché à prix fixes. eBay et Amazon ont déployé leurs places de marché sur le
30 territoire français et une nouvelle vague de places de marché locales les a suivi : PriceMinister, Alapage, 2xMoinsCher ... Ces sites se développent plus rapidement que la moyenne des autres sites e-commerce en France. Ils génèrent des profits et montrent un fort potentiel de croissance. eBay, Amazon et PriceMinister

sont aujourd'hui placés à la 1ère, 6ème et 7ème place des sites de e-commerce les plus visités de France. eBay France est aujourd'hui le plus grand site de e-commerce, devant la Fnac, Cdiscount ou La Redoute avec un taux de pénétration de 33%, 6,7 millions de visiteurs uniques et 1,5 milliard de pages vues (source : Nielsen Netratings - Février 2006). Le nombre croissant de visiteurs et d'acheteurs est notamment dû à des investissements marketing massifs, plaçant eBay en tête des annonceurs français.

eBay, Amazon, PriceMinister ou Alapage regroupent déjà ainsi des milliers de vendeurs professionnels, nouveaux entrants et marchands traditionnels, qui utilisent ces places de marché pour développer leurs activités commerciales. Dans ce contexte, ces vendeurs sont toutefois limités dans leur croissance par la complexité technique de la gestion de forts volumes de vente sur une place de marché. Cette complexité est encore amplifiée lorsqu'ils souhaitent contrôler la totalité du cycle de vente sur plusieurs canaux en parallèle. En effet, les places de marchés ont des plates-formes techniques hétérogènes (formats de vente, standards de mise en vente, options de visibilité, typologie de produits allant du spécialiste au généraliste, logiciels de gestion basiques et propriétaires, technologie de communication base de donnée hétérogène) et présentent des spécificités marketing (enchère ou prix fixe, frais d'insertion ou gratuité, création d'annonce ou fiche produit standard ...).

A ce jour, les vendeurs ne peuvent utiliser que les outils propriétaires et très rudimentaires fournis par les places de marché.

Pour surmonter cette difficulté, l'immense majorité des marchands, souhaitant entrer ou développer leur activité sur Internet, font aujourd'hui appel à une agence web, spécialisée en conseil en communication, ou à un éditeur de logiciels proposant des solutions e-commerce, principalement orientées vers la création de sites marchands. Ces vendeurs se voient alors rapidement confrontés à plusieurs obstacles affectant la

rentabilité de leur activité : gestion des ventes et de l'inventaire dans des environnements cloisonnés, coût de développement et de mise à jour d'un site différenciant devant inclure un abonnement à une solution de paiement en ligne, et
5 enfin investissements publicitaires indispensables à l'acquisition de nouveaux clients.

Agences Web

Les agences web fournissent des services pour créer et développer des sites Internet. Le terme "agence web" se réfère la
10 plupart du temps à des sociétés spécialisées dans la communication d'entreprise mais également des sociétés plus technologiques comme des SSII. Depuis 2000, elles se sont développées dans le monde de la publicité, de la technique et du consulting. Elles sont en contact avec de nombreuses sociétés voulant entrer sur Internet
15 mais, à ce jour, aucune d'entre elles ne propose de syndication de catalogue et de gestion de places de marché.

Développeurs et Solutions logicielles

Des logiciels de création de sites, de contenu, ou de vente, existent depuis longtemps. Ces logiciels facilitent le
20 développement de sites à destination de particuliers ou d'entreprises à la recherche d'une solution e-commerce basique. La principale faiblesse de ces solutions réside dans l'absence de passerelle vers les consommateurs finaux. Il s'agit de solutions purement techniques qui facilitent l'activation d'une boutique sur
25 Internet mais ne résolvent pas les problèmes de visibilité, de coût publicitaire et d'acquisition client. Il n'est pas impossible qu'à terme, certains éditeurs de logiciels permettent l'intégration avec les places de marché mais aucun élément ne l'indique à ce jour. Cependant, chaque place de marché à ses
30 spécificités et il ne s'agit pas de simplement publier des catalogues mais de les optimiser au travers de stratégies marketing et de fonctionnalités adaptées. Un logiciel de mise en ligne facilitera uniquement la gestion front office (ou gestion

des produits) mais ne permettra pas une intégration complète en temps réel.

Solution selon l'invention

L'invention concerne un système permettant à un utilisateur d'optimiser la gestion, via un réseau de communication de type Internet, des opérations de commerce électronique effectuées simultanément au travers d'une pluralité de canaux de vente hétérogènes, notamment au travers d'une pluralité de sites Internet marchands. Le système est caractérisé en ce qu'il comporte :

- une base de données associée à des moyens de gestion d'inventaire permettant de répertorier en les centralisant des biens ou des services proposés à la vente par l'utilisateur,

- une pluralité de modèles de mise en vente contenant l'ensemble des informations nécessaires à la publication d'annonces, notamment le prix, la description, le paiement, la livraison, la catégorie et le paiement des biens ou services proposés à la vente,

- des moyens de traitement informatique destinés à générer un robot de publication, ci-après également dénommé « publimat », permettant de combiner une pluralité de modèles de mise en vente et de déterminer les critères de publication d'annonces correspondant à des canaux de vente, notamment à des sites Internet marchands déterminés,

- une interface de gestion, permettant à l'utilisateur de générer une annonce, en :

- activant des moyens de sélection pour sélectionner, dans la base de données, des biens ou des services proposés à la vente et des canaux de vente déterminés,

- affectant le robot de publication ainsi généré aux biens ou des services sélectionnés,

- des moyens de transmission permettant de transmettre l'annonce ainsi générée aux canaux de vente déterminés, en

fonction des critères de publication d'annonces du robot de publication.

La solution proposée est donc une solution complète de mise en vente, gestion d'inventaire, logistique et support client, adaptée aux spécificités des différents acteurs locaux (vendeurs, 5 site d'achat ventes, magasins off-line (ou magasins physiques), moteurs...).

La solution se place au centre des échanges du e-commerce et regroupe la technologie et les services permettant à tout type d'entreprise de pleinement bénéficier de l'exceptionnel 10 potentiel de vente que représentent les places de marché. Solution conçue pour s'adapter à tout secteur d'activité et à toute taille d'entreprise, son champ d'action s'étend du vendeur en ligne ayant déjà une activité e-commerce au nouvel entrant souhaitant trouver 15 une alternative au e-commerce traditionnel.

La solution lève ainsi les barrières du e-commerce en proposant à ses clients des services technologiques et marketing qui couvrent la totalité du cycle de vente en ligne. Plus besoin pour le vendeur de développer son propre site et de subir les 20 investissements techniques et publicitaires. Le système selon l'invention fournit la technique web service (service dont l'accès se fait de manière programmée via un réseau distribué), l'outil (système de gestion), l'expertise (consulting, branding (conseil, création d'image de marque)), et les services (vendeur assistant, 25 logistique) pour centraliser et optimiser la gestion d'une activité marchande multicanal :

- gestion de sites d'achat ventes (du type eBay, Amazon, PriceMinister, Alapage),
- gestion de site Internet client,
- 30 - centralisation d'inventaires,
- fonctionnalités avancées de mise en vente et d'automatisation,
- marketing croisé,
- traitement automatique des commandes et paiements.

La solution de mise en vente, gestion d'inventaire, logistique et support client, selon l'invention est adaptée aux spécificités des différents vendeurs (TPE/PME, vendeurs en ligne, grandes marques...).

5 Le système selon l'invention permet de centraliser les catalogues produits et maximise leur rendement en les publiant sur les principaux canaux de vente en ligne.

L'invention se différencie des solutions existantes en proposant bien plus qu'un outil de gestion :

- 10 - fonctionnalités avancées utilisant les technologies les plus avancées du marché,
- solution clé en main reposant sur une solide expertise technologique, développée en interne,
- adaptation aux spécificités des différents acteurs
- 15 locaux (vendeurs, places de marché, moteurs...),
- connaissance poussée de l'environnement e-commerce,
- plate-forme locale et multilingue.

Une nouvelle génération de plate-forme e-commerce

Proposée en mode ASP (Application Service Provider) et

20 basée sur un modèle économique souple, le système selon l'invention permet aux petites entreprises comme aux grandes marques de disposer d'une solution « clés en main », opérationnelle en quelques heures. Utilisant la technologie des web services, l'application mise en place fluidifie les interfaces

25 entre le vendeur et ses canaux de distribution en ligne.

Caractéristiques :

Centralisation de la gestion des activités marchandes multicanal : sites d'achat ventes et site Internet client.

Automatisation de l'ensemble du cycle de vente en

30 ligne : augmentation du volume de vente, réduction des coûts, et amélioration du service client.

Monitoring de l'activité en temps réel.

Optimisation de la stratégie en ligne.

Configuration de l'interface aux besoins et contraintes des vendeurs.

Intégration dans tout système existant.

Centralisation : gestion de catalogues multiples et
5 contrôle de toutes les opérations de vente et de marketing en
ligne à partir d'une seule interface utilisateur (système front et
back office (front office : gestion des produits / back office :
système de gestion administratif)) entièrement paramétrable et
accessible en temps réel à partir d'un navigateur Internet
10 standard.

Automatisation : programmation des critères de mises
et remises en vente, des règles marketing et promotions croisées.
Exécution automatique, sans aucune intervention humaine.

Adaptation : ajout immédiat de nouveaux canaux en
15 fonction de l'évolution du marché en ligne, développement rapide
de l'activité en ligne en France et à l'international. Ajustement
des fonctionnalités pour répondre aux demandes spécifiques et aux
contraintes de chacun.

Optimisation : gestion automatique par canal et inter-
20 canal permettant l'allongement du cycle de vie, la réduction des
frais de vente et l'optimisation du ROI des vendeurs.

Fonctionnalités

Les fonctionnalités sont optimisées pour la gestion
multicanal. Pour répondre au mieux aux problématiques multicanal,
25 le système selon l'invention procure des fonctionnalités visant à
faciliter tout développement d'activité dans des environnements
différents. Chaque canal propose des spécificités propres à
savoir:

- formats de vente,
- 30 - standards de mise en vente,
- options de visibilité,
- typologie de produits allant du spécialiste au
généraliste,
- logiciels de gestion basiques et propriétaires,

- technologie de communication base de données hétérogène.

Les inventeurs ont ainsi travaillé en collaboration avec les équipes techniques et marketing de chaque canal afin de
5 rendre l'hétérogène homogène au travers de fonctionnalités et de séquences de publication inédites à ce jour.

Les fonctionnalités disponibles sont ci-après énumérées.

INVENTAIRE :

10

Gestion d'inventaires

Gestion des images

Import de bases de données

Intégration

MISE EN VENTE :

15

Fonctionnalités avancées de mise en vente

Publication et programmation

Automatisation des remises en vente

FINS DE TRANSACTION :

Traitement des commandes et paiement

20

Communication client automatisée

Panier unique et configurable

PROMOTION :

Marketing croisé

Boutique / Site configurables

25

Modèles d'annonces personnalisées

Emailing (Envoi de courriels)

OPTIMISATION :

Optimisation des rendements et des frais

Reporting (Rapports d'activité)

30

Développement d'activité

CONFIGURATION :

Configuration de site d'achat ventes

Configuration site Internet

Configuration comptes clients

Afin d'adresser les problématiques liées à la gestion de canaux de vente hétérogènes, le système met en place des outils inédits à ce jour.

Les modèles : ils contiennent toutes les informations
5 nécessaires à la publication. Il existe 6 modèles : prix -
description - paiement - livraison - catégorie - paiement. Ces
modèles permettent à tout vendeur de s'affranchir de la complexité
de chaque canal. Grâce aux interactions avec les bases de données
des sites partenaires, le système procure aux vendeurs la
10 technologie et les outils lui permettant de vendre sur tous ses
canaux de distribution sans être tributaire des contingences
technologiques de ces derniers.

L'autre innovation développée est un meta modèle
appelé le « Publimate ». Le Publimate est le robot de publication
15 qui combine les modèles de mise en vente et qui détermine les
critères de publication d'annonces sur chaque site d'achat vente.

Au final, les séquences s'articulent de la façon
suivante :

Modèles Prix + Description + Livraison + Paiement +
20 Programmeur = Publimate

Inventaire + Publimate = Annonce sur canaux de vente

On va maintenant décrire le procédé suivi par un
vendeur souhaitant mettre en place son activité au moyen du
système selon l'invention et bénéficier de la structure simplifiée
25 de publication multicanal.

Phase de préparation :

- Configuration : Choix des préférences et
informations relatives son activité commerciale.

- Inventaire : Création de la base de données
30 d'inventaire objet par objet ou par lot, en important son
inventaire.

- Dossiers : Organisation de la structure de
classement des dossiers.

- Modèles : Définition des modèles Prix - Description - Paiement - Livraison - Catégorie - Programmeur.

- Publimate : Création des meta modèles de publication à partir des 5 Modèles de base.

5 Phase de publication :

- Annonce : Création des annonces en affectant un Publimate aux objets de son inventaire ou à des dossiers complets.

10 - Publication : Publication en 1 clic, manuelle ou automatique, sur les sites d'achat ventes de son choix.

Phase de gestion

- Suivi : Visualisation de ses annonces et de leur évolution dans le tableau de bord.

15 - Edition : Modification ou annulation des annonces en vente, à l'unité ou en lot.

- Fins de transaction : information sur les ventes, gestion de l'activité et modification du statut des commandes.

20 On va maintenant décrire les Détails des séquences fonctionnelles de la console de gestion multicanal.

SECTION 1 - Préparation

Inventaire

25 L'inventaire correspond au stock disponible et à la liste des produits à publier sur les différents canaux. L'importation, l'édition et le classement de l'inventaire pour une gestion par lots sont des fonctionnalités essentielles. La gestion de l'inventaire est la pierre angulaire de la solution selon l'invention, un système robuste permet de contrôler avec 30 efficacité un plus grand volume de ventes.

La multiplication des canaux de vente exige une gestion irréprochable de l'inventaire, la moindre erreur peut s'avérer extrêmement dommageable. C'est pourquoi les outils mis en place par le système selon l'invention opèrent toujours à partir

de la même base de données d'inventaire, constamment à jour, indépendamment du canal de vente (site d'achat vente, site Internet, magasin...). Le système intégré d'inventaire permet d'éviter toute erreur liée à la gestion manuelle des stocks.

5 Le système selon l'invention donne deux possibilités pour créer un inventaire: l'importation d'un inventaire existant ou la création manuelle d'un inventaire, objet par objet.

Créer une fiche produit

10 La création d'un inventaire peut se faire manuellement, objet par objet. Cette fonction est adaptée si le vendeur a un nombre limité de références ou s'il souhaite ajouter quelques objets à un inventaire déjà importé sur sa console. Une fois sur la page de création, le vendeur remplit tous les champs
15 dont il a l'information. Il lui faudra aussi déterminer le modèle catégorie correspondant au produit.

Importer un inventaire

La fonction « Importer un inventaire » permet de transférer un inventaire depuis l'ordinateur du vendeur vers la
20 console et, par la suite, d'effectuer ses mises à jour. La fonction « Importer un inventaire » permet d'aller chercher sur son disque dur un inventaire au format CSV (CSV : Comma Separated Values : format de fichier informatique représentant des données tabulaires) ou Texte (TXT). Le vendeur crée son inventaire en
25 suivant ces 3 étapes :

1/ Afin de remplir tous les champs nécessaires à la publication de son inventaire, il doit utiliser le modèle d'inventaire fourni par le système. Celui-ci reprend les champs obligatoires et les champs optionnels de sa base de données
30 d'inventaire. Il sert de modèle pour constituer son inventaire dans un format directement exploitable.

2/ Le vendeur insère les données de son inventaire dans les colonnes correspondantes du fichier modèle et enregistre le document obtenu au format CSV sur son disque dur.

3/ Le vendeur importe son fichier de base de données dans le système. Pour cela, il clique sur « Importer mon inventaire », recherche sur son disque dur le fichier qu'il a créé et valide. Tous ses produits apparaissent automatiquement dans la
5 section « Inventaire ».

4/ Lors de l'import, les produits seront affectés d'un modèle de catégorie, à savoir celui qui est affecté au dossier dans lequel les produits sont classés.

Gestion des dossiers

10 Les dossiers permettent de classer l'inventaire d'un vendeur comme il le souhaite. La page de gestion des dossiers permet de créer des dossiers, sous-dossiers, sous-sous-dossiers (jusqu'à 6 niveaux) correspondants à sa classification habituelle ou spécifiquement adaptée à son activité
15 en ligne.

A un dossier peut être affecté un modèle catégorie qui sera affecté par défaut aux produits qui y sont classés.

MODELES

20 Le système selon l'invention met à la disposition du vendeur des modèles servant à la mise en ligne de ses annonces. Il crée ses modèles et les affecte à un objet de son inventaire ou à des dossiers entiers pour publier ses annonces sur l'ensemble des canaux de vente qu'il a choisis. Afin de répondre
25 aux spécificités de chaque site d'achat vente, les Modèles présentent parfois un onglet pour chacune d'entre elles. Ces onglets permettent de définir avec précision une stratégie de vente par canal.

La combinaison de 5 modèles permet de
30 facilement créer des annonces. La combinaison de 5 modèles s'appelle le Publimate. Il s'agit d'un méta modèle regroupant tous les paramètres nécessaires à la publication.

Modèles Description + Prix + Livraison +
Paiement + Programmeur = Publimate

Le modèle catégorie, étant spécifique à la nature des produits, sera quant à lui affecté aux dossiers et/ou aux produits.

Un système de tags (tag : balise) est également mis à la disposition du vendeur. Toutes les informations qu'il a enregistrées dans son inventaire ou sur son espace sont accessibles sous forme de tags. Les tags permettent d'insérer dans ses descriptions, ses emails ... les informations inscrites dans sa base de données (Nom, description, prix ...). Le tag rend le modèle générique. Il faut donc considérer le modèle comme le cadre et le tag comme l'information spécifique liée au produit. En publiant les informations produits dans le modèle, on crée ainsi une annonce. Ce système permet de créer 1000 annonces aussi facilement qu'une. Plus besoin de saisir les informations à chaque fois. Le vendeur insère le tag dont il a besoin et le système va chercher l'information correspondant au tag dans sa base de données.

20 Modèle Prix

Le modèle « Prix » permet de définir la politique de prix et d'agir sur la visibilité des articles. Ce Modèle présente un onglet par site d'achat vente. Le meilleur moyen de créer un modèle Prix est d'insérer des tags correspondant aux colonnes Prix de la base de données dans chaque champ et d'y ajouter un coefficient multiplicateur.

Modèle Description

Le Modèle Description est le modèle de présentation d'annonce, aussi appelé « look & feel ». Il s'agit d'un cadre graphique de l'annonce dans lequel les tags vont permettre l'insertion des informations produit.

Modèle Paiement

Les conditions de Paiement varient d'une site d'achat vente à l'autre. Dans cette section, le vendeur

sélectionne le ou les moyens de paiement qu'il accepte et il se sert des champs de texte pour préciser les modalités que les acheteurs finaux devront suivre. Le vendeur définit ses conditions de paiement une fois pour toute et les applique à toutes ses
5 annonces.

Modèle Livraison

Le modèle de « Livraison » comprend toutes les informations relatives à la livraison : modes de livraison France et International, frais liés à chaque mode de livraison, instructions de livraison, conditions d'achats groupés.
10

Modèle Catégorie : Accès : Modèles -> Catégorie

Le modèle de « Catégorie » permet de définir pour chaque site d'achat vente la ou les catégories dans lesquelles les annonces seront classées. A la différence des cinq
15 autres modèles, le modèle de « Catégorie » est spécifique à la nature des produits, il n'est donc pas un élément du publimate, mais est affecté directement à un dossier et/ou à un produit.

Modèle Programmeur : Accès : Modèles -> Programmeur
20

Le « Programmeur » permet de déterminer les conditions de mise et remise en vente. Le modèle Programmeur sert à définir le format de mise en vente, la quantité par annonce (prix fixe uniquement) ainsi que la date et l'heure de mise en
25 vente et les conditions de remise en vente.

PUBLIMATE

Le Publimate est le robot de publication qui combine les 5 modèles de mise en vente et qui détermine les critères de publication d'annonces sur chaque site d'achat vente.
30 Un Publimate est en fait un méta modèle très souvent utilisé dans la gestion quotidienne.

Modèle Description + Modèle Prix + Modèle Livraison + Modèle Paiement + Modèle Programmeur = Publimate

Une fois le Publimate créé, le vendeur associe un objet ou un ensemble d'objet à son Publimate et publie des milliers d'annonces en 1 clic.

Inventaire + Publimate = Annonces

5 La publication des annonces se fait donc en deux temps :

1/ La création d'un Publimate combinant les 5 modèles.

10 2/ L'affectation d'un Publimate aux objets d'inventaire.

SECTION 2 - Publication

Une fois son inventaire associé à ses Modèles, le système donne au vendeur la possibilité de mettre en vente manuellement en un seul clic ou de programmer la date et l'heure de mise en vente. L'automatisation des meilleures pratiques permet d'augmenter le volume de vente et la productivité sans avoir à recruter de ressources additionnelles.

Fonctionnalités avancées de mise en vente

20 Une fois son inventaire associé à ses modèles, le vendeur met ses articles en vente soi-même ou programme la publication en utilisant le Publimate. Il associe ses modèles à ses objets ou à ses dossiers, il active le Publimate et le système publie automatiquement ses annonces sur les sites d'achat ventes choisis.

25 Programmation

Plus besoin d'être devant son ordinateur pour effectuer ses mises en vente. Le vendeur crée ses annonces et détermine les dates et heures de mise et remise en vente par site d'achat vente, le système s'occupe de les publier sans qu'il ait à intervenir. De plus, la programmation des annonces sur certains sites d'achat ventes est considérée comme une option et a donc un coût. En se servant du système selon l'invention, le vendeur programme, met en vente ses produits sans être devant son ordinateur, et économise sur ses options de publication.

Remise en vente

Le Publimate donne accès à des fonctionnalités avancées de mise et remise en vente qui font
5 gagner un temps précieux au vendeur. Il définit combien et quand ses produits devront être publiés, il sélectionne ses conditions de remise en vente en fonction du cycle du produit (vendu, clôturé sans vente, enchère...) et laisse le système gérer sa stratégie de publication automatiquement.

10 Inventaire + Publimate = Annonce(s)
CREATION D'ANNONCES

Pour créer ses annonces et les publier sur les site d'achat ventes de son choix, un vendeur doit simplement sélectionner dans son inventaire les objets à vendre, les associer
15 à un Publimate et choisir les site d'achat ventes sur lesquels il souhaite les publier.

Pour créer des annonces :

- sélectionner un objet, des objets ou un dossier à publier,
- 20 - affecter un Publimate aux objets sélectionnés,
- choisir la ou les sites d'achat ventes sur lesquelles le vendeur souhaite vendre et sélectionner les dates de début et fin de publication.

25 PUBLICATION SUR LES CANAUX DE VENTE

Le vendeur a deux possibilités pour publier ses annonces.

Publication manuelle : mise en vente dès publication manuelle, remise en vente en fonction des règles du
30 Publimate.

Publication automatique via le Publimate : mise et remise en vente en fonction des critères du Publimate.

Arrêt de Publication : désactivation d'un Publimate actif afin que la publication automatique s'arrête.

Sur un plan technique, le système est déployé sur des serveurs de type Linux. Il est développé à partir de technologies distribuées éprouvées (serveurs Twisted et Zope, langage Python) et de la base de données PostgreSQL. Ces technologies garantissent une montée en charge importante et facilitent le déploiement sur un nombre croissant de serveurs.

Sur le plan de la communication, la communication avec les différentes site d'achat ventes se fait à l'aide de protocoles Web Services comme ftp, XML-RPC (au travers d'http ou https) et SOAP.

La communication permanente avec les sites d'achat ventes permet d'effectuer de manière centralisée et transparente toutes les opérations qu'un utilisateur peut faire en se connectant à son compte, ce bien plus aisément qu'avec les outils mis à disposition par les sites d'achat ventes. En outre, ces opérations sont effectuées en lot et peuvent être programmées de manière régulière (une fois par semaine, tous les jours, à une date précise,...).

Le système permet donc de :

- mettre en vente les articles,
- modifier/annuler les annonces en ligne,
- visualiser instantanément les informations sur l'état d'un objet en vente,
- récupérer les commandes, avec toutes les informations sur l'acheteur,
- valider les commandes,
- récupérer les évaluations des acheteurs,
- laisser de manière automatique des évaluations,
- suivre les paiements,
- récupérer ou ouvrir d'éventuels litiges liés à une vente.

Interface de publication

L'interface web est développée à l'aide de technologies émergentes, comme AJAX, qui permettent une utilisation plus confortable et plus rapide que celle offerte par les pages Web classiques. L'interface est en tout point comparable
5 à celle des applications desktop (applications desktop : application installée en local sur l'ordinateur). Elle est accessible à partir d'un simple navigateur Internet par le biais des technologies du Web 2.0. Ces technologies évitent le rechargement systématique, à chaque action, des pages dans le
10 navigateur et réduisent la taille des communications entre le client et le serveur. En conséquence, seules les données pertinentes sont échangées et le client se charge de la mise à jour.

Revendication

1. Système permettant à un utilisateur d'optimiser la
5 gestion, via un réseau de communication de type Internet, des
opérations de commerce électronique effectuées simultanément au
travers d'une pluralité de canaux de vente hétérogènes, notamment
au travers d'une pluralité de sites Internet marchands,
caractérisé en ce qu'il comporte :

10 - une base de données associée à des moyens de gestion
d'inventaire permettant de répertorier en les centralisant des
biens ou des services proposés à la vente par l'utilisateur,

- une pluralité de modèles de mise en vente contenant
l'ensemble des informations nécessaires à la publication
15 d'annonces, notamment le prix, la description, le paiement, la
livraison, la catégorie et le paiement des biens ou services
proposés à la vente,

- des moyens de traitement informatique destinés à
générer un robot de publication permettant de combiner une
20 pluralité de modèles de mise en vente et de déterminer les
critères de publication d'annonces correspondant à des canaux de
vente, notamment à des sites Internet marchands déterminés,

- une interface de gestion, permettant à l'utilisateur
de générer une annonce, en :

25 - activant des moyens de sélection pour
sélectionner, dans la base de données, des biens ou des services
proposés à la vente et des canaux de vente déterminés,

- affectant le robot de publication ainsi généré
aux biens ou des services sélectionnés,

30 - des moyens de transmission permettant
de transmettre l'annonce ainsi générée
aux canaux de vente déterminés, en
fonction des critères de publication
d'annonces du robot de publication.

2. Système selon la revendication 1, caractérisé en ce qu'il est déployé sur un serveur de type Linux.

3. Système selon la revendication 1 ou 2, caractérisé en ce qu'il est développé à partir de serveurs Twisted ou Zope, en langage Python.

4. Système selon l'une des revendications 1 à 3, caractérisé en ce que la base de données est de type PostgreSQL.

10

5. Système selon l'une des revendications 1 à 4, caractérisé en ce que les moyens de gestion d'inventaire comprennent des protocoles Web Services comme ftp, XML-RPC (au travers d'http ou https) et SOAP.

15

PATENT COOPERATION TREATY

PCT

DECLARATION OF NON-ESTABLISHMENT OF INTERNATIONAL SEARCH REPORT

(PCT Article 17(2)(a), Rules 13*ter*.1(c) and (d) and 39)

Applicant's or agent's file reference B0503WO	IMPORTANT DECLARATION	Date of mailing (<i>day/month/year</i>) 21/11/2007
International application No. PCT/FR2007/051677	International filing date (<i>day/month/year</i>) 17/07/2007	(Earliest) Priority Date (<i>day/month/year</i>) 17/07/2006
International Patent Classification (IPC) or both national classification and IPC G06Q30/00		
Applicant NETEVEN SA		

This International Searching Authority hereby declares, according to Article 17(2)(a), that no international search report will be established on the international application for the reasons indicated below.

1. ☐ The subject matter of the international application relates to:
 - a. ☐ scientific theories
 - b. ☐ mathematical theories
 - c. ☐ plant varieties
 - d. ☐ animal varieties
 - e. ☐ essentially biological processes for the production of plants and animals, other than microbiological processes and the products of such processes
 - f. ☐ schemes, rules or methods of doing business
 - g. ☐ schemes, rules or methods of performing purely mental acts
 - h. ☐ schemes, rules or methods of playing games
 - i. ☐ methods for treatment of the human body by surgery or therapy
 - j. ☐ methods for treatment of the animal body by surgery or therapy
 - k. ☐ diagnostic methods practised on the human or animal body
 - l. ☐ mere presentations of information
 - m. ☐ computer programs for which this International Searching Authority is not equipped to search prior art
 2. ☒ The failure of the following parts of the international application to comply with prescribed requirements prevents a meaningful search from being carried out:

☐ the description
 ☒ the claims
 ☐ the drawings
 3. ☐ A meaningful search could not be carried out without the sequence listing; the applicant did not, within the prescribed time limit:

☐ furnish a sequence listing on paper complying with the standard provided for in Annex C of the Administrative Instructions, and such listing was not available to the International Searching Authority in a form and manner acceptable to it.
☐ furnish a sequence listing in electronic form complying with the standard provided for in Annex C of the Administrative Instructions, and such listing was not available to the International Searching Authority in a form and manner acceptable to it.
☐ pay the required late furnishing fee for the furnishing of a sequence listing in response to an invitation under Rule 13*ter*.1(a) or (b).
 4. ☐ A meaningful search could not be carried out without the tables related to the sequence listings; the applicant did not, within the prescribed time limit, furnish such tables in electronic form complying with the technical requirements provided for in Annex C-bis of the Administrative Instructions, and such tables were not available to the International Searching Authority in a form and manner acceptable to it.
- see supplemental sheet**
5. Further comments:

Name and mailing address of the ISA/ Office Européen des Brevets, P.B. 5818 Patentlaan 2 NL-2280 HV Rijswijk Tel. (+31-70) 340-2040, Tx. 31 651 epo nl, Facsimile No. Fax: (+31-70) 340-3016	Authorized officer Katrin Sommermeyer Telephone No.
--	--

Since the claims are formulated in such a way as to claim only subject matter of this nature or the technological implementation thereof by means of trivial features, the search examiner was unable to identify a technical problem requiring a solution that would involve an inventive step. It was therefore not possible to carry out a meaningful search of the prior art (EPC Rule 45 and EPO Examination Guidelines, Part B, Chapter VIII, 1-3).

The problems addressed in the application appear to require an administrative or organisational solution rather than a technical one. Even if the solution involves features of a general technical nature, these features are only used to carry out their respective known functions and do not interact in such a way as to solve an overall technical problem.

The applicant's attention is drawn to the fact that claims relating to inventions in respect of which no international search report has been established need not be the subject of an international preliminary examination (PCT Rule 66.1(e)). The applicant is advised that the policy of the EPO when acting as International Preliminary Examining Authority is normally not to carry out a preliminary examination for subject matter that has not been searched. This applies whether or not the claims were amended after receipt of the search report or during any Chapter II procedure. The applicant is reminded that if the application proceeds to the regional phase before the EPO an additional search may be carried out during examination before the EPO (cf. EPO Guidelines, Part C, VI, 8.5), as long as the problems which led to the declaration under PCT Article 17(2) have been resolved.

TRAITÉ DE COOPÉRATION EN MATIÈRE DE BREVETS

PCT

DECLARATION DE NON-ETABLISSEMENT DU RAPPORT DE RECHERCHE INTERNATIONALE

(article 17.2)a), règles 13ter.1.c) et 39 du PCT)

Référence du dossier du déposant ou du mandataire B0503WO	DECLARATION IMPORTANTE	Date d'expédition(jour/mois/année) 21/11/2007
Demande internationale no. PCT/FR2007/051677	Date du dépôt international(jour/mois/année) 17/07/2007	Date de priorité (la plus ancienne) (jour/mois/année) 17/07/2006
Classification internationale des brevets (CIB) ou à la fois classification nationale et CIB G06Q30/00		
Déposant NETEVEN SA		

L'administration chargée de la recherche internationale déclare, conformément à l'article 17.2)a), qu'il ne sera pas établi de rapport de recherche internationale au sujet de la demande internationale pour les motifs indiqués ci-dessous.

1. ☐ L'objet de la demande internationale a trait à:
 - a. ☐ des théories scientifiques.
 - b. ☐ des théories mathématiques.
 - c. ☐ des variétés végétales.
 - d. ☐ des races animales.
 - e. ☐ des procédés essentiellement biologiques d'obtention de végétaux ou d'animaux, autres que des procédés microbiologiques et des produits obtenus par ces procédés.
 - f. ☐ des plans, principes ou méthodes dans le domaine des activités économiques.
 - g. ☐ des plans, principes ou méthodes dans l'exercice d'activités purement intellectuelles.
 - h. ☐ des plans, principes ou méthodes en matière de jeu.
 - i. ☐ des méthodes de traitement chirurgical ou thérapeutique du corps humain.
 - j. ☐ des méthodes de traitement chirurgical ou thérapeutique du corps animal.
 - k. ☐ des méthodes de diagnostic appliquées au corps humain ou animal.
 - l. ☐ de simples présentations d'information.
 - m. ☐ des programmes d'ordinateur pour lesquels l'administration chargée de la recherche internationale n'est pas outillée pour procéder à des recherches sur l'état de la technique.
2. ☒ Les parties suivantes de la demande internationale ne remplissent pas les conditions prescrites, de sorte qu'il n'est pas possible d'effectuer une recherche significative:

☐ la description
 ☒ les revendications
 ☐ les dessins
3. ☐ Une recherche significative n'a pas pu être effectuée en l'absence d'un listage des séquences de nucléotides ou d'acides aminés, le déposant n'ayant pas, dans le délai prescrit,

☐ fourni le listage des séquences sur papier conforme à la norme prévue dans l'annexe C des instructions administratives, un tel listage n'étant pas accessible à l'administration chargée de la recherche internationale sous une forme et d'une manière qu'elle accepte.
 ☐ fourni le listage des séquences sous forme électronique conforme à la norme prévue dans l'annexe C des instructions administratives, un tel listage n'étant pas accessible à l'administration chargée de la recherche internationale sous une forme et d'une manière qu'elle accepte.
 ☐ payé la taxe pour remise tardive exigée pour la fourniture d'un listage des séquences en réponse à l'invitation selon les alinéas a) et b) de la règle 13ter.1.
4. ☐ Une recherche significative n'a pas pu être effectuée en l'absence des tableaux relatifs au listage des séquences de nucléotides ou d'acides aminés; le déposant n'ayant pas, dans le délai prescrit, fourni lesdits tableaux sous forme électronique conformes aux exigences techniques prévues dans l'annexe C-bis des instructions administratives, de tels tableaux n'étant pas accessibles à l'administration chargée de la recherche internationale sous une forme et d'une manière qu'elle accepte.
5. Observations complémentaires: voir supplément

Nom et adresse postale de l'administration chargée de la recherche internationale



Office Européen des Brevets, P.B. 5818 Patentlaan 2
NL-2280 HV Rijswijk
Tel. (+31-70) 340-2040, Tx. 31 651 epo nl,
Fax: (+31-70) 340-3016

Fonctionnaire autorisé

Katrin Sommermeyer

SUITE DES RENSEIGNEMENTS INDIQUES SUR PCT/ISA/ 203

Etant donné que les revendications sont formulées de façon à revendiquer de tels objets ou leur réalisation technologique à l'aide de caractéristiques triviales, l'examineur de recherche n'a pas pu définir de problème technique dont la solution pourrait éventuellement impliquer une activité inventive. Par conséquent il n'était pas possible d'effectuer une recherche significative sur l'état de la technique (Règle 45 CBE et Directives relatives à l'examen pratiqué à l'OEB, Partie B, Chapitre VIII, 1-3).

Les problèmes abordés dans la demande ne semblent pas nécessiter une solution technique mais plutôt une solution d'administration/organisation. Même si la réalisation de cette solution comporte des caractéristiques techniques générales, celles-ci n'interagissent pas pour résoudre un problème technique global mais ne servent que leurs fonctions respectives connues.

L'attention du déposant est attirée sur le fait que les revendications ayant trait aux inventions pour lesquelles aucun rapport de recherche n'a été établi ne peuvent faire obligatoirement l'objet d'un rapport préliminaire d'examen (Règle 66.1(e) PCT).

Le déposant est averti que la ligne de conduite adoptée par l'OEB agissant en qualité d'administration chargée de l'examen préliminaire international est, normalement, de ne pas procéder à un examen préliminaire sur un sujet n'ayant pas fait l'objet d'une recherche. Cette attitude restera inchangée, indépendamment du fait que les revendications aient ou n'aient pas été modifiées, soit après la réception du rapport de recherche, soit pendant une quelconque procédure sous le Chapitre II.

Si la demande devait être poursuivie dans la phase régionale devant l'OEB, il est rappelé au déposant qu'une recherche pourrait être effectuée durant la procédure d'examen devant l'OEB (voir Directive OEB C-VI, 8.5) à condition que les problèmes ayant conduit à la déclaration conformément à l'Article 17(2) PCT aient été résolus.