



**«Le Conseil fédéral  
n'a que très récemment  
porté son attention sur  
la contrefaçon»**

# STOP À LA PIRATERIE

**La Suisse: pôle d'excellence en matière de technologie, de lutte contre les contrefaçons en queue de peloton dans la répression des fraudes et la sensibilisation des consommateurs.**

**Le troisième congrès mondial pour le combat contre les contrefaçons et la piraterie industrielle s'est tenu à l'ICC de Genève les 30 et 31 janvier dernier. Il a réuni plus de 1'200 personnes, avec notamment la participation des plus hauts fonctionnaires des organisations internationales concernées et la présence de M. le Conseiller fédéral Blocher.**

TEXTE > Roland Meylan - PHOTOS ET ILLUSTRATIONS > AlpVision

**SI LA CONTREFAÇON** est aussi vieille que la fabrication d'objets, ce n'est que depuis quelques années seulement que les Etats se préoccupent des dommages considérables que ce fléau inflige à leur économie, aussi bien dans la perte de revenus que dans la disparition de places de travail. Longtemps considérées comme des délits mineurs, la contrefaçon et la piraterie des droits de propriété intellectuelle sont maintenant évaluées à leur juste niveau de nuisance, d'une part parce qu'elles alimentent l'industrie du crime et le terrorisme mais aussi parce qu'elles échappent aux diverses taxations et impositions.

Sans entrer dans trop de détail, on doit distinguer deux aspects fondamentaux de la contrefaçon:

>>> d'une part celle alimentée par la demande de produits contrefaits, souvent baptisés indument «répliques» et destinés aux acheteurs frimeurs qui n'ont pas les moyens d'acquérir un objet original, mais qui souhaitent en porter l'apparence à moindre frais;

>>> d'autre part l'abus de confiance dont les acheteurs honnêtes de produits authentiques sont les victimes et qui se découvrent soudain en possession d'un faux payé au prix du vrai.

L'apparition de faux médicaments, de faux parfums et cosmétiques ou de faux aliments conditionnés, même dans les pays développés, de même que de fausses pièces de rechange de véhicules et d'aéronefs, de jouets ou d'appareils ménagers contrefaits de moindre

qualité, affectent maintenant directement la santé du consommateur voire son intégrité physique.

Paradoxalement, le Conseil fédéral n'a que très récemment porté son attention sur la contrefaçon alors que l'industrie suisse vit essentiellement de la propriété intellectuelle et de la commercialisation de produits originaux Swiss Made de grande notoriété, cibles privilégiées des contrefacteurs. Une initiative commune des secteurs public et privé n'a été lancée que le 16 janvier 2007 ([www.stop-à-la-piraterie.ch](http://www.stop-à-la-piraterie.ch)) dont le public cible n'est pas clairement défini.

En comparaison, la France, pays de production d'objets de marque par excellence, est en pointe dans la mise en place de campagnes d'information. En 2006, elle a dépensé plus de 5 millions d'Euros en spots TV diffusés sur les chaînes publiques et sur les vols long courriers, en plus de brochures explicatives «Contrefaçon sans façon!» et d'un site Internet orienté grand public ([www.non-merci.com](http://www.non-merci.com)). Elle dispose d'un arsenal juridique répressif qui punit très fortement l'acquéreur d'une contrefaçon aussi bien que le fabricant et le distributeur.

La Suisse se montre encore particulièrement tolérante lors du passage en douane de contrefaçons manifestes telles que de fausses montres suisses ou de faux objets de luxe pour usage privé. Cette lacune maintient la demande donc le développement de l'industrie du faux.



## »» CONTREFAÇON » Action

Le paradoxe est encore plus criant quand on découvre que la Suisse est un pôle d'excellence en matière de développement de technologies et de solutions pour la protection des marques et des documents de valeur. Un récent article paru dans le magazine scientifique REFLEX<sup>(1)</sup>, publié en décembre 2006 par l'EPFL, dénombre une cinquantaine d'entreprises en Suisse actives dans la sécurité et notamment la protection des marques et des documents de valeur, dont plusieurs sont des leaders mondiaux.

Dans cette perspective, une entreprise basée à Vevey, fondée en 2001 par des scientifiques issus du Laboratoire de Traitement du

Signal de l'EPFL, ont par exemple développé différentes solutions utilisant l'imagerie numérique et la détection de signaux de très faibles niveaux.

Cette technique dénommée Cryptoglyph<sup>(2)</sup> est appliquée par exemple dans le marquage des emballages des produits de consommation ou des documents de valeur. Elle s'intègre au processus d'impression sans aucune modification, d'où un faible coût et une très grande facilité de déploiement. Une nuée de points microscopiques sont imprimés de manière invisible à l'œil nu, dont la couleur et la dimension sont choisies en fonction de la capacité à les camoufler parmi les défauts natu-

rels du support imprimé.

Ces points contiennent en fait une information chiffrée telle qu'un numéro de lot, un code de production ou de destination. Un simple scanner de bureau ou un téléphone portable muni d'un appareil de photo numérique est alors capable d'identifier un produit original d'une contrefaçon. Ce procédé permet non seulement d'authentifier un produit original mais également de détecter des réimportations frauduleuses d'objets authentiques communément appelé «marché gris».

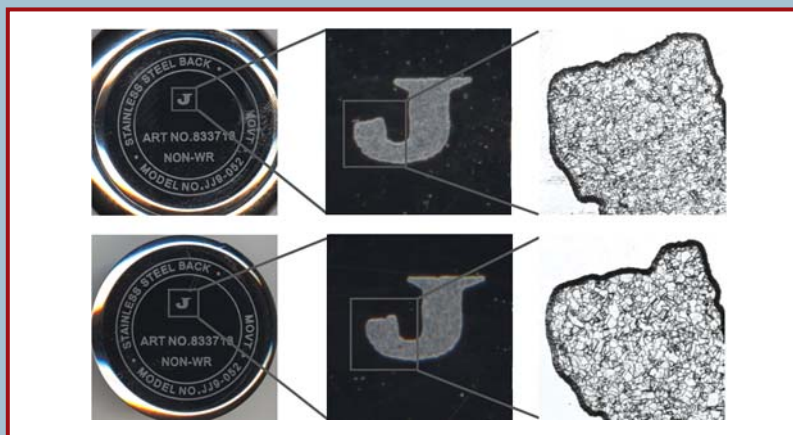
La même société a également appliqué sa technologie dans le repérage de micro défauts provoqués par l'usinage de pièces mécaniques pour les montres notamment. Même si elles sont produites en série, chaque pièce portera en elle des particularités uniques comme les empreintes digitales ou l'iris des yeux pour les êtres humains. L'enregistrement de cette empreinte<sup>(3)</sup> ou «Fingerprint» à la sortie de la chaîne de production suffit à tracer l'objet durant toute sa vie, sans aucune marque additionnelle. Là encore des techniques sophistiquées de traitement d'images sont utilisées pour identifier une empreinte particulière parmi des millions d'autres.

D'autres innovations ont été effectuées ces dernières années pour tracer des liquides ou des pâtes en y introduisant des éléments chimiques ou même électroniques sans parler des encres spéciales ou des dessins d'impression sophistiqués. Aujourd'hui les solutions existent et la meilleure protection est souvent une combinaison de plusieurs techniques appliquées au même objet, comme c'est le cas depuis de nombreuses années pour les billets de banque par exemple.



### De nouveaux moyens d'authentification

Marquage invisible d'emballages par micro-points invisibles à l'œil nu



Différences microscopiques de pièces métalliques à première vue identiques qui permettent de tracer une pièce unique durant toute son existence.



### Et les consommateurs?

Si les techniques existent, alors pourquoi le consommateur n'est-il pas encore capable d'authentifier de manière sûre un vrai d'un faux? Si les entreprises et les Etats souffrent de la contrefaçon par des pertes de revenus ou des disparitions de places de travail, il n'en reste pas moins vrai que c'est le consommateur final qui peut être atteint dans sa santé par un aliment ou un médicament contrefait. C'est encore lui qui peut voir sa maison brûler à cause d'un appareil ménager ou d'une simple rallonge issue de la contrefaçon, dont le fil de cuivre n'est pas d'un diamètre suffisant et qui prend feu, même muni d'un faux tampon de qualité UL, EC ou TÜV. C'est encore lui qui peut voir son véhicule démolé par une pièce détachée contrefaite et de qualité insuffisante ou tout simplement se voir floué par la détention d'un objet contrefait sans valeur payé au prix d'un original.

Si le consommateur a réussi à imposer un étiquetage plus transparent des produits frais, avec la date limite de consommation, la composition exacte et l'origine, il est peut-être en mesure d'imposer aux fabricants l'adoption de mesures à même de lui permettre de vérifier en tout temps et en tous lieux l'origine d'un produit supposé de marque.

Les fabricants sont toujours réticents à adopter des mesures qui vont occasionner des surcoûts de production. Ils n'ont peut-être pas encore pris conscience que la certification d'authenticité d'un bien est une valeur importante attachée à l'objet, en cas de revente notamment. C'est donc un service au client de grande valeur à même de le fidéliser.

Le développement fulgurant des sites Internet d'en-

chères privées de gré à gré montrent bien que la vente en seconde main des objets est un vrai commerce et que son développement est irréversible. Certains fabricants essaient de restreindre la vente de leurs produits sur ces sites pour causes de prolifération des contrefaçons. Mais ne serait-ce pas préférable que ces mêmes fabricants procurent au consommateur aussi bien vendeur qu'acheteur un moyen fiable d'authentifier leurs produits de marque?

La bataille technologique et juridique ne fait que commencer. Au troisième congrès mondial pour le combat contre les contrefaçons cité plus haut, les douanes, les procureurs d'Etats, les organisations de défense de la propriété intellectuelle, une armada d'avocats, des représentants de marques internationales et des fournisseurs de solutions étaient présents, mais pas un seul représentant des organisations de consommateurs. Il ne reste donc plus qu'à prendre conscience de l'importance pour chacun d'entre nous d'éradiquer cette industrie du faux et de protéger la propriété intellectuelle, aussi bien pour notre santé que pour la sauvegarde de nos places de travail. ◀◀

<sup>(1)</sup>REFLEX, No1 – Janvier 2007, p. 47  
«Une constellation de compétences»  
[www.reflexmagazine.ch](http://www.reflexmagazine.ch)

<sup>(2)</sup>Cryptoglyph by AlpVision  
[www.alpvision.ch/cgoverview.html](http://www.alpvision.ch/cgoverview.html)

<sup>(3)</sup>«Objects have fingerprints»  
[http://giussani.typepad.com/loip/2006/11/objects\\_have\\_fi.html](http://giussani.typepad.com/loip/2006/11/objects_have_fi.html)

### La contrefaçon n'a aucune limite

La preuve en est avec cet exemple de copie du parfum pour homme «Le Mâle de Jean Paul Gaultier». À gauche l'original et à droite la contrefaçon.

