



*Communiqué de presse*

Paris, le 20 janvier 2004

## **LE COMITE NATIONAL ANTI-CONTREFAÇON LANCE LA CAMPAGNE “CONTREFAÇON DANGER”**

***Du 26 au 31 janvier, le CNAC organise la Semaine Anti-Contrefaçon***

**La contrefaçon a désormais acquis les capacités d'une production de masse et n'épargne plus aucun secteur économique. Aujourd'hui, ce fléau porte atteinte à la santé et à la sécurité des personnes et finance les réseaux du crime organisé.**

**Dans ce contexte, le CNAC (Comité National Anti-Contrefaçon) lance la Semaine Anti-Contrefaçon sous l'égide du ministre délégué à l'Industrie pour sensibiliser les Français aux dangers de la contrefaçon et les aider à s'en prémunir.**

**Avec 5 à 9 % du commerce mondial, la contrefaçon attaque sur tous les fronts**

Depuis 1995, le poids de la contrefaçon ne cesse de croître, atteignant aujourd'hui 5 à 9 % du commerce mondial, soit 200 à 300 milliards d'euros. Si elle ne copiait auparavant que les produits des grandes marques, elle touche aujourd'hui tous les produits de consommation : produits numériques (son, image, logiciels), appareils domestiques, jouets, pièces détachées automobiles ou aéronautiques, outillage, produits d'hygiène, médicaments, produits alimentaires, vins et spiritueux, tabac... bien sûr sans omettre la maroquinerie, l'horlogerie, le textile...

**Ressource financière des réseaux mafieux, elle est au cœur des activités criminelles**

Aux mains de réseaux criminels organisés, la contrefaçon entretient des liens étroits avec les trafiquants de drogue, d'armes, voire les milieux terroristes.

Plus rentable et pénalement moins risquée que ces trafics, elle constitue une manne financière considérable pour le terrorisme, tandis qu'elle partage avec les autres activités de commerce illicites (drogue et armes) les structures de production, les lieux de stockage, les moyens de transport et les réseaux de distribution. Enfin, elle favorise et entretient le travail clandestin, ressource qu'elle exploite sans limites et dans les pires conditions.



## **La contrefaçon menace la sécurité et la santé des consommateurs**

Pour gagner en rentabilité, les contrefacteurs ne respectent pas les normes de fabrication et de sécurité des produits qu'ils copient. Jouets inflammables, médicaments sous ou sur-dosés, alcools frelatés, robots électriques dépourvus de systèmes de sécurité, parfums allergéniques... les dangers pour la santé et la sécurité sont nombreux et de plus en plus fréquents.

### **“Contrefaçon Danger” : le CNAC alerte les consommateurs et les aide à se prémunir des risques de la contrefaçon**

Du 26 au 31 janvier 2004, une Semaine Anti-Contrefaçon est organisée pour alerter les Français sur les conséquences graves de la contrefaçon sur leur sécurité et leur santé.

Placée sous l'égide du ministère délégué à l'Industrie, cette campagne d'information du CNAC est destinée à aider les consommateurs à prendre conscience des risques pour mieux s'en prémunir.

La Semaine Anti-Contrefaçon déploiera un dispositif de sensibilisation et des outils pédagogiques : une campagne de communication en presse et affichage, des chroniques d'information diffusées en partenariat avec plus de 150 radios, un site Internet et des messages viraux propagés en réseau par e-mail, des dépliants d'information distribués au grand public, un relais en régions grâce au soutien de près de 100 mairies de villes de plus de 10 000 habitants. Par ailleurs, le Musée de la contrefaçon, situé 16 rue de la Faisanderie dans le 16<sup>ème</sup> arrondissement de Paris ouvrira gratuitement ses portes du 27 au 30 janvier et proposera tous les jours deux conférences destinées au grand public.

### ***Cette campagne du CNAC, coordonnée par l'Union des Fabricants et l'Institut national de la propriété industrielle, est soutenue par :***

*Adidas - Air Liquide - Association de Lutte contre la Piraterie Audiovisuelle - Bureau National Interprofessionnel du Cognac - BSA France (Business Software Alliance) - Cartier - Comité Colbert - Comité de Liaison des Industries de Main d'Oeuvre - Fédération des Industries Mécaniques - Fédération Française de la Couture, du Prêt à Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode - Fédération Française des Industries du Sport et des Loisirs - Fédération Jouet & Puériculture - Fila - Fédération Nationale du Tissu - Galeries Lafayette - Guerbet - La Chemise Lacoste - Les Entreprises du Médicament - Lejay Lagoute - Longchamp - Louis Vuitton Malletier - LVMH - Nike - Opinel - Petzl - Philip Morris - Pierre Cardin - Reebok - Rolex - Rossignol - SACEM-SDRM - Société Civile des Producteurs Phonographiques - Sisley - Société Nationale des Poudres et Explosifs - The Walt Disney Company - Union des Industries Textiles - Veuve Clicquot Ponsardin - Victorinox.*



## Sommaire

<b>Première partie - Les nouveaux visages de la contrefaçon.....</b>	<b>page 4</b>
1 - La contrefaçon, un phénomène tentaculaire .....	page 4
2 - Une manne croissante pour les réseaux criminels.....	page 5
3 - La contamination de tous les secteurs de l'économie .....	page 7
<b>Deuxième partie - Les dangers de la contrefaçon.....</b>	<b>page 9</b>
1 – Des risques avérés pour le consommateur.....	page 9
2 - Comment éviter d'être victime de la contrefaçon ?.....	page 10
<b>Troisième partie - “Contrefaçon Danger” : une campagne du Comité National Anti-Contrefaçon.....</b>	<b>page 12</b>
<b>Quatrième partie - Le point sur l'action du Comité National Anti-Contrefaçon .....</b>	<b>page 14</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>page 17</b>
Annexe 1 : La composition du CNAC .....	page 18
Annexe 2 : Les titres de propriété industrielle .....	page 19
Annexe 3 : Les principales sources documentaires utilisées dans ce dossier de presse .....	page 20
Annexe 4 : La liste des municipalités soutenant la campagne.....	page 21

# Première partie - Les nouveaux visages de la contrefaçon

## 1 - La contrefaçon, un phénomène tentaculaire

---

### Une place croissante dans l'économie mondiale

Les produits de la contrefaçon représentent aujourd'hui une part considérable de l'économie : 5 à 9 % du commerce mondial, soit 200 à 300 milliards d'euros par an, en augmentation constante depuis 1995. Dans l'Union européenne, le nombre de saisies a été multiplié par 4 entre 1999 et 2003, passant ainsi de 25 à environ 100 millions selon les statistiques de la Commission européenne.

**La contrefaçon  
représente  
5 à 9 % du  
commerce mondial**

**En 2003, 100 millions  
de produits contrefaits ont  
été saisis en Europe**

Enfin, depuis 1995, de plus en plus de secteurs de l'économie sont touchés par ce phénomène : une entreprise sur deux s'estime ainsi victime de la contrefaçon.

### Une expansion géographique sans limite

**Aujourd'hui, 19 %  
des produits  
contrefaits ont  
pour destination  
finale la France,  
contre moins de  
5 % en 2001**

Les réseaux de fabrication et de distribution se sont beaucoup étendus ces dernières années.

Parmi les zones traditionnelles de fabrication : l'Asie du Sud-Est (Chine en tête), le Bassin méditerranéen (Maroc, Tunisie, Turquie) et l'Europe du Sud (Italie, Espagne, Portugal).

S'y ajoutent depuis peu, l'Europe centrale et orientale, le Royaume-Uni, la Belgique et les Etats-Unis.

### La puissance de production et de distribution d'une structure industrielle

La contrefaçon a cessé d'être une activité artisanale avec ses petits ateliers clandestins et ses actions isolées : elle est devenue une véritable "industrie" dotée d'installations à la pointe de la technologie et d'un réseau de distribution, notamment par Internet. Les "professionnels" de la contrefaçon utilisent de plus en plus des usines ultra-modernes, des équipements coûteux, et tous les modes de transport marchands (maritimes, aériens, ferroviaires ou routiers). Côté distribution, des sites Internet de vente classique et de vente aux enchères, contribuent à écouler les produits de façon massive et dans l'anonymat, les contrefacteurs pouvant rester cachés et se "déplacer" rapidement en cas de repérage.

Conséquence de cette modernité technique et technologique : une forte réactivité qui facilite une mise sur le marché des produits contrefaits presque simultanément à -parfois même avant- celle des versions originales.

## **Un coût économique et social considérable**

Le manque à gagner généré par les activités de la contrefaçon est estimé à 200, voire 300 milliards d'euros dans le monde, et à 6 milliards en France. La France est particulièrement touchée par ce fléau puisque de nombreuses marques contrefaites sont françaises. Le pillage du savoir-faire contribue à la suppression annuelle de près de 200 000 emplois dans le monde, dont 100 000 en Europe et au moins 30 000 en France.

***Pour une grande marque d'automobile française, le manque à gagner lié à la vente de pièces détachées automobiles contrefaites est estimé entre 90 et 130 millions d'euros***

Outre les pertes qu'elle génère en termes de chiffre d'affaires et d'emplois, cette activité illicite pénalise également les entreprises en matière d'investissements (R&D, marketing, communication...) plus difficilement rentabilisés et ternit leur image de marque.

## **2 - Une manne croissante pour les réseaux criminels**

---

### **Une collusion avérée avec les milieux terroristes et trafiquants**

Source de profits considérables, la contrefaçon est devenue la banque idéale de nombreux réseaux mafieux. On soupçonne qu'elle participe ainsi au financement de nombreux groupes terroristes dans le monde. S'agissant des autres activités illégales de commerce (drogue, armes...), la contrefaçon partage les mêmes locaux de production ou de conditionnement et les mêmes moyens de transport, leur permettant ainsi de réaliser d'importantes économies d'échelles.

La contrefaçon est souvent aux mains de réseaux criminels organisés comme la Camora en Italie du Sud, l'IRA en Irlande, les groupes du COSA (Crime Organisé de Souche Asiatique) en Asie, la YAKUSA au Japon, le BUCAK en Turquie...

### **Un vecteur dangereux du travail clandestin et de l'immigration clandestine**

Les contrefacteurs accroissent les profits de leurs activités en faisant appel à des travailleurs clandestins qu'ils peuvent sous-payer et assujettir sans risque de rébellion. Les réseaux internationaux parfaitement organisés vont même jusqu'à provoquer l'immigration clandestine au sein de l'Union européenne pour s'assurer la main d'œuvre la plus obéissante possible, puisqu'elle est redevable de sa dette au passeur. Entassés dans des caves ou des appartements exigus, les clandestins travaillent dans des conditions inacceptables.

### **Des actions d'intimidation vis-à-vis des industriels et des autorités**

En représailles à des saisies importantes ou à des actions qui leur sont défavorables, certains contrefacteurs ont régulièrement recours à la menace, et la mettent parfois à exécution. Ainsi en Russie, le directeur du RAPO (l'équivalent de l'Association de Lutte contre la Piraterie Audiovisuelle) a été victime le 24 novembre 2002 d'une tentative de meurtre, après la saisie de près de 1 million de pochettes et de 120 000 DVD piratés.

***“La contrefaçon est une activité criminelle à part entière qui n'est pas en périphérie des autres activités criminelles mais au cœur de celles-ci”***  
**INTERPOL**

## Un brouillage systématique des pistes

Les contrefacteurs profitent de la mondialisation et de l'ampleur des réseaux commerciaux pour avancer "masqués" et brouiller les pistes. Ils cloisonnent généralement les capitaux, les sites de production, les circuits de distribution et les marchés. Ils fabriquent ainsi partiellement un produit dans un pays A avec les capitaux d'un réseau établi dans un pays B, l'assemblent dans un pays C, le font transiter par un pays D et le vendent *in fine* dans un pays E.

Les techniques destinées à tromper la vigilance des autorités douanières sont nombreuses : acheminements indirects (transit d'un produit par 2 ou 3 pays avant de parvenir à sa destination finale), modification permanente des circuits de passage et de distribution, recours aux moyens de transport les plus rapides, mélange de produits authentiques et de produits contrefaits...

## Une activité plus rentable et moins risquée qu'un trafic "standard"

La contrefaçon est une activité particulièrement rémunératrice : 1 euro investi peut rapporter environ 10 euros aux contrefacteurs. Il est ainsi 8 fois plus rentable de se livrer au trafic de faux produits numériques qu'au trafic de drogue ! En outre, la contrefaçon est moins risquée sur le plan pénal puisqu'elle constitue un délit encore insuffisamment puni.

<p><b>1 kg de CD piratés rapporte 3 fois plus que 1 kg de résine de cannabis</b></p>
--

Elle est donc particulièrement attractive pour les délinquants qui y voient une source considérable de profits et un risque judiciaire jugé faible en comparaison avec d'autres trafics plus lourdement punis.

## Des sanctions encore inadaptées à la gravité du délit... et surtout mal appliquées

Aujourd'hui, le Code de la propriété intellectuelle prévoit une amende pouvant aller jusqu'à 150 000 euros et 2 ans d'emprisonnement. A ces sanctions peuvent s'ajouter des peines complémentaires (privation du droit d'élection et d'éligibilité, fermeture des établissements, confiscation des contrefaçons et du matériel ayant servi à leur fabrication, publication du jugement...).

Le Code des douanes sanctionne quant à lui, le délit de contrefaçon d'une peine d'emprisonnement de 3 ans, et d'une amende équivalant une à deux fois la valeur de la marchandise et de la confiscation de la marchandise.

Ces dispositions sont encore peu appliquées aujourd'hui. C'est pourquoi Nicole Fontaine, ministre déléguée à l'Industrie, a souligné récemment "*la nécessaire amélioration de l'efficacité du système juridictionnel français*".

Dans cette perspective, un projet de loi "portant adaptation de la justice aux évolutions de la criminalité" notamment en matière de contrefaçon, est en cours d'examen par le Parlement. Il porte les peines à 3 ans d'emprisonnement et 300 000 euros d'amende (600 000 euros en cas de récidive). Si l'infraction est commise en "bande organisée", la peine de prison sera portée à 5 ans et l'amende à 500 000 euros.

## La mobilisation des polices du monde entier

Face à ce fléau grandissant, l'ensemble des pays se mobilise depuis quelques années en vue d'une coopération plus efficace.

Ainsi, INTERPOL, l'organisme international de coopération des polices criminelles, a mis en place depuis 2001 un groupe de travail destiné à rendre plus fluide l'échange d'informations entre polices et à simplifier les enquêtes. Il s'agit de l'IIPCAG, Interpol Intellectual Property Crime Action Group. De la même manière, un groupe "droit de la propriété intellectuelle" a été créé par l'Organisation Mondiale des Douanes notamment pour former les douaniers du monde entier à la reconnaissance des produits authentiques et des contrefaçons.

Par ailleurs, au niveau communautaire, le mandat d'Europol a été étendu en 2001 aux affaires de contrefaçons, entérinant ainsi le caractère "criminel" de l'activité.

## 3 - La contamination de tous les secteurs de l'économie

---

### L'attrait persistant des marques à forte notoriété

Le prestige des marques explique l'ancrage historique de la contrefaçon dans les secteurs de la mode (vêtements et accessoires, chaussures, lunetterie, maroquinerie, bijouterie et horlogerie, parfumerie...) et sa persistance. En 2002, près de 40 % des saisies réalisées en France ont concerné des articles de ce type. La résonance des événements sportifs internationaux a, par ailleurs, renforcé la copie de marques notoires liées au sport et aux loisirs grand public, dépassant ainsi la contrefaçon des produits de luxe.

**Le 4 décembre 2003 à Roissy, 250 000 étiquettes de marques de sport ont été saisies. En provenance de Hong Kong, elles devaient être acheminées au Maroc**

**Traditionnellement, le produit contrefait de marque copie le modèle de base de la marque car il est celui qui bénéficie de la plus forte notoriété**

S'agissant des marques de luxe, la contrefaçon touche principalement les marques françaises mais également d'autres marques d'origine italienne, allemande, suisse, américaine et japonaise.

La qualité d'apparence des contrefaçons ayant été améliorée depuis quelques années, le consommateur est trompé lors de l'achat qu'il peut effectuer à un prix parfois même élevé.

### Les produits de consommation courante : un territoire de plus en plus convoité

La contrefaçon ne concerne plus seulement des produits de marques prestigieuses. Depuis 1995/1996, du fait notamment de la mondialisation des échanges commerciaux, la gamme des produits contrefaits s'est largement diversifiée pour concerner des produits de consommation courante : appareils domestiques, outillage, produits alimentaires, pièces détachées automobiles et aéronautiques, produits d'hygiène, médicaments, jouets, tabac, vins et spiritueux, parfums et cosmétiques mais également logiciels informatiques, supports vidéo et audio (CD, DVD)...

**La contrefaçon représente 12 % du marché mondial du jouet, 10 % de celui de la parfumerie et des cosmétiques, 7 % de celui de l'industrie pharmaceutique...**

**56 % des entreprises  
fabriquant des appareils  
domestiques sont  
copiées**

La contrefaçon couvre désormais la totalité du champ industriel, de l'ancienne et de la nouvelle économie, la notion de marque ou de dessins et modèles exerçant un pouvoir de séduction même lorsqu'elle appartient à un registre plus quotidien.

Massivement touchée par la contrefaçon, l'industrie du numérique (logiciels, jeux vidéo, CD, DVD...) voit ses produits copiés dans des proportions exceptionnellement élevées. Par exemple, le taux de piratage en entreprise des logiciels informatiques atteint 35 % en Europe, 43 % en France, 89 % en Russie et 92 % en Chine ! De même et toujours en France, 1 CD vendu sur 3 est un CD piraté.

**Le taux de piratage  
des logiciels en  
entreprises atteint  
aujourd'hui 43 %  
en France**

Pour lutter contre l'expansion du phénomène, un groupe d'industriels constitué notamment d'éditeurs de logiciels et de musique, a annoncé en décembre 2003 qu'il allait s'employer à développer des standards de fichier visant à distribuer plus efficacement par l'Internet, musique, films et autres contenus protégés. En France, le projet de loi relatif au droit d'auteur ouvre la voie à des poursuites à l'encontre des utilisateurs illicites des logiciels "peer to peer". Déposé le 12 novembre 2003, ce projet est actuellement examiné par l'Assemblée Nationale, en première lecture.

## Deuxième partie - Les dangers de la contrefaçon

### 1 - Des risques avérés pour le consommateur

---

#### **Une atteinte à la santé et à la sécurité des personnes**

En s'attaquant aux produits de consommation de tout genre sans respecter le cahier des charges des marques copiées, la contrefaçon a ouvert un champ important de risques en matière de santé et de sécurité. Au ban des produits les plus dangereux pour la santé : les médicaments, les vins et spiritueux, les produits d'hygiène très souvent allergéniques, etc. Et parmi ceux qui présentent un danger pour la sécurité : les appareils domestiques, les pièces de rechange automobiles et aéronautiques, les jouets, les outils...

#### **Les appareils domestiques**

Poêles, robots, couteaux, barbecues électriques, cocottes minute... les articles de cuisine sont les plus contrefaits dans le domaine des appareils domestiques. Or, pour réduire au maximum les coûts, les contrefacteurs ne respectent pas les normes et négligent la mise en place de systèmes de sécurité (fusibles ou métaux mal adaptés, résistances non conformes, absence de verrouillage...), souvent mal connus du consommateur. Ainsi, la mauvaise qualité de ces appareils peut provoquer des accidents très graves : coupures, électrocutions, brûlures, explosions...

#### **Les pièces de rechange automobiles**

Dans l'Union européenne, 5 à 10 % des pièces de rechange automobiles sont des pièces contrefaites. Elles arrivent fréquemment sur le marché par l'intermédiaire de professionnels peu scrupuleux qui profitent de l'ignorance technique de leurs clients. Pare-chocs, plaquettes de freins, capots... sont autant de pièces fréquemment contrefaites qui peuvent, si elles sont défectueuses, rendre un accident fatal.

#### **Les médicaments**

Aujourd'hui, 7 % des médicaments mis en circulation dans le monde sont des faux. Vendus essentiellement dans les pays du tiers-monde, ils sont peu répandus dans les pays industrialisés qui encadrent très strictement leur distribution. Pour autant, les occasions de s'en procurer restent importantes (voyage, ventes sur Internet...). Contenant de l'eau, du café, du sucre, voire des substances dangereuses, ces produits ne respectent pas les principes de dosage. Ils sont, au mieux, sans principe actif ou utilisent un principe ayant des effets masquant la maladie. Mais, dans le pire des cas, ils sont capables de provoquer la maladie ou la mort.

***Dans les années 1990  
au Nigeria, 200  
enfants sont  
décédés après avoir  
absorbé un sirop  
contre la toux  
contrefait auquel avait  
été mélangé un solvant  
industriel***

#### **Les vins et spiritueux**

Les boissons alcoolisées (Cognac, Champagne, whisky, vodka) sont les plus touchées par la contrefaçon. Si elles peuvent être simplement sans saveur, elles sont aussi souvent dangereuses ou mortelles.

## Les vêtements et les cosmétiques

Les composants chimiques (teintures, solutions, alcool, fibres) utilisés dans les contrefaçons de vêtements, de cosmétiques et de parfums ne font pas l'objet de tests dermatologiques et leur composition est susceptible d'être dangereuse pour la peau. Des allergies cutanées parfois très graves ont pu être constatées sur des consommateurs de ces produits contrefaits.

## **De sanctions très lourdes pour les acheteurs**

Si pendant longtemps, l'achat de produits contrefaits notamment dans des lieux touristiques ne présentait aucun risque, les faits ont évolué ces 10 dernières années, dans le sens d'un durcissement de la loi et de son application. L'acheteur d'une contrefaçon s'expose aujourd'hui à la loi du 5 février 1994 : il voit non seulement son produit confisqué, mais il doit aussi payer une amende équivalant à deux fois le prix du produit original et s'expose aux poursuites pénales que le titulaire des droits peut engager contre lui, c'est-à-dire qu'il risque jusqu'à 2 ans de prison et 150 000 euros d'amende (*peines en cours de révision*).

Le projet de loi portant adaptation de la justice aux évolutions de la criminalité contient des amendements adoptés en première lecture tant par l'Assemblée Nationale que par le Sénat sur l'augmentation des sanctions pénales de la contrefaçon, et instaure le délit de commission de l'infraction en bande organisée (5 ans et 500 000 euros). Déposé le 9 avril 2003, le projet sera examiné en deuxième lecture le 21 janvier 2004.

## **2 - Comment éviter d'être victime de la contrefaçon ?**

---

### **Comprendre ce que recouvre la notion de contrefaçon**

La contrefaçon est l'activité qui consiste à reproduire par copie ou imitation une œuvre industrielle, artistique ou littéraire au préjudice de son auteur ou inventeur, titulaire du droit, du fait, le cas échéant, de l'enregistrement de son titre de propriété auprès de l'INPI (Institut national de la propriété industrielle).

Concrètement, en cas d'imitation, la contrefaçon s'apprécie en fonction de ses ressemblances et non de ses différences : elle consiste à reprendre une ou plusieurs caractéristiques emblématiques du modèle original pour créer l'illusion de la réalité et porter ainsi à confusion auprès d'un œil non averti.

La contrefaçon peut concerner :

	<b>Durée de la protection en France</b>
• <b><u>Le brevet</u></b> : si l'innovation technique est protégée dans le pays	20 ans*
• <b><u>La marque</u></b> : copie ou imitation, sans autorisation, d'un signe servant à distinguer un produit ou un service déposé à l'INPI	10 ans renouvelables éternellement
• <b><u>Le dessin ou modèle</u></b> : reprise des caractéristiques d'apparence extérieure et typographiques	5 ans renouvelables 4 fois
• <b><u>Les droits d'auteur</u></b> ou droits voisins : reproduction d'une œuvre originale, importation ou vente sans autorisation. Le droit d'auteur s'acquiert par le seul fait de la création	Jusqu'à 70 ans après la mort de l'auteur
• <b><u>Les obtentions végétales</u></b> : reproduction, utilisation d'une nouvelle variété de plante créée ou découverte	20 ans

\* Jusqu'à 25 ans pour les médicaments.

## **Les “trucs et astuces” pour déceler les produits contrefaits**

### **Appareils électroménagers : veiller aux normes de fabrication**

Il faut être attentif aux points de sécurité et à ce que la marque et les normes de fabrication soient clairement mentionnées. L'apposition de la marque NF (ou CE) constitue par exemple une garantie fiable puisqu'elle atteste que les modèles ont satisfait aux tests imposés par l'AFNOR (Association Française de Normalisation). Il est utile de se procurer la garantie du fabricant qui permettra de s'assurer de la provenance de l'appareil. Enfin, il faut se garder d'acheter à l'étranger ou à la sauvette une prétendue “bonne affaire”.

### **Médicaments : attention à l'achat sur Internet ou à l'étranger**

Il faut vérifier que le médicament se réfère à un numéro de lot, le nom du médicament et du fabricant, sa composition et une date de péremption. Si la “vraie/fausse” marque est souvent reprise et apposée sur l'emballage, la présence conjointe des autres paramètres constitue un bon faisceau d'indices. Par ailleurs, en France, l'achat de médicaments contrefaits n'est possible que sur Internet, la distribution des médicaments étant exclusive et très contrôlée.

### **Jouets : vigilance quant aux modalités d'utilisation**

Le jouet authentique comporte le nom et l'adresse du fabricant ou de l'importateur. Il doit être conforme aux normes de fabrication et mentionne de ce fait le plus souvent des modalités d'utilisation du type : *“uniquement pour les enfants de plus de...”*, *“à utiliser sous la surveillance d'un adulte...”*, *“à utiliser dans telles conditions”*, etc.

Quant au circuit de distribution, seuls les boutiques et rayons spécialisés garantissent la fiabilité du produit acheté.

### **Vêtements, parfums et cosmétiques : des points de vente suspects**

Les vêtements de marque et les parfums et cosmétiques sont vendus dans des circuits de “distribution sélective” : les premiers dans les boutiques officielles de la marque et les distributeurs agréés et les seconds dans les parfumeries, Duty Free et corners des grands magasins. Les véritables articles de sport, par exemple, sont vendus exclusivement dans des magasins de sport, par des spécialistes. Attention, donc, à ne pas acheter n'importe où qu'il s'agisse de foires, marchés, braderies ou de sites Internet de “bonnes affaires”. Par ailleurs, les entreprises ne tolèrent pas qu'ils soient vendus à bas prix, ce qui rend nécessairement suspect un prix “discount”.

### **Maroquinerie de luxe : la qualité médiocre du produit**

Les sacs et ceintures sont les produits les plus contrefaits dans ce domaine. Généralement, ils sont fabriqués dans des matériaux de moindre qualité (simili cuir par exemple...), les coutures et les finitions sont grossières, les colorants ne sont pas fixés et l'ensemble est souvent peu solide. Comme pour les vêtements et les parfums de marque, le réseau de distribution des produits originaux est très sélectif et leur prix est souvent élevé.

## Troisième partie – “Contrefaçon Danger” : une campagne du Comité National Anti-Contrefaçon

La campagne “Contrefaçon Danger” se déroule du 26 au 31 janvier 2004 dans toute la France.

Organisée à l’initiative du Comité National Anti-Contrefaçon et coordonnée par l’Union des Fabricants et l’Institut national de la propriété industrielle, cette campagne de sensibilisation et d’information est placée sous l’égide du ministre délégué à l’Industrie.

**Objectifs de la campagne** : révéler les nouveaux dangers de la contrefaçon et donner les conseils pour s’en prémunir, tant du point de vue de la sécurité et de la santé des consommateurs que de celui des filières criminelles que le phénomène fait prospérer.

- **Coup d’envoi dans Paris-Match le 22 janvier**  
Une insertion pleine page dans l’hebdomadaire permettra d’interpeller le grand public pour provoquer une première prise de conscience.
- **Une forte mobilisation des municipalités françaises**  
Le CNAC a sollicité les villes de plus de 10 000 habitants pour annoncer la Semaine Anti-Contrefaçon sur leurs espaces d’informations et leurs réseaux municipaux d’affichage. Une centaine de villes ont déjà exprimé leur soutien à la campagne en commandant plus de 2 700 affiches.
- **Une visibilité de la campagne via deux réseaux d’affichages nationaux**  
2 500 affiches 60 x 80 cm prendront place chez les commerçants des centres villes de Paris, Marseille, Lyon, Lille, Bordeaux et Nice. Dans ces mêmes villes, à l’exception de Paris, 160 affiches 120 x 176 cm seront visibles dans les parkings et les galeries marchandes des centres commerciaux.
- **Un partenariat avec 150 radios locales durant toute la semaine de la contrefaçon**  
19 chroniques d’information enregistrées sur CD permettront à des antennes de radios locales et de grands réseaux comme Fun, Skyrock, NRJ, de diffuser les messages sur les dangers de la contrefaçon auprès de leurs auditeurs. Des jeux sont également organisés avec 50 d’entre elles pour sensibiliser plus spécifiquement le public jeune.
- **Une sensibilisation directe des consommateurs le samedi 31 janvier**  
60 000 dépliants d’information seront distribués dans les rues commerçantes de Paris, Marseille, Lyon, Lille, Bordeaux et Nice. Ce dépliant permettra d’informer largement le grand public sur les dangers de la contrefaçon et de donner des conseils concrets pour savoir s’en prémunir.

- **www.contrefacon-danger.com, le site pour tout savoir sur la contrefaçon**  
Le nouveau visage de la contrefaçon, les dangers dont il faut apprendre à se garder, toutes les sources utiles pour accéder à des informations fiables et à jour sur la lutte anti-contrefaçon. Et pour s'informer tout en s'amusant, un quizz "Vrai/Faux" pour gagner des produits 100 % authentiques.
  
- **Deux modules de marketing-viral diffusés par e-mail**  
Deux diaporamas mettant en scène les dangers de la contrefaçon seront largement diffusés par les partenaires de la campagne et pourront être téléchargés sur le site dédié. Le premier diaporama témoigne d'accidents dramatiques que les produits contrefaits ont engendrés. Le deuxième dévoile les dessous de la contrefaçon : esclavagisme social et lien avéré entre les contrefacteurs et le crime organisé.
  
- **Visibilité de la campagne dans les administrations de proximité : commissariats de police, préfectures et postes de gendarmerie**  
Les administrations impliquées dans la lutte contre la contrefaçon mettront leurs espaces de communication au service de la campagne "Contrefaçon Danger" : 4 000 affiches seront mises en valeur dans les gendarmeries, 2 000 dans les commissariats de police et 340 dans les Préfectures et les Sous-Préfectures.
  
- **Des journées portes ouvertes au Musée de la contrefaçon à Paris**  
Pour apprendre à identifier un produit contrefait et poser vos questions à un expert, le musée de la contrefaçon, situé 16 rue de la Faisanderie dans le 16<sup>ème</sup> arrondissement de Paris ouvrira gratuitement ses portes du 27 au 30 janvier et proposera tous les jours deux conférences destinées au grand public. Informations téléphoniques au 01 56 26 14 00.

## Quatrième partie – Le point sur l’action du Comité National Anti-Contrefaçon

**Le “*plan d’action contre la désindustrialisation comportera [...] un volet international. L’Europe doit avoir une politique commerciale offensive. Elle doit [...] être beaucoup plus volontariste dans la lutte contre la contrefaçon [...]*” Jacques Chirac, vœux du Président de la République aux forces vives – 6 janvier 2004.**

Véritable priorité nationale, la lutte contre la contrefaçon est organisée et mise en œuvre au sein du Comité National Anti-Contrefaçon.

Le CNAC réunit les fédérations professionnelles, les associations et les entreprises concernées ainsi que les administrations compétentes (cf. composition détaillée en annexe du présent dossier). Il a été relancé par la ministre en charge de la propriété industrielle, Mme Nicole Fontaine, qui en a confié, en novembre 2002, la présidence à M. François d'Aubert, député de La Mayenne et ancien ministre.

Le CNAC a notamment pour mission de :

- coordonner les actions initiées par chaque administration afin d'améliorer l'efficacité de l'ensemble du dispositif national,
- favoriser un travail commun entre administrations, d'une part et entre les administrations et les industriels, d'autre part,
- sensibiliser les industriels aux droits et devoirs de la propriété intellectuelle en leur fournissant une information et une documentation pratiques,
- aider les industriels à mieux appréhender les réglementations étrangères en les informant régulièrement,
- organiser des missions de coopération vis-à-vis des pays en voie de développement,
- développer des actions de sensibilisation des consommateurs,
- renforcer la lutte contre les contrefaçons au niveau européen et international (règlement européen et accords relatifs à la propriété intellectuelle dans le cadre de l'Organisation Mondiale du Commerce),
- dresser un bilan des actions menées en matière de lutte contre les contrefaçons et proposer des améliorations du dispositif existant.

## **Le Plan de lutte contre la contrefaçon 2003/2004 : sensibiliser et informer, renforcer la répression et encourager la coopération internationale**

Elaboré par le CNAC et approuvé le 27 mai 2003 par Mme Nicole Fontaine, ce plan consiste tout d'abord à faire prendre conscience à l'ensemble de la société (citoyens, entreprises, leaders d'opinion) des conséquences dramatiques de la contrefaçon.

Il s'agit parallèlement de renforcer la répression en rendant le délit plus dissuasif et en améliorant le travail des juridictions et des services publics concernés.

Enfin, il faut prendre en considération la dimension internationale du phénomène de contrefaçon. Bien souvent la production, voire la vente de marchandises contrefaites a lieu à l'étranger. Certains des pays producteurs sont d'ailleurs bien connus. Une meilleure coopération européenne et internationale permettrait de faire connaître les actions de la France dans ce domaine, de prévenir le développement de la contrefaçon, et de mieux appréhender et condamner les contrefacteurs.

Concernant la propriété littéraire et artistique, force est de constater que le droit est de plus en plus bafoué. Le développement des nouvelles techniques de reproduction et de diffusion en est l'une des principales raisons. Trois secteurs sont particulièrement touchés par toutes les formes de contrefaçon numériques : industrie de la musique, industrie du cinéma et industrie des logiciels de loisirs comme professionnels. Parallèlement se développe également la contrefaçon d'ordre privé, en raison d'une forte tolérance de cette fâcheuse pratique.

C'est pourquoi, pour faire face à ces phénomènes, le CNAC développera des propositions complémentaires spécifiques, en liaison avec le ministère de la Culture et de la Communication.

### **Les actions réalisées et en cours**

En quelques mois, des progrès significatifs ont été réalisés.

#### **Sensibilisation et information**

---

##### **La campagne "Contrefaçon Danger"**

Un dispositif de communication et d'information d'ampleur (cf. p.12 du présent dossier de presse) est mis en place du 26 au 31 janvier 2004 dans le cadre d'une semaine de lutte anti-contrefaçon. Cette campagne a pour objectif d'alerter les Français sur les conséquences dramatiques du phénomène, de renforcer la vigilance des consommateurs, en mettant en évidence les effets de la contrefaçon sur la sécurité et la santé de tous.

##### **La réalisation d'outils d'information**

- Les **fiches-conseil**, publiées par le ministère de l'Industrie, ont été mises à jour. Destinées aux PME-PMI, elles seront disponibles sous la forme électronique et sous la forme papier.
- Des panneaux pour nourrir l'information d'un **stand itinérant** sur la contrefaçon, qui prendra place dans les foires commerciales.
- La conception d'une **exposition itinérante** sur le phénomène de la contrefaçon en liaison avec l'INPI, dont la date de livraison est fixée à septembre 2004.
- La réalisation de **guides pratiques** pour se protéger de la contrefaçon, en connaître les dangers et évaluer le préjudice subi : l'un en direction des consommateurs, l'autre à destination des professionnels.

## **Renforcement de la répression**

---

### **Au niveau français**

- Le projet de loi portant adaptation de la justice aux évolutions de la criminalité contient des amendements adoptés en première lecture tant par l'Assemblée nationale que par le Sénat sur l'augmentation des sanctions pénales de la contrefaçon et instaure le délit de commission de l'infraction en bande organisée (5 ans et 500 000 euros). Déposé le 9 avril 2003, le projet sera examiné en deuxième lecture le 21 janvier 2004.
- Le projet de loi relatif au droit d'auteur ouvre la voie des poursuites à l'encontre des utilisateurs illicites des logiciels "peer to peer". Déposé le 12 novembre 2003, ce projet est actuellement examiné par l'Assemblée Nationale, en première lecture.
- Le projet de loi pour la confiance dans l'économie numérique prévoit notamment la responsabilité des prestataires de services en ligne dès lors qu'ils connaissent le caractère illicite de l'information transmise. Déposé le 15 janvier 2003, ce projet a été examiné en 2ème lecture par l'Assemblée nationale les 7 et 8 janvier 2004. La deuxième lecture au Sénat est prévue le 12 février 2004.

### **Au niveau européen**

- Proposition de directive sur les moyens et procédures visant à assurer le respect des droits de propriété intellectuelle : le rapport de Madame Janelly Fourtou a été adopté le 26 novembre 2003 en Commission juridique du Parlement européen à 28 voix et 3 abstentions. Le texte devrait être présenté lors de la séance plénière du PE du 9 février 2004.
- Proposition de règlement du Parlement européen modifiant le code des Douanes communautaires. Ce texte a pour objectif de simplifier l'administration des douanes et de renforcer la sécurité aux frontières extérieures, en intégrant notamment un système harmonisé de l'évaluation des risques. Madame Janelly Fourtou est également rapporteur de ce texte. Présentée le 24 juillet 2003, cette proposition sera soumise en commission au Parlement européen le 16 mars 2004.
- Le nouveau règlement douanier (22 juillet 2003) élargit le champ de compétence des douanes aux obtentions végétales et aux indications géographiques. Il facilite par ailleurs l'information des douaniers, la circulation de l'information et la destruction des produits de fraude. Il entrera en vigueur le 1er juillet 2004.

## **Encourager la coopération internationale**

---

Le CNAC et l'INPI travaillent de concert avec les pays suivants : Russie, Italie, Chine, Royaume-Uni, Portugal.

- Russie et Chine : mise en place d'une commission bilatérale interministérielle sur la lutte contre la contrefaçon.
- Italie : la dernière loi de finances prévoit la mise en place de l'équivalent du CNAC.
- Royaume-Uni : depuis octobre 2003, un agent de l'Office britannique des Brevets et des Marques est chargé de la coordination de la lutte contre la contrefaçon.
- Le Portugal a exprimé le souhait de mettre en place un équivalent du CNAC sur le modèle français.

Par ailleurs, lors de la rencontre du Global Anti-counterfeit Group qui se tiendra à Paris, en mars prochain, la question de la mise en place d'un Comité européen de la Lutte contre la contrefaçon sera à l'ordre du jour.



# ANNEXES

# ANNEXE 1 : La composition du CNAC

## ***Pouvoirs publics***

Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie dont :

- Direction générale de l'industrie, des technologies de l'information et des postes
- Direction de l'action régionale et de la petite et moyenne industrie
- Direction des relations économiques extérieures
- Direction de la communication
- Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
- Direction générale des douanes et droits indirects
- Institut national de la propriété industrielle

Ministère de l'intérieur (direction centrale de la police judiciaire)

Ministère de la défense (direction générale de la gendarmerie nationale)

Ministère de la Culture

Ministère de la Justice

Ministère de l'Agriculture, dont :

- Institut national des appellations d'origine
- Comité de la protection des obtentions végétales

Commission européenne (office de l'harmonisation dans le marché intérieur)

## ***Partenaires privés***

- Les fédérations professionnelles et interprofessionnelles : Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle, Association des obtenteurs horticoles européens, Bureau National Interprofessionnel du Cognac, Comité Colbert, Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne, Comité de Liaison des Industries de Main d'Oeuvre (CLIMO), Comité National des Interprofessions Viticoles, Comité National des Appellations d'Origine Laitières, Confédération Nationale des Producteurs de Vins et Eaux-de-vie à AOC, Fédération de la couture et du prêt-à-porter, Fédération des exportateurs de vins et spiritueux de France, Fédération des Industries Françaises des Articles de Sport, Fédération des industries mécaniques, Fédération des industries de la parfumerie, Fédération Jouet & Puériculture, Fédération nationale du tissu, Syndicat national des industries pharmaceutiques (nouvelle appellation : Les Entreprises du Médicament), Union des fabricants (UNIFAB), Union française des industries de l'habillement, Union des industries textiles.
- Industriels directement impliqués dans la lutte contre la contrefaçon : comme BIC, Business Software Alliance (BSA), Chanel, Chemise Lacoste, Peugeot, Renault.
- Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie, Comité de la propriété industrielle du MEDEF (COMIPI), Compagnie nationale des conseils en propriété industrielle (CNCPI), Association des Praticiens en matières de Marques, dessins et modèles (APRAM), Fédération nationale des associations françaises d'inventeurs (FNAFI).
- Des représentants du droit d'auteur : Association française pour la protection internationale du droit d'auteur, SACEM, Chambre syndicale des producteurs et exportateurs de films français (CSPEFF), Société pour l'administration du droit de reproduction mécanique (SDRM), Société civile pour l'administration des droits des artistes et musiciens interprètes (ADAMI), Société civile de producteurs de phonogrammes (SCPP), Société de perception et distribution des droits des artistes interprètes de la musique et de la danse (SPEDIDAM), Société de producteurs de phonogrammes français (SPPF), Syndicat de l'édition vidéo (SEV).

## **ANNEXE 2 : Les titres de propriété industrielle**

### **Brevets**

Le brevet protège une invention qui se définit comme la solution technique apportée à un problème technique. Pour être brevetable, une invention doit être nouvelle, ne pas découler de manière évidente de l'état de la technique et être susceptible d'application industrielle. La protection est d'une durée de 20 ans.

### **Les marques**

La marque est le signe distinctif d'un produit ou d'un service. Ce peut être une marque de fabrique, de commerce ou de service. Elle est protégée pour une durée de 10 ans, indéfiniment renouvelable.

### **Dessins et modèles**

La protection des dessins et modèles s'applique à l'apparence d'un produit ou d'une partie de produit, caractérisée en particulier par ses lignes, ses contours, ses couleurs, sa forme, sa texture ou ses matériaux. La protection est d'une durée de 5 ans, renouvelable par périodes de 5 ans jusqu'à un maximum de 25 ans. La forme des objets industriels est également protégée par le droit d'auteur, sans formalités.

### **Certificats d'obtention végétale**

Une obtention végétale est une variété nouvelle, créée ou découverte, d'un genre ou d'une espèce. Le titre de protection, appelé certificat d'obtention végétale est délivré à la suite du dépôt d'une demande au Comité de la protection des obtentions végétales (CPOV), placé auprès du ministère de l'Agriculture. La durée de protection est fixée à 25 ans à compter de la délivrance.

### **ANNEXE 3 : Les principales sources documentaires utilisées dans ce dossier de presse**

Union des Fabricants ([www.unifab.com](http://www.unifab.com))

Institut national de la propriété industrielle ([www.inpi.fr](http://www.inpi.fr))

Musée de la contrefaçon ([www.museedelacontrefacon.com](http://www.museedelacontrefacon.com))

Commission européenne ([www.europa.eu.int/comm/](http://www.europa.eu.int/comm/))

Ministère de l'industrie ([www.industrie.gouv.fr](http://www.industrie.gouv.fr))

Direction Générale des Douanes et Droits Indirects ([www.douane.gouv.fr](http://www.douane.gouv.fr))

BSA France (Business Software Alliance) ([www.bsa.org/france](http://www.bsa.org/france))

Fédération des Industries Mécaniques ([www.fim.net](http://www.fim.net))

Fédération Française des Industries du Sport et des Loisirs – ([www.fifas.com](http://www.fifas.com))

Fédération Jouet & Puériculture – ([www.fjp.fr](http://www.fjp.fr))

Les Entreprises du Médicament – ([www.leem.fr](http://www.leem.fr))

SACEM-SDRM ([www.sacem.fr](http://www.sacem.fr))

Société Civile des Producteurs Phonographiques ([www.scpp.fr](http://www.scpp.fr))

**ANNEXE 4 - Le CNAC tient à remercier les municipalités suivantes  
pour le soutien qu'elles témoignent à la campagne  
"CONTREFAÇON DANGER"**

AGDE	LORIENT
AGEN	LORMONT
ALBI	LUNEVILLE
ANGOULEME	MAISONS LAFFITE
ARLES	MARIGNANE
AUBERGENVILLE	MARSEILLE
BAILLEUL	MAUGUIO
BIARRITZ	MENTON
BLAGNAC	MONTIGNY EN GOHELLE
BOLBEC	MONTPELLIER
BONDUES	NANCY
BORDEAUX	NICE
BOUGUENAIS	NIMES
BOURG EN BRESSE	NOGENT SUR OISE
BREST	OSNY
BRIE COMTE ROBERT	PARIS
CAEN	PERIGUEUX
CAGNES SUR MER	PERNES LES FONTAINES
CANNES	PLOEMEUR
CASTELNAU LE LEZ	PLOUGASTEL DAOULAS
CERGY PONTOISE	PONTARLIER
CESTAS	PROVINS
CHATEAUBRIAND	QUIMPER
CHATENAY-MALABRY	ROMILLY SUR SEINE
CHOLET	ROYAN
CLAMART	SAINTE-FOY-LES-LYON
COLMAR	SAINT-MAXIMIN LA SAINTE-BAUME
COLOMBES	SAINT-CYR-SUR-LOIRE
COLOMIERS	SAINT-GENIS-LAVAL
COURNON	SAINT-NAZAIRE
DEUIL LA BARRE	SAINT-PAUL-LES-DAX
DRAGUIGNAN	SAINT-RAPHAEL
ERAGNY SUR OISE	SALON DE PROVENCE
ERMONT	SARCELLES
FIRMINY	SENLIS
FOUGERES	SEYSSINET PARISSET
FOURMIES	SORGUES
GAGNY	TARASCON
GIEN	TARBES
GRADIGNAN	TOURNEFEUILLE
HAUBOURDIN	TROYES
HYERES	VALENCIENNES
ILLZACH	VALENTON
JUVISY SUR ORGE	VANVES
LA CELLE SAINT CLOUD	VELIZY
LA ROCHE SUR YON	VERNON
LAVAL	VILLEFONTAINE
LAMBERSART	VILLEMOMBLE
LE PECQ	VITRE
LE PRE SAINT GERVAIS	VOISINS LE BRETONNEUX