

# contrefaçon

> PRÉVENTION > STRATÉGIES > RÉSULTATS

# riposte

## Sommaire

### > Actualité France 2

Le 11<sup>e</sup> Forum européen de la propriété intellectuelle

Juguler les dérives du cybercommerce

Le statut des vendeurs particuliers en question

### > Actualité internationale 3

La Suisse lance une plate-forme anti-contrefaçon

Les sites d'enchères sous haute surveillance

### > Technologie 4

Cryptoglyph, le marquage incognito

### > Justice/Réparation 5

Revendeurs : plusieurs poids, plusieurs mesures

### > Acteur 6

Médicaments : question de vie ou de mort

### > Indicateurs 7

Résultats de l'action de la douane en 2005

DGCCRF, police, gendarmerie : progression des infractions constatées

### > Interview 8

Thierry Sueur, président du Comité propriété intellectuelle du Medef, et Jacques Combeau, conseiller

Comité éditorial : Marion Guth (Cnac-INPI), Delphine Sarfati-Sobreira (Union des Fabricants), Isabelle Bonnier (INPI), Pierre Breesé (Cabinet Breesé-Derambure-Majerowicz), Julien Serres (Insiders), Philippe Collier (Filact).

### > Éditorial Par Pierre Breesé / Conseil en propriété industrielle

## L'utilité sociale de la propriété intellectuelle

Lors de l'annonce de la fermeture de ses sites de production vosgiens, le constructeur de petit électroménager SEB expliquait que la fabrication d'un grille-pain revient aujourd'hui, en France, à 10 euros – un prix résultant d'efforts considérables de productivité, de gestion des achats et d'automatisation – ; et que le même grille-pain fabriqué en Chine coûte 3 euros, frais de livraison en Europe inclus.

Le consommateur, certes attaché à la préservation de l'emploi en France, ne manquera cependant pas de choisir le produit qui, à qualité égale, est le moins cher dans son supermarché. Il semble en effet de bon sens de vouloir profiter un tant soit peu de ce phénomène réputé si inquiétant, mais de toute façon irréversible que représente la mondialisation.

Comment résister ? Une seule réponse : par l'innovation et la créativité qui, seules, justifient un surprix aux yeux du consommateur. D'ailleurs, tous les jours, nous achetons des produits courants en acceptant de payer une « rente » liée à une innovation marketing, esthétique, fonctionnelle. C'est la seule issue pour la pérennité des entreprises européennes. Quand elles privilégient l'innovation et la créativité et qu'elles se dotent d'une politique de propriété intellectuelle (PI) efficace, la mondialisation n'est plus une menace à craindre, mais leur ouvre au contraire une perspective de croissance sur un marché plus large. À condition toutefois que ces efforts, coûteux et risqués, soient efficacement protégés pour garantir (en cas de succès...) un réel retour sur investissement. C'est vrai dans les biotechnologies, les télécoms et l'informatique, mais aussi dans l'innovation « low tech ».

### > Un sujet révélateur

Tous les acteurs sont concernés par cette démarche centrée sur la qualité. Les entreprises tout d'abord, qui doivent intégrer cette logique dans leur plan de développement : recherche constante de différenciation par rapport à la concurrence ; inspiration de la PI d'autrui (eh oui ! le « contournement » des brevets d'un concurrent est



Pierre Breesé.

souvent un formidable stimulant de l'innovation) ; mise à profit de la PI non seulement pour conforter des positions acquises, mais pour étendre le rayonnement commercial.

Les pouvoirs publics ensuite, à qui il incombe d'instaurer un cadre réglementaire clair et de l'appliquer de manière fiable : des procédures d'examen et de délivrance des titres de qualité, avec un arbitrage lisible et constant entre les intérêts des tiers et ceux des créateurs et innovateurs ; des juridictions qui rendent des décisions raisonnablement prévisibles ; une implication volontariste dans le renforcement de la lutte contre la contrefaçon.

Les spécialistes de la PI, quant à eux, ne peuvent plus se contenter d'être des partenaires, si excellents soient-ils, pour la constitution de droits, mais doivent prendre en compte la dimension stratégique et économique de la PI et accompagner leurs clients dans la construction d'une politique PI efficace ; les spécialistes de l'entreprise sont appelés à devenir des stratèges majeurs de la construction des actifs immatériels, dialoguant avec les financiers, le marketing, la production et la R&D ; >>

## > RFID

### Des enjeux stratégiques à préciser

Avant d'autoriser l'utilisation de la bande 865-868 MHz pour les étiquettes RFID sur l'ensemble du territoire, le ministère de l'Industrie a commandité une nouvelle étude « pour faire le point sur les enjeux et la maturité des technologies RFID et dégager des orientations stratégiques ».

Une vingtaine de participants travaille autour de cinq thèmes, dont celui de la lutte anti-contrefaçon. Certains s'inquiètent notamment des risques, en termes d'intelligence économique, liés au traitement centralisé des informations associées par la société américaine VeriSign.

## > Appellations

### Pour la protection du savon de Marseille

La Nouvelle Savonnerie française (NSF), la plus importante savonnerie d'Europe, située à Yainville, en Seine-Maritime, dont la capacité annuelle est de 30 000 t de savon dur, est menacée de fermeture, car une partie importante de sa production, pour la marque Persavon des laboratoires Vendôme, a été délocalisée en Turquie. Ses employés se battent actuellement pour faire reconnaître l'appellation "savon de Marseille" afin d'interdire que des savons d'importation puissent utiliser cette référence qui fait partie du patrimoine national. « Toutes les sous-marques de la grande distribution, fabriquées à l'étranger, utilisent le marquage « savon de Marseille », c'est une véritable tromperie sur l'origine du produit », dénonce Yannick Bersoult, délégué syndical CFTD de NSF.

## > Formation

### La saisie-contrefaçon

Approche pratique de cette procédure efficace mais délicate, le 30 mars à Neuilly-sur-Seine (Paris). Journée d'études organisée par le Forum Institut. Tarif : 725 euros. Inscriptions : a.schmechel@forum-institut.com [www.forum-institut.com](http://www.forum-institut.com)

## > Éditorial (suite)

>> des fonctions nouvelles devront être créées, comme celle de contrôleur de gestion de la PI. Enfin, le débat sur la place de la PI doit gagner en vivacité intellectuelle. Nous souffrons aujourd'hui d'un déficit de réflexion sur l'utilité sociale de la PI, pendant que des courants altermondialistes inspirés par une peur du futur et de l'innovation trouvent un écho croissant. Ils reprennent les vieilles thèses de Proudhon et de Léon Walras, fondées sur la primauté des intérêts consuméristes immédiats justifiée par une notion de « bien commun » et proposent une approche collectiviste de la production intellectuelle.

Le système de la PI, qui a plus de deux siècles, mérite d'être repensé en profondeur et d'être reconnu comme un facteur majeur dans la création de valeur et de richesse. Les enjeux dépassent largement les ajustements technico-juridiques et les débats corporatistes. La PI est désormais un sujet réellement politique, souvent révélateur de débats très profonds, par exemple ceux de la brevetabilité du vivant, des logiciels ou encore des droits d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information. C'est une chance formidable que de repenser la question de l'utilité sociale de la PI. <

Pierre Breesé

*Nota bene* : L'auteur prépare une université d'été sur l'utilité sociale de la PI. Info : pb@breese.fr

## > Conférence

### Un rendez-vous incontournable

Ces 21 et 22 mars, l'Union des Fabricants organise à Paris le 11<sup>e</sup> Forum européen de la propriété intellectuelle, qui aura pour thème cette année : « Propriété intellectuelle et contrefaçon : riposter, mobiliser, communiquer ». Cette manifestation de référence est un lieu de rencontre privilégié pour tous les acteurs, politiques, institutionnels et privés, concernés par la lutte anti-contrefaçon. Introduite par François Loos, le ministre de l'Industrie, la première journée mettra l'accent sur les nouveaux moyens de faire reculer la contrefaçon et les actions de terrain engagées par les États-Unis, l'Union européenne et la France. La campagne anti-contrefaçon de sensibilisation de l'opinion publique initiée par l'Italie et le projet Bascap de la Chambre de commerce

international seront présentés. Après un déjeuner-débat présidé par Jean-François Copé, ministre du Budget et de la Réforme de l'État, l'après-midi abordera les questions pénales et le rôle de l'innovation et de la création pour lutter contre la copie. Christine Lagarde, ministre déléguée au Commerce Extérieur ouvrira la deuxième journée qui traitera des dérives du commerce électronique, de la responsabilité des intermédiaires ainsi que des interrogations du législateur sur la façon de lutter contre la piraterie sur Internet. Enfin, l'après-midi abordera la problématique des zones de non-droit dans le commerce international et la protection des dessins et modèles.

Inscriptions : 01 56 26 14 03 [epothelet@unifab.com](mailto:epothelet@unifab.com) [www.unifab.com](http://www.unifab.com)

## > Réglementation

### Juguler les dérives du cybercommerce

Pour la plupart des marques, surtout les grandes, mais pas seulement, de tous les secteurs, le développement massif des ventes de produits contrefaisants sur Internet est une préoccupation grandissante. Elles pointent du doigt notamment les sites de ventes aux enchères entre particuliers – dont le montant des échanges dans le monde dépasse les 34 milliards de dollars par an – où certains trafics illicites bénéficient des outils de promotion et de paiement du commerce légal, sans être combattus avec suffisamment d'énergie à leurs yeux. Rappelons que, en France, pour lutter contre la vente de produits contrefaisants sur Internet, Patrick Devedjian, alors ministre délégué à l'Industrie, avait sollicité, le 30 mars 2005, l'avis de trois experts\*. Le rapport final, intégrant les résultats du cybercommerce 2005, a été remis en février au ministre de l'Industrie, François Loos, qui devrait prochainement intervenir

sur le sujet pour annoncer des mesures spécifiques sans pour autant pénaliser le développement du commerce électronique grand public qui connaît, en France, un développement spectaculaire, avec une croissance de 53 % en 2005 et un chiffre d'affaires dépassant les 10 milliards d'euros. Selon nos informations, les recommandations formulées par les experts s'articuleraient selon plusieurs grands axes. Citons notamment :  
– une sensibilisation spécifique de l'acheteur en ligne ainsi que du vendeur ;  
– la formulation explicite d'un cadre légal aménagé concernant l'achat et la vente sur Internet ;  
– une intensification de la lutte au plan national par une affectation effective de moyens d'action ;  
– une stratégie coordonnée des acteurs privés et publics concernés ;  
– le renforcement, aux niveaux européen et international, d'un réseau de coopération dédié au commerce sur Internet.

\* Jean Berbinau, membre du CGTI (Conseil général des technologies de l'information), Pierre Sirinelli, professeur de droit à l'université Paris-I, Christian London, directeur juridique de Lacoste.

## > Cybercommerce

### Le statut des vendeurs particuliers en question

> À l'occasion de la présentation du bilan 2005 de la Fevad (Fédération des entreprises de vente à distance), Renaud Dutreil, ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales, a engagé une concertation en vue de la publication d'une charte de déontologie du commerce sur Internet. L'une des préoccupations est notamment de distinguer vendeurs particuliers et professionnels, puisque certains « amateurs » écoulent des stocks importants. Selon les chiffres publiés par eBay, 170 000 personnes en Europe vivent du moins partiellement des revenus générés par leurs ventes, dont 15 000 en France. Un phénomène qui commence à intéresser les services fiscaux et la douane, qui s'interrogent sur la provenance de certaines de ces marchandises.

> Sensibilisation

## La Suisse lance une plate-forme anti-contrefaçon

La nouvelle plate-forme anti-contrefaçon « Stop à la piraterie » est la concrétisation des recommandations d'un groupe de travail associant des représentants des secteurs privé et public, constitué à l'initiative de l'Institut suisse de la propriété intellectuelle (IPI) et d'ICC Switzerland (le comité suisse de la Chambre de commerce internationale), en juillet 2005. Sa mission est de sensibiliser le public et de renforcer « sur le long terme » la coordination et la coopération des acteurs contre la contrefaçon et la piraterie. Les industries de l'horlogerie, des machines-outils, de l'agroalimentaire, de la pharmacie et du divertissement sont les premières victimes de la contrefaçon en Suisse : elles accusent environ 1,28 milliard d'euros de pertes annuelles. L'IPI assure le secrétariat du groupe de travail (15 à 20 personnes) et fait le lien avec les administrations compétentes. Il gère aussi un point de contact pour l'information du public et prévoit de créer un site Internet. De son côté, ICC Switzerland anime le guichet entreprises, en relation avec les milieux professionnels

concernés, et un forum électronique d'échange d'information. Le budget du plan d'action 2006-2007 devrait être finalisé d'ici au mois de juin prochain. La plate-forme prévoit pour le second semestre de cette année la réalisation d'une campagne de sensibilisation destinée au grand public et/ou d'organiser des formations auprès des administrations, des services judiciaires et des entreprises. Parallèlement, un nouveau projet de loi, en cours de discussion, va renforcer les sanctions : l'importation privée de produits contrefaisants sera sanctionnée ; les amendes pour les cas les plus graves passeront de 64 000 à 321 000 euros ; et les peines de prison iront jusqu'à cinq ans. Les transits de marchandises contrefaisantes seront également sanctionnés.

La Suisse est en effet une plaque tournante importante pour les importations parallèles et la contrefaçon en Europe. En 2004, elle figurait au troisième rang mondial pour les contrefaçons d'articles d'habillement sportif, après la Chine et le Pakistan... au titre de pays de transit, s'entend.

### STOP A LA PIRATERIE

Plate-forme suisse de lutte contre la contrefaçon et la piraterie

> Algérie

## 33 tonnes de cosmétiques saisis

Selon le quotidien national algérien *Liberté* du 16 février dernier, deux containers ont été saisis dans le port d'Oran qui transportaient 15 t de gel FX L'Oréal et 18 t de crème coiffante Sunsilk (Unilever), en provenance de Chine – les marques déclarent ne pas avoir d'unité produisant ces cosmétiques dans ce

pays. Les produits ont été déclarés pour une valeur de 11 000 dollars ; le prix du marché est d'au moins dix fois plus. Pour couronner le tout, l'importateur a donné une fausse adresse et n'a pu être localisé. Trois autres containers se sont volatilisés dans la nature. Les marques victimes ont porté plainte.

> Cybercommerce

## Les sites d'enchères sous haute surveillance

La société MarkMonitor, basée à San Francisco et spécialisée dans la protection de l'identité des entreprises en ligne, a annoncé le 8 février dernier depuis Londres, siège de sa filiale européenne, une extension de son offre Auction Monitoring, permettant d'agir sur les sites d'enchères eBay en Europe. Cette nouvelle solution, qui s'intègre au programme VeRO (Verified Rights Ownership) d'eBay, permet aux détenteurs de marques de surveiller et de contre-carrer les ventes de contrefaçons sur Internet. Son intérêt est en effet non seulement de détecter en temps réel les offres de produits contrefaisants, mais de pouvoir agir de façon à obtenir rapidement le retrait des offres.

Le service, hébergé sur les serveurs de MarkMonitor, est commercialisé comme une application en temps partagé (mode Application Service Provider). Chaque entreprise dispose d'outils pour décrire ses produits (textes, images, logos) et pour fixer ses priorités. Grâce à ses capacités de reconnaissance et de détection, l'application émet des alertes et gère le processus d'éradication au cas par cas. Un tableau de bord personnalisé centralise les informations (protégées par un cryptage 128 bits) et donne un aperçu global des activités illicites dont l'entreprise est éventuellement victime. Selon Jérôme Sicard, responsable commercial Europe de MarkMonitor, « Auction Monitoring est particulièrement rentable puisqu'il permet de faire annuler un grand volume de ventes de manière semi-automatisée. Nos clients peuvent identifier et annuler les ventes



Mark Shull, CEO de MarkMonitor.

*frauduleuses très rapidement et sans avoir à utiliser d'importantes ressources. Chaque fois qu'une vente frauduleuse a été identifiée, Auction Monitoring envoie semi-automatiquement des courriers directement à eBay ou au vendeur. C'est sans effort ! »*

Le coût de la prestation est calculé sur le nombre de recherches lancées avec parfois une part de consulting pour monter l'application et assurer le suivi. En partant d'une activité d'enregistrement de noms de domaine, MarkMonitor, créée en 1996, a développé des services de protection des marques en ligne avec Brand Protection et Fraud Protection. Avec Auction Monitoring, lancé en octobre 2005, elle dispose aujourd'hui de toute une panoplie d'outils de lutte contre les activités frauduleuses affectant les marques sur Internet. Commercialisé depuis deux mois, Auction Monitoring aurait déjà séduit plusieurs clients, parmi lesquels la société de production américaine World Wrestling Entertainment, dont les séries télévisées sont fréquemment piratées sur Internet. Précisons que d'autres sociétés comme GenuOne, aux États-Unis, ou Advestigo et Insiders, en Europe, fournissent des prestations similaires.

> Grande-Bretagne  
Une campagne anti-piraterie

Microsoft UK a lancé ce 16 février une campagne anti-piraterie baptisée « Keep IT Real », dont l'objectif est de réduire le taux de piraterie des logiciels Windows en Grande-Bretagne de 5 % ; il atteindrait ainsi 11,7 % d'ici trois ans. Parallèlement, dans les six mois à venir, 800 investigations vont être conduites auprès de 800 vendeurs de disques durs qui chargeraient des logiciels illégalement. Enfin, un réseau de contrefaçon de logiciels vient d'être démantelé à Glasgow : 12 sociétés ont été condamnées à payer des amendes de plus de 75 000 livres. Microsoft annonce aussi avoir fait retirer 35 000 offres de ventes illégales sur eBay depuis le mois d'août 2005.

> Conférence  
1<sup>er</sup> Authentication Connections Forum

« Linking anticounterfeiting strategy with authentication technology ». Les 30 et 31 mars à Tampa (Floride), États-Unis, manifestation organisée par Reconnaissance International. [www.acf-acd.com](http://www.acf-acd.com)

> Téléchargement  
Des films jusqu'à plus soif pour 9,99 dollars

Lors du dernier Consumer Electronics Show de Las Vegas, Starz Entertainment Group a annoncé le lancement aux États-Unis de Vongo, un service de téléchargement illimité de films protégé par le Digital Rights Management de Microsoft, qui proposerait pour un abonnement mensuel de 9,99 dollars de télécharger jusqu'à 1 000 films (disponibles six mois après leur sortie) et d'autres contenus audiovisuels. Les films plus récents sont vendus moins de 4 dollars la séance.

> Authentification

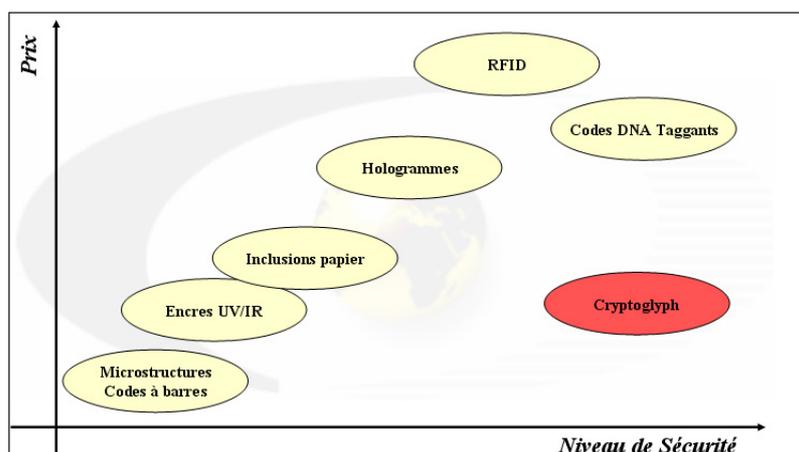
# Cryptoglyph, le marquage incognito

Cette technologie d'authentification codée, économique et invisible est particulièrement adaptée à la production de blisters sécurisés de produits pharmaceutiques et alimentaires. **Une arme contre les marchés gris.**

Partant du principe qu'il est difficile de contrefaire ce dont on ne soupçonne guère l'existence, la société suisse AlpVision a mis au point et breveté, initialement pour le marché bancaire, une technologie d'impression de marques invisibles qui s'adresse maintenant à l'ensemble du marché des emballages primaires ou secondaires. Commercialisées sous le nom de Cryptoglyph, ces marques sont constituées d'une multitude de micropoints, imprimés par des équipements standard lors de la conception du dessin de l'emballage. Ces micropoints sont invisibles à l'œil nu et très difficilement identifiables à la loupe, car ils se confondent avec les imperfections du support.

Cette propriété constitue la spécificité de la technologie AlpVision. Le logiciel de lecture repose en effet sur un savoir-faire très pointu dans la détection de signaux ultrarédundants et à faible rapport « signal sur bruit ». Par comparaison, il est par exemple impossible de rendre invisible un code 2D (type Datamatrix), car sa détection nécessite une couverture contrastée de points noirs et de points blancs.

L'autre originalité de la technologie Cryptoglyph (du grec *kryptos* : « caché », et *gluphè* : « ciselure, marque ») consiste à chiffrer de manière inviolable cette multitude de points (clé de chiffrement de 128 bits, de même nature que celles utilisées dans les transactions bancaires en ligne) pour y cacher une information per-



Comparatif des niveaux de sécurité obtenus par différents procédés de marquage et de leurs prix de déploiement.

tinente sur le produit, comme la zone d'exportation ou la date de production. Dans le cadre d'un partenariat avec Constantia Flexible Packaging, l'un des plus importants producteurs européens d'emballages pour les industries pharmaceutique et alimentaire, cette technique est utilisée pour l'impression en rotogravure des feuilles d'aluminium.

## > Un bon rapport coût-performance

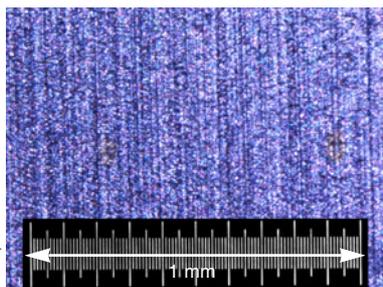
Dans la panoplie des techniques de marquage d'emballages, visibles ou invisibles (*voir graphique ci-dessus*), Cryptoglyph se distingue comme un procédé dont le coût se compte en centimes d'euro, voire en fraction de centime par emballage ; à comparer par exemple à l'implantation d'une puce RFID, dont le coût cible est estimé au mieux à 5 centimes d'euro à l'horizon 2007. Cette performance s'explique par le fait que Cryptoglyph utilise de l'encre standard et s'adapte sans modification aux lignes de production offset, rotogravure, laser ou jet d'encre.

Le contrôle et la détection des informations peut se faire à tout moment en scannant la surface de l'emballage puis en envoyant l'image (éventuellement à partir d'un téléphone mobile) vers un centre de vérification qui dispose de la clé de chiffrement. Celle-ci ne sort donc pas d'un environnement sécurisé. En retour,

le contrôleur reçoit très rapidement le verdict. Le fabricant est alors informé en temps réel de la présence de contrefaçons ou de réimportations frauduleuses ou non souhaitées. Précisons toutefois qu'un contrôle *offline* est possible à l'aide d'un PC portable et d'un scanner compact. L'avenir semble cependant appartenir aux contrôles en ligne, car même dans les pays en voie de développement se mettent en place des infrastructures de téléphonie mobile performantes.

AlpVision affirme protéger d'ores et déjà des millions de produits – en toute discrétion, les clients ne souhaitent pas être cités –, avec une prédilection pour l'industrie pharmaceutique, particulièrement sensible au problème des réimportations grises. <

Ph. C.



Seul le logiciel de lecture de AlpVision, très pointu, est en mesure de détecter les marques camouflées dans les imperfections du matériau de support.

**AlpVision**, dont le siège est à Vevey, en Suisse, a été fondée en 2000, par Martin Kutter et Fred Jordan, deux spécialistes reconnus, depuis de longues années, pour leurs travaux sur le traitement numérique des signaux. Les nombreux brevets déposés s'appliquent aussi bien à la sécurisation et à la protection des documents bancaires qu'aux emballages. L'entreprise, qui emploie une dizaine de personnes hautement spécialisées, a reçu, en 2004, le « Sceau européen d'excellence », remis par la European Multimedia Associations Convention. [www.alpvision.com](http://www.alpvision.com)

## &gt; Législation

# Revendeurs : plusieurs poids, plusieurs mesures

Brevets, dessins et modèles, droit d'auteur, droit des marques – les jurisprudences concernant le statut du revendeur varient selon les cas. **Une harmonisation serait à souhaiter.**

« Revendeur de produits contrefaisants », est-ce synonyme de « contrefacteur » ? C'est selon... Si l'on s'en tient aux poursuites exercées au civil, tout dépend curieusement de la nature du droit de propriété intellectuelle attaché au produit contrefaisant. En matière de brevet, la mauvaise foi du revendeur devra être démontrée, sauf s'il est lui-même fabricant ou importateur, auquel cas il sera automatiquement considéré comme contrefacteur. En droit des dessins et modèles, le revendeur est soumis à une présomption de mauvaise foi, quasi irréfragable selon la jurisprudence. Il ne peut échapper à la condamnation que s'il parvient à établir qu'il a pris toutes les précautions nécessaires, évité toute négligence ou imprudence, ce que les juges n'admettent que rarement. En droit d'auteur, le revendeur de produits contrefaisants est quasiment toujours condamné pour contrefaçon ; peu importe sa bonne ou sa mauvaise foi. La jurisprudence déduit en effet l'existence d'une faute de négligence ou d'imprudence du fait que le revendeur, professionnel averti, ne s'est pas assuré auprès de son fournisseur que le produit ne portait pas atteinte à des droits d'auteur. Selon Claire Bouchenard, avocate\*, « *seules certaines circonstances de fait peuvent lui permettre de prouver son absence de faute : un nombre très important de produits distribués, qui empêche une vérification au cas par cas, ou encore la réputation de sérieux de son fournisseur* ». Toutefois, sa responsabilité sera engagée dès lors qu'il sera également l'importateur du produit : la société française Sud Trading a fait les frais de cette solution excessive, qui s'est vu condamner à 40 000 euros de dommages et intérêts pour contrefaçon par importation de produits chinois – malgré sa bonne foi (cour d'appel de Paris, 12 septembre 2003, confirmé par cassation le 2 novembre 2005).

Enfin, c'est en droit des marques que la jurisprudence est la plus sévère, puisqu'il tient pour indifférente la foi, bonne ou mauvaise, du revendeur, et que celui-ci ne pourra invoquer son absence de faute, quelles que soient les circonstances. On peut voir là un souci de protection du consommateur ; ce qui est certain est que la facture peut être lourde notamment pour les grandes surfaces, qui commercialisent des milliers de références. En 2005, la Cour de cassation a fait droit à l'action en contrefaçon de marque de la société Nike à l'encontre de Auchan, déclarant qu'« *il appartenait à la société Auchan, en sa qualité de professionnel de la vente de tels produits, de vérifier la provenance des articles qu'elle commercialisait* » (cassation du 8 mars 2005).

Cette divergence des règles applicables au revendeur est

source d'incohérence et peu propice à l'harmonisation en matière de répression de la contrefaçon. Une situation d'autant plus déplorable que les titulaires, qui doivent agir vite pour la préservation de leurs droits, s'en tiennent ainsi au seul revendeur, souvent la première cible, sans pouvoir remonter jusqu'au contrefacteur originaire. Toujours selon Claire Bouchenard, « *le revendeur est en effet celui qui, dans la chaîne de circulation du produit, est le plus facilement attaqué, son identité est connue et sa localisation, nationale* ».

## > Prendre ses précautions

Quels sont dès lors les moyens de défense d'un revendeur, d'un distributeur de bonne foi poursuivi pour des faits de contrefaçon ? Le distributeur devrait pouvoir se retourner contre son propre fournisseur, sur le fondement de la garantie d'éviction à laquelle tout vendeur est tenu à l'égard de l'acquéreur. Cependant, la jurisprudence a parfois refusé de faire droit à un tel recours, considérant qu'en sa qualité de professionnel, le revendeur ne pouvait ignorer le caractère contrefaisant des produits acquis. Mais dans un arrêt du 25 mai 2005, la Cour de cassation est venue clarifier la situation en indiquant que l'acheteur, même professionnel, pouvait se prévaloir d'une telle garantie à l'égard de son fournisseur.

Le revendeur de bonne foi peut également demander la nullité du contrat de vente et obtenir la restitution de la somme payée. Dans un arrêt très remarqué, la Cour de cassation a en effet admis la nullité d'un contrat portant sur des marchandises contrefaisantes, marchandises pourtant considérées comme hors du commerce au sens du Code civil.

Néanmoins, pour Claire Bouchenard, « *la meilleure défense consiste à prendre ses précautions en ayant recours à des fournisseurs reconnus, en obtenant des garanties de leur part et en formalisant l'ensemble de la relation dans des documents contractuels explicites (conditions générales de vente, contrats particuliers...)*. A posteriori, le revendeur peut cesser de commercialiser des produits dès qu'il a connaissance d'un litige portant sur leur caractère contrefaisant. Mais il est alors confronté à un dilemme tant que la contrefaçon n'a pas été reconnue par un tribunal : témoigner de sa bonne foi et de ses diligences ou continuer à honorer son éventuel contrat de distribution avec son fournisseur ».

\* Barreau de Paris, cabinet Deprez Dian Guignot.

## > États-Unis Samsung attaqué pour défaut de DRM

Plusieurs grands studios américains (Walt Disney, Time Warner, Universal, Paramount, 20th Century Fox) ont attaqué en justice le coréen Samsung pour avoir commercialisé un lecteur de DVD permettant de contourner les mesures de cryptage destinées à prévenir les copies ou usages non autorisés. Ils demandent aussi le rappel des lecteurs vendus entre juin et octobre 2004...

Selon le magazine en ligne *PC Inpact*, le litige portera sur la protection HDCP (High-bandwidth Digital Content Protection), qui rend impossible la lecture d'un contenu HD sur un système vidéo non certifié.

## > Suisse Prison pour importation de contrefaçons

Le tribunal de police de Neuchâtel a condamné, fin 2005, à une peine de deux mois de prison la responsable d'une boutique pour importation frauduleuses, notamment de Turquie, d'articles contrefaisants. La sentence est assortie d'un sursis d'une durée de deux ans. Les maisons Christian Dior Couture et Gucci avaient porté plainte.

## > Chine Starbucks et Dunhill remportent une manche

La chaîne américaine Starbucks a obtenu de la justice chinoise que l'entreprise Shanghai Xingbake Coffee, qui dispose de 38 magasins à Shanghai, lui verse 50 000 euros à titre de réparation pour avoir copié sa marque et son logo. Starbucks (Xingbake, en chinois) gère environ 300 cafés en Chine, à Taiwan et à Hong Kong. Par ailleurs, un grand magasin de Pékin, le Beijing Wangshi Baili, a été condamné à verser au groupe Alfred Dunhill 5 000 euros pour avoir vendu des portefeuilles, cravates et ceintures portant illégalement sa marque.

Éva Duret

## Question de vie ou de mort

Au cours de la conférence internationale « Combattre la contrefaçon des médicaments : construire une collaboration internationale effective », qui s'est tenue à Rome du 16 au 18 février, l'Organisation mondiale de la santé en a appelé à la coopération mondiale pour prendre immédiatement des mesures concrètes contre la prolifération des faux médicaments. **Il y a urgence.**

### Faux Tamiflu sur Internet

La progression de la grippe aviaire favorise le trafic de faux Tamiflu. Le ministère fédéral canadien de la Santé incite les consommateurs à la prudence lors d'achats sur Internet, en particulier de tout produit qualifié de « générique » : aucune version générique de cet agent antiviral n'est en effet homologuée sur le marché. De nombreux sites Internet vendent illégalement le médicament, tandis que la douane américaine a intercepté plus de 50 cartons de faux Tamiflu.

Pour agir vite, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) propose la création, dans les plus brefs délais, d'un groupe de travail mondial, baptisé Impact (International Medicinal Products Anti-counterfeiting Taskforce). Il sera chargé de mettre en place des recommandations et des outils dans les domaines de la législation, du commerce, de l'information et des technologies de protection et de traçabilité. Des méthodes simples et peu coûteuses pour identifier les contrefaçons peuvent s'avérer efficaces. Par exemple, de simples essais colorimétriques mis au point pour l'artémisinine – substance de base des artésunates, utilisés dans le traitement du paludisme – ont permis d'identifier de faux artésunates.

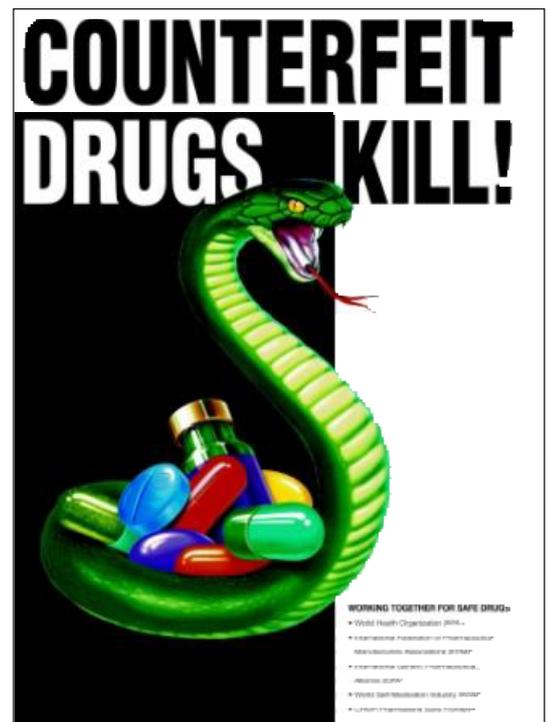
Extrêmement lucratif, le commerce du faux atteindrait déjà 10 % du marché mondial des médicaments. Selon les estimations du Centre for Medicines in the Public Interest, aux États-Unis, les ventes de médicaments contrefaisants atteindront 75 milliards de dollars en 2010, soit une augmentation de 92 % par rapport à 2005.

Les contrefaçons sont évidemment plus répandues dans les pays où le contrôle et l'application des réglementations pharmaceutiques laissent à désirer. Toutefois, aucun pays n'est totalement à l'abri du problème. Dans les rapports gouvernementaux, il apparaît clairement que les méthodes de production et les canaux de distribution pirates se perfectionnent, ce qui complique leur détection.

Les contrefaçons de médicaments entrent dans la catégorie plus générale des produits pharmaceutiques « ne répondant pas aux normes ». Mais ils se distinguent par le fait que la nature et l'origine indiquées sur l'étiquette sont délibérément et frauduleusement mensongères. Dans la plupart des cas, ces produits n'ont aucun effet thérapeutique ; au contraire, ils peuvent provoquer des pharmacorésistances, voire des décès.

### > Intensifier les mesures

Certaines mesures ont déjà été prises : appui aux autorités de réglementation pharmaceutique des pays pauvres ; marqueurs simples, facilement lisibles et peu coûteux ; surveillance transnationale des médicaments contrefaisants ou ne répondant pas aux normes ; éducation et sensibilisation des patients, des soignants et des pharmaciens aux dangers de la contrefaçon. « Il faut intensifier ces mesures, estime le Dr Zucker, directeur général adjoint de l'OMS. Les pays doivent réfléchir aux moyens de procéder le plus rapidement possible aux ajustements technologiques, législatifs et financiers nécessaires pour garantir la disponibilité des médicaments essentiels de qualité. »



L'Organisation mondiale de la santé estime que 10 % des médicaments commercialisés sont des faux.

L'OMS a mis en place en 2005 un service en ligne pour détecter les activités liées à la contrefaçon des médicaments dans la région du Pacifique occidental. Ce système d'alerte rapide transmet des rapports sur la distribution des médicaments contrefaisants aux autorités compétentes afin qu'elles prennent rapidement les mesures qui s'imposent. Il devrait s'étendre en priorité aux autres régions du monde les plus menacées. <

Ph. C.

### > Intervention

## L'avis des entreprises

> Harvey Bale, directeur général de la Fédération internationale de l'industrie du médicament (FIIM) a déclaré que 781 cas de fraude ont été enregistrés en 2005, contre 557 en 2004. La FIIM demande aux États d'assimiler la contrefaçon de médicaments à un crime et de remettre en cause les différences de prix des médicaments selon les pays, différences qui encouragent un commerce parallèle actif. Il a aussi demandé un contrôle strict du commerce des médicaments sur Internet.

## &gt; France

## Résultats de l'action de la douane en 2005

## &gt; Commentaire

En 2005, la douane a saisi 5,6 millions d'articles contrefaisants, soit une augmentation de 61,4 % par rapport à 2004. Il s'agit pour l'essentiel de contrefaçons de marques, d'une valeur estimée à plus de 314 millions d'euros. Le nombre des constatations est passé de 6 397 en 2004 à 11 419 en 2005 (+ 78,5 %). Les paquets de cigarettes

représentent 52,3 % de l'ensemble des produits saisis. L'Asie demeure la zone exportatrice prédominante des contrefaçons : 41 % des articles saisis. À noter aussi une forte augmentation des saisies de produits en provenance de Turquie. De même, la part des marchandises saisies, destinées à la France passe de 44 % en 2004 à 48 % en 2005.

Année	Nombre de constatations	Nombre d'articles saisis
2005	11 419	5 643 777
2004	6 397	3 495 785
2003	2 598	1 987 630
2002	2 076	1 272 433
2001	2 479	5 369 104
2000	3 137	4 933 543
1999	3 582	3 661 212
1998	2 783	2 324 676

Source : Douane

## &gt; DGCCRF

## Forte progression des contrefaçons de marque

## &gt; Commentaire

Depuis le lancement du plan d'action anti-contrefaçon, en juin 2004, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a intensifié ses contrôles concernant

les contrefaçons de marque. Signalons également que le projet de loi anti-contrefaçon, en préparation, prévoit de renforcer le pouvoir des agents de la DGCCRF, en les autorisant à effectuer des saisies sans l'autorisation du juge.

	2005	2004	2003
Délits de contrefaçon de marque constatés	5032	2711	923
Nombre de procès-verbaux transmis au parquet	161	121	58

Source : DGCCRF

## &gt; Police judiciaire, gendarmerie

## Contrefaçons : nombre d'infractions constatées

## &gt; Commentaire

En matière de contrefaçon industrielle et artistique, la police et la gendarmerie ont constaté, en 2005, près de 2 500 faits, soit une croissance de 18 % par rapport à l'année précédente. Rappelons que, pour une

entreprise victime de contrefaçon, une solution économique pour engager une procédure consiste à déposer une plainte auprès de la Brigade centrale pour la répression des contrefaçons industrielles et artistiques de la police judiciaire.

	2005*	2004	2003
Contrefaçons et fraudes industrielles et commerciales	1949	1625	1749
Contrefaçons littéraires et artistiques	514	463	454

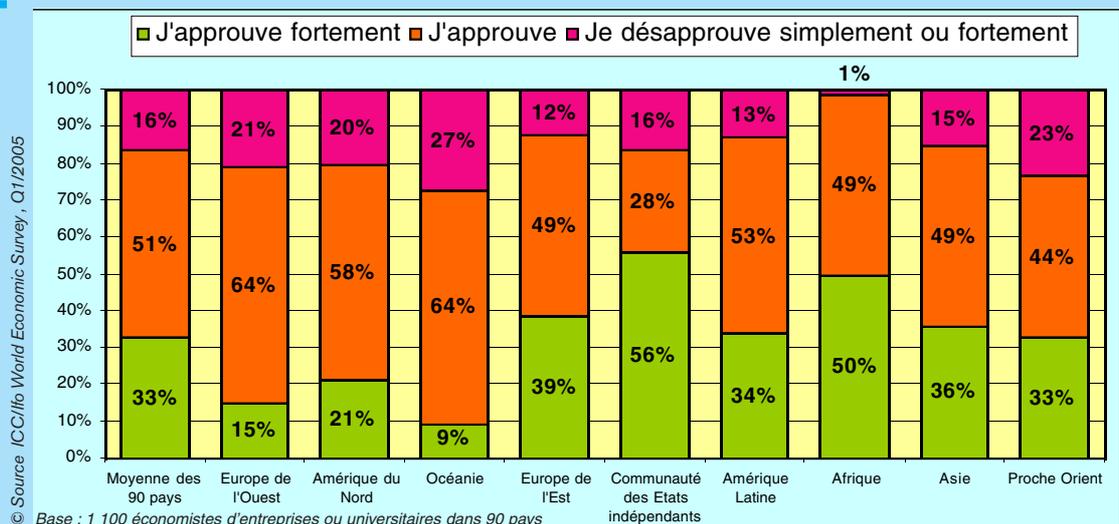
Source : ministère de l'Intérieur \* de février 2005 à janvier 2006

## &gt; Monde

## Faut-il renforcer la protection de la propriété intellectuelle ?

Extrait de l'enquête réalisée, en 2005, par le groupe Bascap (Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy) de la Chambre de commerce internationale, réponses à la question :

« Le gouvernement des pays doit-il faire plus d'efforts pour renforcer la législation protégeant la propriété intellectuelle et poursuivre le vol de la PI? »





Thierry Sueur.

**Thierry Sueur** / Président du Comité propriété intellectuelle du Medef  
**Jacques Combeau** / Conseiller

# De la nécessité de faire évoluer le droit pour combattre la contrefaçon organisée



Jacques Combeau.

« Actuellement, la contrefaçon est considérée comme une simple faute civile, du même ordre que la détérioration d'un pare-chocs lors d'une manœuvre de stationnement. »

**contrefaçon**  
— ACTION — STRATÉGIES — RÉSULTATS —  
**riposte**

Directeur de la publication -  
rédacteur en chef :  
Philippe Collier  
Courriel : collier@filactu.com  
Tél. : +33 (0)6 80 83 25 17  
Ont participé à ce numéro :  
Eva Duret, Michèle Wemelle,  
Gudrun Zett  
Conception graphique :  
Valérie Eudier  
Société éditrice : Filactu  
SARL au capital  
de 7 500 euros  
28, boulevard Voltaire  
75011 Paris  
RCS : Paris B 482 815 917  
Commission paritaire : en cours  
ISSN : 1777-1900  
Impression : Imprim'Ad Hoc

Site Web : [www.filactu.com](http://www.filactu.com)  
Promotion : abonnement 2006  
11 n° Pdf livrés par mail à - 50 % :  
269,10 euros TTC (TVA 19,6 %)

**Contrefaçon Riposte** : Le Medef a formulé, fin 2005, une série de propositions pour améliorer l'efficacité de la lutte anti-contrefaçon.

**Thierry Sueur** : Cette réflexion a été conduite dans le cadre de la préparation du projet de loi anti-contrefaçon, portant sur la transposition de la directive européenne 2004/48/CE sur les mesures civiles garantissant le respect des droits de propriété intellectuelle. On s'étonnera d'ailleurs que ce projet de loi, annoncé pour fin 2004, ne soit toujours pas publié, alors que la transposition de la directive doit intervenir avant le 29 avril 2006... Nous avons adopté une démarche de propositions appuyée sur un constat. Car si le diagnostic sur le rôle dévastateur de la contrefaçon est maintenant largement partagé, nous pensons que beaucoup reste à faire.

Le Medef se félicite de la reconnaissance par les pouvoirs publics de l'importance économique de la propriété intellectuelle et de leur volonté de faire de la lutte anti-contrefaçon un combat prioritaire. Néanmoins, nous déplorons un manque de continuité dans cette volonté pour traduire cette analyse en actions efficaces sur le terrain. Nous pensons, en particulier, qu'il est urgent de renforcer et de mieux coordonner les moyens d'investigation de l'État, pour les adapter aux spécificités de cette lutte et, surtout, de redonner de l'efficacité à notre système judiciaire.

**Quel type d'organisation préconisez-vous ?**

**Jacques Combeau** : Il faut distinguer la contrefaçon occasionnelle, par inadvertance ou négligence, qui relève des tribunaux civils, et les violations organisées, souvent d'origine mafieuse, qui relèvent de l'action pénale. La lutte contre la contrefaçon organisée et criminelle incombe à l'État. Pour accroître l'efficacité de son intervention, il conviendrait de créer un pôle judiciaire renforcé en mettant en place un parquet avec des compétences spécialisées, qui coordonne la police, la gendarmerie, la douane et la DGCCRF, et qui coopère avec les fédérations professionnelles.

**T. S.** : Cette structure devrait en outre travailler, à l'international, en lien avec les services des pays voisins et Interpol. L'action de la Commission européenne devrait aussi être rationalisée et concentrée dans une seule direction générale, au lieu d'être dispersée dans quatre comme c'est le cas actuellement. Il y a urgence, car la contrefaçon organisée met en péril des secteurs industriels entiers et les emplois qu'ils offrent.

**Mais pour l'instant, le projet de loi anti-contrefaçon ne traite que des mesures civiles. Quelles sont vos propositions en la matière ?**

**J. C.** : En France, nous avons une fâcheuse tendance à nous reposer sur l'aspect législatif. Il est vrai que, au plan répressif, nos mesures sont plus lourdes que celles de nos voisins. Le problème est la mise en œuvre de ces mesures au quotidien. Notre système judiciaire souffre d'insuffisances notables auxquelles la simple transposition des dispositions européennes ne permet pas de remédier. Il s'agit d'un socle minimal d'harmonisation qu'il convient d'enrichir de mesures complémentaires qui relèvent d'ailleurs de la compétence exclusive des États.

**T. S.** : Il serait regrettable que les pouvoirs publics se contentent simplement de « toiler » le droit français pour s'aligner sur les dispositions communautaires et n'en profitent pas pour franchir de nouvelles étapes dans l'élaboration d'une réponse adaptée à l'ampleur du problème.

**Notre système judiciaire ne soutient pas la comparaison avec ceux de nos principaux partenaires européens. Pourquoi, et comment y remédier ?**

**T. S.** : La raison principale tient à l'absence quasi totale de prise en compte des spécificités de la PI au sein de l'ensemble des domaines du droit et dans l'organisation judiciaire. La mobilité des magistrats ne permet pas de capitaliser les expériences. La première réponse est par conséquent de développer la spécialisation d'un nombre réduit de juridictions civiles en matière de contrefaçon. Cette spécialisation existe déjà chez les avocats et les conseils.

**J. C.** : Une autre déficience tient à la longueur de nos procédures. Il conviendrait de ramener le délai moyen autour de dix-huit mois, comme c'est le cas en Allemagne. Pour cela, il faut redonner au juge un rôle primordial dans la conduite du procès. Enfin, il faut refonder l'évaluation des dommages et intérêts. Actuellement, la contrefaçon est considérée comme une simple faute civile, du même ordre que la détérioration d'un pare-chocs d'automobile lors d'une manœuvre de stationnement. La directive en cours de transposition est l'occasion de faire évoluer notre droit sur ce point. Le montant des dommages et intérêts doit non seulement réparer intégralement le préjudice subi, mais aussi dissuader les contrefacteurs.

Propos recueillis par Ph. C.