



## PRODUITS INDUSTRIELS CONTREFAITS

# Plus de **35 milliards d'euros** par an de dommages liés à la contrefaçon

Hubert Lahaut, Control & Automation Magazine

*Le thème de la contrefaçon frauduleuse a déjà été longuement abordé dans notre édition de décembre 2008. Il n'est cependant pas inutile d'y revenir encore, car en matière d'économie de la connaissance, la propriété intellectuelle prend une importance de plus en plus grande. La contrefaçon est dès lors considérée comme une menace sérieuse. Dans la lutte contre la contrefaçon, les entreprises et les services publics sont amenés à œuvrer ensemble pour garantir avec succès les droits de propriété intellectuelle des entreprises.*

La contrefaçon ne touche plus seulement les produits de luxe. Toute production industrielle possédant une valeur marchande est atteinte par la contrefaçon, depuis la construction jusqu'à l'industrie automobile, en passant par les médicaments et les produits alimentaires. De plus, comme l'ont montré des cas récents, cette situation menace aussi la santé du consommateur. En outre, l'ampleur de cette contrefaçon s'accroît de plus en plus. Comment les entreprises peuvent-elles s'armer contre la contrefaçon? Comment le droit de propriété intellectuelle est-il protégé aujourd'hui? Les préceptes juridiques et les instruments légaux sont-ils suffisants? Comment le secteur privé et les autorités collaborent-ils pour aborder ensemble la lutte contre la contrefaçon? Que peuvent attendre plus précisément les entreprises, des services de douane, des services d'affaires économiques, de la police fédérale et du parquet? Control & Automation Magazine a eu un entretien à ce sujet avec Dirk Coccozza, Service/Workshop Manager Hydraulics chez Bosch Rexroth.

### Ne pas se cacher la tête dans le sable

"Les produits et systèmes fabriqués avec succès par Bosch Rexroth ne sont, à ma connaissance, pas vraiment copiés pour le moment, mais nous avons quelquefois des problèmes de pièces détachées contrefaites, sur nos pompes hydrauliques et nos moteurs, surtout en cas de réparation. Les innovations techniques nécessaires ne sont pas appliquées sur ces copies", nous affirme Dirk Coccozza. Et il poursuit: "Cela n'a donc pas de sens de se méfier de chaque produit: Lorsque vous achetez via des circuits de distribution officiels, vous pouvez être (pratiquement) certain(e) de la conformité des produits proposés. Lorsque vous n'êtes pas sûr(e) d'un circuit de vente, nous vous conseillons de bien vérifier le produit ou la pièce achetée. En cas de doute, mieux vaut vous adresser à des personnes qualifiées. Si vous rencontrez des produits contrefaits, contactez votre fournis-



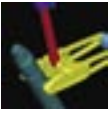
*Dirk Coccozza, Service/Workshop Manager Hydraulics chez Bosch Rexroth: "Lorsque vous achetez via des circuits de distribution officiels, vous pouvez être (pratiquement) certain(e) de la conformité des produits proposés. Lorsque vous n'êtes pas sûr(e) d'un circuit de vente, nous vous conseillons de bien vérifier le produit ou la pièce achetée."*



seur et/ou le fabricant et demandez-leur de vous les remplacer par des produits d'origine. Les grossistes agissent le plus souvent en toute bonne foi. Ceci ne les exonère cependant pas de leur responsabilité s'il est constaté qu'ils vendent des produits contrefaits ou des pièces contrefaites. Les grossistes et autres distributeurs qui achètent des produits contrefaits afin de pouvoir ensuite les vendre à des prix attractifs, doivent être conscients qu'ils commettent une escroquerie pure. Ces pratiques commerciales peuvent poser de graves problèmes étant donné que les responsabilités ne sont pas toujours faciles à établir. Raison de plus pour veiller attentivement à la provenance du produit ou de la pièce à acheter. En tant que fournisseur, nous avons des obligations, et notre groupe reconnaît le fait qu'il circule sur le marché des produits contrefaits, ne nous cachons pas la tête dans le sable, mais en matière de contrefaçon il n'y a pas de solution tranchée. C'est pourquoi nous conseillons à nos clients de n'acheter que via le réseau de distribution officiel".

### Qu'est-ce qu'une marque?

Conformément à la loi du Benelux sur les marques, une marque est un signe permettant de distinguer les produits ou les services d'une entreprise. Il peut s'agir en l'occurrence, entre autres, d'un dessin, de chiffres ou d'une combinaison de chiffres, de la forme du produit ou de l'emballage, voire de la couleur. Les juges ont ainsi admis comme marque, par le passé: les bandes sur les chaussures de sport (Adidas), un seul chiffre (N°5) et une couleur (le shampooing jaune de Zwitsal). La protection d'une marque implique que le détenteur de cette dernière peut interdire à d'autres de l'utiliser et s'opposer à l'utilisation illicite de celle-ci. La première condition pour protéger une marque est de la déposer auprès du Bureau Benelux des Marques, ou de l'enregistrer auprès du Bureau international pour la Protection de la Propriété industrielle, à Genève. Le droit relatif à une marque ne naît donc pas automatiquement, comme c'est par exemple le cas du droit d'auteur, lequel existe de lui-même, à partir de l'instant où un livre est écrit ou qu'une œuvre d'art est réalisée. Le dépôt est valable, en principe, 10 ans et peut ensuite être prolongé de 10 ans encore. En outre, le "caractère distinctif" d'une marque constitue une seconde condition importante pour sa protection. En d'autres termes, la marque doit permettre de distinguer les produits marqués d'une entreprise, des autres produits. La mesure dans laquelle une marque possède un caractère distinctif influe sur le degré de protection de



cette marque. Cette règle comporte cependant deux exceptions importantes: Il ne peut s'agir en l'occurrence d'un nom générique ou d'un signe exclusivement descriptif. Ces signes ne permettent, en effet, pas de déterminer l'origine du produit et ne possèdent donc pas de caractère distinctif. De plus, le caractère distinctif d'une marque ne constitue d'ailleurs pas une donnée statique. Ainsi, une marque qui ne possédait au départ qu'un caractère distinctif limité, peut, suite à une utilisation importante (par exemple en raison d'une campagne publicitaire intensive), acquérir un caractère distinctif plus important et devenir une "grande marque". On appelle également ceci une "acculturation" de la marque. Exemple: le terme de "Mini" en parlant de voitures. L'inverse peut également se produire. Une marque peut perdre au fil du temps son caractère distinctif du fait d'une absence ou d'une insuffisance d'utilisation au cours d'une période donnée. Il y a donc lieu de faire attention lorsqu'on dépose une marque; si cette dernière n'est pas utilisée dans un délai de 5 ans, le droit sur la marque peut arriver à expiration.



le dommage causé à la marque sont considérés par le juge comme établis. Deuxièmement, un signe similaire peut être utilisé pour des produits similaires. Il ne s'agit donc pas ici d'un signe exactement identique, mais présentant cependant une forte ressemblance. Dans ce cas, le détenteur de la marque doit prouver qu'il s'agit de produits similaires et qu'il existe ainsi la possibilité que le public fasse l'association entre la marque déposée et le signe utilisé. Pour décider d'une atteinte éventuelle, il y a lieu d'évaluer l'impression totale faite sur le consommateur moyen, évaluation dans laquelle les ressemblances ont plus de poids que les différences. La ressemblance peut être visuelle, mais également auditive, conceptuelle, etc.

### Un homme averti en vaut deux

Les fabricants européens, tant de produits de consommation qu'industriels, subissent un dommage mesurable, en raison du piratage des produits et des marques, de l'ordre de 35 milliards d'euros. Environ deux pour cent de



*Les produits et systèmes fabriqués avec succès par Bosch Rexroth ne sont, à ma connaissance, pas vraiment copiés pour le moment, mais nous avons quelquefois des problèmes de pièces détachées contrefaites, sur nos pompes hydrauliques et nos moteurs, surtout en cas de réparation. Les innovations techniques nécessaires ne sont pas appliquées sur ces copies.*

### Atteinte à une marque

La contrefaçon est le fait de reproduire ou d'utiliser totalement ou partiellement une marque, un dessin, un modèle, un brevet ou un droit d'auteur sans la permission du détenteur. Le but du faussaire est de semer la confusion entre le produit original et le produit contrefait, afin de tirer lui-même profit de la notoriété de la marque ou des investissements du véritable détenteur de droits de propriété intellectuelle, d'un dessin, d'un modèle, d'un brevet, de droits d'auteur, etc. (source Unifab). Mais quand peut-on parler d'atteinte à une marque? La loi fait la distinction entre deux sortes de faits portant atteinte à une marque. Premièrement, le même signe peut être utilisé pour les mêmes produits ou services. Dans ce cas, il s'agit bien de plagiat ou de contrefaçon. La seule chose que le détenteur de la marque ait à prouver dans ce cas, c'est qu'il s'agit bien de la même marque. La confusion qui naît de ce fait auprès du public et

leur chiffre d'affaires annuel. Le dommage réel est cependant bien plus grand. Ceci ressort de l'étude "Pirates of the 21st century" du cabinet d'expertise comptable et de conseil, Ernst & Young. Selon les estimations des entreprises interrogées, le piratage des produits et des marques devient une menace sérieuse; deux tiers d'entre elles sont régulièrement victimes de falsifications de produits. Les fonctionnaires des douanes des pays membres de l'UE ont saisi, en 2007, plus de 79 millions de pièces copiées ou falsifiées. Et selon des sources qualifiées, cette quantité ne cesse d'augmenter. En dépit du nombre élevé de victimes, la plupart des fabricants négligent de faire l'évaluation systématique des dommages causés par le piratage des produits et des marques. La gestion des risques liés au piratage des produits et des marques n'est souvent pas assez professionnelle. Les décisions stratégiques pour protéger la marque sont toutefois, dans 77 % des entreprises, en attente sur le bureau du grand patron. Leur mise en œuvre

dépend le plus souvent uniquement de certains services, le plus souvent du service juridique. 72 % des entreprises ont déjà introduit des mesures juridiques pour protéger leurs marques. Ceci ne suffit cependant pas pour assurer une protection efficace et complète à l'encontre du plagiat. Si l'on veut rendre la vie dure aux faussaires, il y a lieu de surveiller toute la chaîne de valeur, y compris la vente.

### Propriété intellectuelle

La Chine reste, à soixante pour cent, le plus gros fabricant d'articles contrefaits. Elle est en tête de liste, mais la Turquie et la Géorgie sont en nette progression en tant que contrefacteurs, bien que moins (pour le moment) sur le plan des produits industriels. Les droits de propriété intellectuelle (Intellectual Property Rights – IPR) sont généralement répartis en deux domaines: le droit de copie et la propriété industrielle. La propriété industrielle comporte aussi bien la protection des marques commerciales que celle des inventions, des projets et des technologies. Pour obtenir une bonne protection des droits de propriété intellectuelle dans un pays donné, il faut tout d'abord des lois et réglementations nationales adéquates dans ce domaine. En Chine, elles ont été introduites entre-temps, et certainement depuis qu'un certain nombre de lois importantes ont été amendées suite à l'entrée de ce pays dans l'Organisation mondiale du Commerce (World Trade Organization – WTO). Sur le papier, la Chine satisfait pratiquement entièrement aux normes internationales. Mais il faut bien se rendre compte qu'en Chine, la notion de "propriété intellectuelle" est relativement nouvelle et inconnue. Dans l'économie planifiée antérieure, les droits de propriété intellectuelle n'étaient pas considérés comme des marchandises et les marques, par exemple, ne jouaient pratiquement aucun rôle. La Chine ne connaît donc la réglementation IPR que depuis les années 80. Il n'est donc pas étonnant qu'à grande échelle, toutes sortes de violations du droit de propriété intellectuelle se produisent; les Chinois font d'ailleurs partie des plus grands "contrefacteurs" au monde. Ceci est notamment une question de mentalité, et est parfois dicté par la naïveté, le plus souvent par l'appât du gain. On peut s'attendre à ce que l'attention des autorités sur le problème s'accroisse fortement sous la pression des investisseurs étrangers en Chine, mais surtout des entreprises nationales, lesquelles prendront de plus en plus conscience de leur (propre) intérêt à protéger les droits de propriété intellectuelle. Cet intérêt ne s'accroîtra que dans la mesure où la Chine se consacrera davantage à l'innovation et à l'économie de la connaissance. Pour le moment, l'application des lois IPR existantes laisse encore beaucoup à désirer. Néanmoins, la connaissance et l'acceptation de la propriété intellectuelle prendra, lentement mais sûrement, pied auprès des entreprises chinoises, des organes administratifs et au niveau de la jurisprudence. <<