



MINISTÈRE
DE L'INTÉRIEUR

*Liberté
Égalité
Fraternité*



FLASH DGSi #78

Novembre 2021

INGÉRENCE ÉCONOMIQUE

La contrefaçon : préjudice économique et
atteinte à la réputation



Ce « flash » évoque des actions d'ingérence économique dont des sociétés françaises sont régulièrement victimes. Ayant vocation à illustrer la diversité des situations auxquelles les entreprises sont susceptibles d'être confrontées, il est mis à votre disposition pour vous accompagner dans la diffusion d'une culture de sécurité interne.

Vous comprendrez que, par mesure de discrétion, le récit ne comporte aucune mention permettant d'identifier les entreprises visées.

Pour toute question relative à ce « flash » ou si vous souhaitez nous contacter, merci de vous adresser à : securite-economique@interieur.gouv.fr



MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR

*Liberté
Égalité
Fraternité*



FLASH DGSi #78

NOVEMBRE 2021

INGÉRENCE ÉCONOMIQUE

LA CONTREFAÇON : PREJUDICE ECONOMIQUE ET ATTEINTE A LA REPUTATION

La contrefaçon se définit comme la reproduction, l'imitation ou l'utilisation totale ou partielle d'un droit de propriété intellectuelle sans l'autorisation de son propriétaire. Le commerce de produits contrefaits représenterait annuellement près de 509 milliards de dollars, soit plus de 3,3 % des échanges mondiaux selon les estimations établies en 2019 par l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) et l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO). La contrefaçon est un phénomène en expansion, facilité notamment par le commerce en ligne.

Selon l'OCDE et l'EUIPO, en 2019, les sociétés françaises auraient subi un préjudice de 7 milliards d'euros lié à la vente de produits contrefaits. En plus de subir une perte de chiffre d'affaires et de devoir engager des dépenses pour se protéger, elles peuvent voir leurs marques et produits associés à des articles de mauvaise qualité, qui ne satisfont à aucune norme et présentent des risques pour la santé et la sécurité des consommateurs.

PREMIER EXEMPLE

Une PME française qui exporte une grande partie de ses produits alimentaires haut de gamme, fabriqués sur le territoire français, est victime depuis plusieurs années de contrefaçons dans un pays où elle réalise près d'un tiers de son chiffre d'affaires.

Pour lutter contre ce phénomène, la société a déposé son nom commercial comme marque en France puis à l'étranger. Elle a par la suite investi dans un équipement permettant d'authentifier chacun de ses produits, notamment en y apposant le logo de sa marque.

Malgré ces mesures de protection, la PME a récemment constaté qu'une entité du pays en question vendait des produits similaires en utilisant le même nom de marque et une charte graphique semblable à la sienne.

La société française a décidé de mener une action en justice dans le pays où est établie cette entité. Le tribunal étranger a débouté la PME française, estimant que la société étrangère avait déposé la marque quelques jours avant la société française.

Ces ventes de produits contrefaits représentent pour la PME un manque à gagner qui s'élève à environ 20 % de son chiffre d'affaires annuel.

DEUXIEME EXEMPLE

Un groupe français, acteur mondial majeur dans son secteur d'activité, a constaté que l'une de ses filiales à l'étranger fabriquait et distribuait sans son autorisation des copies de plusieurs de ses produits à des clients établis dans un autre pays.

La société a également constaté la vente de plusieurs de ses produits contrefaits sur une plateforme de commerce en ligne. Vendus, y compris en France, à des tarifs inférieurs à ceux normalement pratiqués, certains sont frappés du logo du groupe français tandis que d'autres sont dégriffés. Ces produits seraient mis en ligne par des sociétés de distribution intermédiaires non agréées, qui travaillent avec la filiale en cause.

La société française, qui subit les conséquences économiques de cette pratique, redoute par ailleurs que l'apposition de sa marque sur des produits de mauvaise qualité, peu fiables et pouvant présenter un risque pour la sécurité et la santé des consommateurs ne porte atteinte à son image.

TROISIEME EXEMPLE

Une ETI industrielle française spécialisée dans la conception de pièces techniques est victime de pratiques déloyales de la part d'un de ses anciens salariés. En quittant la société, ce dernier a volé des plans de conception de certaines pièces à faible valeur ajoutée. Il a ensuite créé dans un autre pays une entité qui produit à moindre coût des copies portant le logo de l'ETI française.

L'entité étrangère, qui offre des prix plus attractifs, remplace progressivement l'ETI sur le marché français. Ces produits de contrefaçon génèrent un préjudice financier et portent atteinte à l'image de la structure française en raison de leur mauvaise qualité.

Alors que la société française avait, conformément à la demande de certains de ses clients, investi dans la RSE et adopté des normes afin de garantir la qualité de ses produits, la fraude dont elle est l'objet dévalorise les efforts consentis.

COMMENTAIRES

La contrefaçon constitue un risque majeur, quels que soient le secteur d'activité et la taille des entreprises. Certains secteurs sont plus touchés que d'autres, comme le luxe, les médicaments, les vins et spiritueux, les équipements électroniques et les produits agro-alimentaires.

Les sociétés qui en sont victimes subissent des pertes de parts de marché et de chiffre d'affaires, doivent se défendre et voient leurs noms, leurs créations ou leur image volés et dégradés. Les produits contrefaits sont un frein à l'innovation car ils dévalorisent les investissements engagés pour le développement de nouveaux produits. Ils sont donc particulièrement préjudiciables sur le plan économique à court et à long termes.

PRÉCONISATIONS DE LA DGSi

RECOMMANDATIONS AUX ENTREPRISES POUR SE PROTÉGER DES CONTREFACTEURS

- **Protéger sa propriété intellectuelle, notamment à l'étranger.** Il est essentiel de garantir la protection de ses actifs corporels et incorporels en déposant une demande d'enregistrement de ses créations (marques, brevets, dessins, modèles, noms de domaines sur Internet, indications géographiques, etc.). Lorsqu'une société fait le choix de se développer à l'étranger, il convient de déposer une marque internationale. Ce système est notamment géré par l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). De nombreuses informations sont disponibles auprès des organismes chargés de la protection des créations, tels que l'Institut national de la propriété industrielle (INPI), l'Office européens des brevets (OEB) ou l'OMPI.
- **Faire savoir que ses créations font l'objet d'une protection.** L'utilisation de certaines mentions et symboles (©, ®, « brevet déposé », etc.) ne doit pas être négligée.
- **Avoir recours à des solutions techniques et aux nouvelles technologies pour authentifier ses créations.** Il est possible d'utiliser des procédés d'identification sécurisés et des étiquetages spécifiques, tels que les hologrammes, les QR Code, les puces RFID, des traceurs chimiques, ou encore les technologies liées à la *blockchain*, afin de relier un bien physique à son propriétaire et à une marque.
- **Solliciter une retenue et une demande d'intervention auprès de la douane.** Il s'agit d'une démarche préventive gratuite qui permet à une entreprise d'être alertée par les services douaniers en cas de détection de marchandises susceptibles de porter atteinte à ses droits de propriété intellectuelle. La direction générale des douanes et droits indirects du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance est l'interlocuteur privilégié des entreprises à ce sujet.
- **Assurer une veille pour détecter des produits contrefaits.** Les sociétés peuvent mettre en place une cellule de veille interne ou sous-traitée à un cabinet spécialisé. Plusieurs logiciels et outils de veille dédiés à la détection de contrefaçons ont été développés. Ils surveillent notamment les réseaux sociaux, les sites de mise aux enchères et les principales plateformes de commerce en ligne grâce à des algorithmes.

RECOMMANDATIONS AUX ENTREPRISES VICTIMES DE CONTREFAÇON

Avant d'engager une action contre un contrefacteur, il convient de :

- **S'assurer que ses droits de propriété intellectuelle sont en vigueur et ont été déposés avant le contrefacteur présumé.** Les marques déposées doivent par exemple être renouvelées tous les dix ans, les dessins ou modèles tous les cinq ans et les brevets tous les vingt ans. Les annuités de ses brevets doivent être acquittées.
- **Vérifier que ses droits de propriété intellectuelle sont actifs à l'étranger.** Les créations doivent être protégées en France mais également dans le ou les pays dans lesquels une société est la cible d'un contrefacteur présumé.

- **S'adjoindre les services d'une structure spécialisée.** Pour une meilleure défense de l'entreprise, il est conseillé de se rapprocher de sociétés de conseil ou de cabinets d'avocats spécialisés.
- **Rassembler des éléments de preuve.** Le constat d'achat par huissier, des photos, des informations sur le contrefacteur ou sur le moyen de transport utilisé sont autant d'éléments qui constitueront des preuves pour mener une action judiciaire contre un contrefacteur. Par ailleurs, sur autorisation d'un juge, une entreprise peut solliciter la saisie de marchandises ou d'échantillons.
- **Signaler la présence de produits de contrefaçon aux plateformes de commerce en ligne.** Certains sites de vente en ligne ont mis en place des procédures de notification pour les entreprises en cas d'atteinte à leurs marques.
- **Engager une action judiciaire.** Une société peut, à l'aide d'un avocat spécialisé en droit de la propriété intellectuelle, engager une procédure judiciaire. Dans certaines situations, d'autres types de recours et de négociations peuvent éviter des procédures judiciaires longues et coûteuses.
- **S'adresser aux structures qui luttent contre la contrefaçon.** Plusieurs organismes français, comme l'INPI, l'Union des fabricants (UNIFAB) ou le Comité national anti-contrefaçon, œuvrent en faveur de la protection de la création des sociétés françaises et sont spécialisés dans la lutte contre la contrefaçon.