



SOMMAIRE

- Communiqué de presse de M. Eric WOERTH, ministre du budget, des comptes publics et de la fonction publique
- Invitation presse « Lancement de la campagne nationale contre les contrefaçons »
- Discours de M. Eric WOERTH, ministre du budget, des comptes publics et de la fonction publique
- Discours de Mme Françoise MONTENAY, présidente du Comité Colbert
- Fiche 1 - Sensibiliser le public : Les campagnes anti-contrefaçon du Comité Colbert
- Fiche 2 - Le rôle du Comité Colbert dans la promotion et la défense de la propriété intellectuelle
- Fiche 3 - L'action de la douane dans la lutte contre les contrefaçons
- Fiche 4 - Contrefaçon : les chiffres clés
- Fiche 5 - La dimension internationale de la lutte contre la contrefaçon
- Fiche 6 - Exemples d'affaires
- Fiche 7 - Lutter contre les ventes de contrefaçon sur Internet : la cyberdélinquance

Eric WOERTH
MINISTRE DU BUDGET, DES COMPTES PUBLICS ET DE LA FONCTION PUBLIQUE

Communiqué de presse

Communiqué de presse

<http://www.budget.gouv.fr>

<http://www.comptes-publics.gouv.fr>

Paris, le 30 avril 2009

Eric Woerth lance la campagne anti-contrefaçon 2009 menée par la douane et le Comité Colbert

Eric WOERTH et Françoise MONTENAY, présidente du Comité Colbert ont lancé ce matin à Bercy la campagne anti-contrefaçon menée par la douane et le Comité Colbert sous l'égide du Comité National Anti-contrefaçon (CNAC), destinée à sensibiliser le public au phénomène de la contrefaçon.

A cette occasion, les services douaniers ont procédé, dans la Cour d'Honneur du ministère, à la destruction de lunettes de soleil de contrefaçon provenant de diverses saisies.

Par ailleurs, afin de sensibiliser les consommateurs aux risques pour la santé de l'utilisation des produits de contrefaçon, des tests de conformité en vigueur pour ces produits ont été effectués en direct sur différents types de lunettes contrefaites par des experts douaniers du service commun des laboratoires de Bercy.

Au titre de cette campagne, 10 000 affiches seront apposées dans les aéroports pour sensibiliser les voyageurs français et étrangers aux risques liés à la contrefaçon. Des slogans chocs seront privilégiés : "Faux croco, vrais tracas", "Derrière ces lunettes, vous serez vite démasqués", "Double casquette : consommateur et contrefacteur", "Avec elle, vous allez avoir un succès fou à la douane", "Prochain défilé ...au Palais de Justice".



Le Comité Colbert, qui regroupe 70 marques prestigieuses incarnant l'identité française, s'est efforcé de combattre le fléau en mettant notamment en place une veille législative et une collaboration étroite avec les pouvoirs publics. La douane a fait de la lutte contre la contrefaçon une de ses missions prioritaires avec 6,5 millions d'articles saisis en 2008 pour une valeur estimée à 467 millions d'euros.



Les contrôles mis en place par la douane sont à la hauteur des enjeux. Recouvrant un large éventail de pouvoirs juridiques, ils sont mis en œuvre sur l'ensemble du territoire national et visent tous les vecteurs de fraude : ciblage dans les ports et aéroports, contrôles à la circulation, unités spécialisées de contrôle du fret express et postal, surveillance sur Internet.

Résultat d'un partenariat actif avec les entreprises titulaires de droits de propriété intellectuelle, l'action de la douane s'inscrit dans une dimension internationale avec la mise en œuvre du nouveau plan d'action douanier européen adopté en mars 2009 par les autorités communautaires.

Contacts presse :

Cabinet de M. Eric Woerth : Eva Quickert-Menzel / Daniel Baldaña / Aurélie Herz - ☎ 01 53 18 42 96

Comité Colbert : Edwige Pelletier (Douzal-Sarkozy & Sauvage) - ☎ 01 53 05 50 00

Direction générale des douanes et droits indirects : Jean-Roald L'Hermitte - ☎ 01 57 53 47 03





Eric WOERTH
MINISTRE DU BUDGET, DES COMPTES PUBLICS ET DE LA FONCTION PUBLIQUE

Communiqué de presse

Communiqué de presse

<http://www.budget.gouv.fr>
<http://www.comptes-publics.gouv.fr>

INVITATION PRESSE

LANCEMENT PAR ERIC WOERTH DE LA CAMPAGNE NATIONALE 2009 CONTRE LES CONTREFAÇONS INITIÉE PAR LE COMITÉ COLBERT AVEC LE SOUTIEN DES DOUANES

Eric WOERTH, ministre du Budget, des Comptes publics et de la Fonction publique, tiendra une conférence de presse le jeudi 30 avril 2009 à 9 heures, à Bercy, en présence de Mme Françoise MONTENAY, présidente du Comité Colbert, afin de lancer la campagne nationale 2009 contre les contrefaçons.

Issue d'un partenariat fructueux entre le Comité Colbert et l'administration des douanes, cette campagne contre les contrefaçons, menée sous l'égide du Comité national anti-contrefaçon (CNAC), a pour but de rappeler au grand-public quel est le vrai visage de la contrefaçon.

Dans le cadre de cette campagne, plus de 10.000 affiches seront présentées dans les aéroports pour l'information des voyageurs.

Afin de sensibiliser les consommateurs aux risques pour la santé de l'utilisation des produits de contrefaçon, les services douaniers procéderont dans la cour d'honneur du ministère à la destruction de lunettes de soleil de contrefaçon provenant de diverses saisies.

Par ailleurs, des tests de conformité en vigueur pour ces produits seront effectués en direct sur différents types de lunettes contrefaites par des experts douaniers du service commun des laboratoires de Bercy.

Jeudi 30 avril 2009 à 9h00 précises
(arrivée de préférence à 8 h 50)

à Bercy
(Hôtel des Ministres – Salon Michel Debré - 7^{ème} étage)

Contacts presse :

Cabinet de Eric Woerth :

Eva Quickert-Menzel / Daniel Baldaïa / Aurélie Herz - 01 53 18 42 96

Comité Colbert : Edwige Pelletier (Douzal-Sarkozy & Sauvage)- 01 53 05 50 00

Direction générale des douanes et droits indirects :

Jean-Roald L'Hermitte - 01 57 53 47 03 / 06 83 88 19 00





Discours de M. Eric WOERTH, ministre du budget, des comptes publics et de la fonction publique

- Seul le prononcé fait foi -

Madame la Présidente,

Madame la Déléguée générale,

Mesdames et Messieurs les membres du Comité Colbert,

Monsieur le Directeur général des douanes et droits indirects,

Mesdames et Messieurs,

C'est avec un grand plaisir que j'annonce aujourd'hui le lancement de la campagne anti-contrefaçon 2009 menée par la douane et le Comité Colbert.

En faisant le choix de manier l'humour et les slogans chocs, les affiches de ces campagnes nationales font réfléchir nos concitoyens aux dangers de la contrefaçon.

C'est une sensibilisation qui les renvoie à la mauvaise qualité des produits qu'ils risquent d'acheter et qui leur donne une information utile sur les sanctions encourues. En quelques mots, les choses sont dites clairement.

On apprend qu'en achetant une contrefaçon, on commet un délit, qui est assimilable à un vol, que pour une somme modique on peut devenir receleur, que les sanctions que l'on risque sont lourdes et que la douane veille à travers ses contrôles à ce que les voyageurs ne rapportent pas de contrefaçons de leurs voyages à l'étranger.

Ces campagnes sont organisées à l'initiative du Comité Colbert, avec le soutien des douanes et sont placées sous l'égide du CNAC, le Comité national anti-contrefaçons. Elles permettent, mieux que les discours officiels ou les textes de loi, de faire comprendre aux consommateurs que la contrefaçon est un véritable fléau économique.

Et je pense que nos concitoyens seront d'autant plus sensibles à ce message dans une période de crise, durant laquelle chacun mesure l'importance de la protection de nos emplois et donc de nos marques et de nos industriels.

La lutte contre la contrefaçon doit reposer sur deux actions complémentaires : la prévention - c'est l'objet de cette campagne - mais aussi la répression - qui est la mission de l'administration des douanes.



I - Les services douaniers sont particulièrement mobilisés dans la lutte contre la fraude et je voudrais revenir sur les résultats qu'ils ont obtenus en 2008 dans le domaine des contrefaçons.

I.1 - Les chiffres des saisies n'ont jamais été aussi élevés.

En 2008, les agents des douanes ont intercepté 6,5 millions d'articles contrefaits, ce qui représente une augmentation de leurs saisies de 41 % par rapport à 2007. La valeur des contrefaçons saisies a été estimée à 467 M€.

La première catégorie en nombre d'articles saisis est celle des produits textiles, les vêtements et accessoires du vêtement, qui représentent 18 % du total des saisies, avec près de 1 200 000 articles. L'autre secteur fortement touché est celui de l'industrie de la chaussure avec près de 710 000 paires saisies, dont la plupart étaient des chaussures de sport ou de loisir.

En ce qui concerne le secteur des articles de luxe, dont la France est le premier producteur mondial, si l'on considère la bijouterie, l'horlogerie, la maroquinerie, la lunetterie et la parfumerie, ce sont 1,3 million d'articles qui ont été saisis par les douanes, soit près de 20% du total. L'industrie française du luxe est donc toujours fortement touchée par le phénomène de la contrefaçon, qui provient, dans ce domaine comme dans d'autres, essentiellement de Chine.

Alors que la diffusion des contrefaçons, tous secteurs confondus, a pris une dimension mondiale, ce sont les entreprises françaises qui sont aujourd'hui les plus touchées.

L'industrie de la contrefaçon est internationale et elle est aux mains de réseaux structurés de criminalité organisée.

C'est pourquoi j'attache une grande importance à ce que les saisies douanières puissent être suivies par des enquêtes du service national de douane judiciaire, qui consacre actuellement plus du tiers de son activité au démantèlement des réseaux de vente de contrefaçons.

La douane doit également faire face aux acheminements de plus en plus nombreux de contrefaçons via le fret postal ou le fret express, qui sont le plus souvent la conséquence des achats opérés par des particuliers sur Internet. J'ai d'ailleurs inauguré il y a deux mois un nouveau service dénommé « Cyberdouane » chargé de surveiller les transactions sur Internet et d'identifier les fraudeurs.

La « cyberdélinquance » dans le domaine de la contrefaçon représente en effet aujourd'hui près de 10 % des saisies réalisées par les services douaniers en France. C'est un vecteur de fraude qui explose, car le nombre d'articles saisis est passé de 244 000 en 2007 à plus de 623 000 en 2008, soit une augmentation de 155 % en un an.

I.2 - Comment peut-on interpréter cette évolution des saisies ?

Que reflètent ces résultats en forte hausse par rapport à l'ensemble du phénomène ?

Certes les services douaniers ont amélioré leurs techniques de ciblage et font preuve d'une grande efficacité, en valorisant l'expérience acquise les années précédentes et en adaptant constamment leur dispositif de contrôle à l'évolution des méthodes des fraudeurs. Leurs pouvoirs juridiques ont également été renforcés par la loi anti-contrefaçon du 29 octobre 2007.

Pour autant, l'augmentation des saisies est aussi très certainement le reflet de l'accroissement des flux et donc de l'explosion dans le monde de la diffusion des contrefaçons. Face à une telle situation, il ne faut surtout pas baisser les bras et j'ai fixé à la douane des objectifs ambitieux pour 2009. Elle devra en particulier doubler ses résultats dans la lutte contre la fraude sur Internet.



Je suis également avec attention la mise en œuvre du plan d'action douanier européen douanier 2009-2012, bâti lors de la Présidence française de l'Union européenne et adopté le 16 mars 2009. Ce plan permettra de répondre aux principaux défis qui sont devant nous : la lutte contre les contrefaçons dangereuses, le démantèlement des réseaux de criminalité organisée, l'appréhension de la dimension mondiale du phénomène et l'interception des ventes de contrefaçons par Internet.

Ce plan européen est décliné au niveau national par un plan d'action spécifique, car la douane française doit contribuer à une véritable dynamique auprès des douanes des autres Etats membres.

II - Lutter efficacement contre la diffusion des contrefaçons nécessite une implication coordonnée des différents acteurs, à la fois dans la lutte contre la fraude et dans les actions de prévention.

II.1 - Je salue l'action du Comité Colbert, qui participe activement à l'information de nos concitoyens, avec le soutien de la douane.

Première victime de la contrefaçon et premier secteur industriel à avoir alerté les pouvoirs publics dans les années 1990, le secteur de l'industrie du luxe a su engager une relation de coopération fructueuse avec l'administration des douanes.

A cet égard, les entreprises membres du Comité Colbert ont dispensé des actions de formation à des agents des douanes, dans le but d'accroître la capacité autonome de détection par les douanes des produits de contrefaçon lors des contrôles.

Ce partenariat me paraît exemplaire d'une collaboration public-privé qui fonctionne bien, dont le but est de protéger l'innovation des entreprises, au service de la compétitivité économique de notre pays.

Ce travail de la direction générale des douanes et droits indirects avec le Comité Colbert a également abouti à ces campagnes nationales de communication visant à la prévention et à l'information. Cette démarche a été encouragée par le CNAC, le Comité national anti-contrefaçons.

La lutte contre la contrefaçon dans son ensemble est bien sûr plus efficace si le consommateur est averti au préalable des risques qu'il encourt en cédant à l'achat de contrefaçons.

II.2 - La campagne 2009 que nous lançons aujourd'hui a une vocation d'information générale, tout en insistant sur les dangers de la contrefaçon.

Ce que nous souhaitons en lançant cette campagne d'information aujourd'hui, c'est que les français puissent demeurer des citoyens responsables, en étant des consommateurs avertis, en particulier lorsqu'ils voyagent à l'étranger et qu'on leur propose à bas prix toutes sortes de produits de contrefaçon. Cette campagne va s'appuyer sur 10 000 affiches apposées dans les aéroports français, qui auront l'ambition d'accrocher le regard des voyageurs, qu'ils soient français ou étrangers.

Notre but est en effet de lutter contre la banalisation du phénomène de la contrefaçon à l'échelle mondiale. Les slogans seront donc présentés en français et en anglais, pour s'adresser également aux touristes étrangers qui passent par nos aéroports. En France, nous avons opté pour la « tolérance zéro » en matière de contrefaçon. Et il faut le faire savoir.

Il faut aussi insister sur la dangerosité des produits de contrefaçon, qui sont fabriqués et distribués en dehors de tous les circuits de vérification de qualité et de sécurité. Les dangers de la contrefaçon sont donc multiples et cela doit être souligné.

Une contrefaçon sur le territoire français, c'est ce qu'on appelle une « marchandise prohibée à titre absolu ». C'est à dire qu'elle est qualifiée de la même manière dans le code des douanes qu'un produit



stupéfiant, par exemple. Et c'est parce que tout produit de contrefaçon est prohibé à titre absolu que les douanes procèdent systématiquement à la destruction des objets qu'elles saisissent.

La destruction de 4 000 paires de lunettes de soleil de contrefaçons à laquelle nous allons assister tout à l'heure, dans la cour du ministère, participe de la prise de conscience de la dangerosité de ce genre de produits, qui ne doivent jamais être utilisés, même de manière occasionnelle.

C'est ce que vous expliquerez d'ailleurs les experts douaniers du service commun des laboratoires de Bercy, qui ont déplacé leur matériel au rez-de-chaussée de ce bâtiment. Ils réaliseront devant vous des analyses qui mettront en évidence la qualité médiocre de filtration des rayons ultraviolets de lunettes de contrefaçon saisies par les douanes.

Chacun comprendra qu'on peut perdre beaucoup plus que quelques euros en achetant ce genre de produit, car on met directement sa santé ou celle de ses proches en danger.

En conclusion, je suis convaincu que c'est l'alliance de la volonté de tous les acteurs qui permettra la réussite de notre combat légitime contre le développement de la contrefaçon, dans une période marquée par les difficultés économiques. La douane est et restera en 2009 très impliquée dans la lutte contre les contrefaçons, mais elle n'accomplira efficacement sa mission qu'avec le concours quotidien et l'appui des entreprises titulaires de droits et des fédérations professionnelles qui les représentent.

Cette campagne 2009 du Comité Colbert est une manifestation tangible de ce partenariat, qui place le consommateur face à ses responsabilités, en prenant le parti de l'informer.

Je vous remercie de votre attention.

Et je passe maintenant la parole à la présidente du Comité Colbert : Mme Françoise MONTENAY.



Discours de Mme Françoise MONTENAY, Présidente du Comité Colbert

- Seul le prononcé fait foi -

Je souhaiterais, en premier lieu, Monsieur le Ministre, vous dire la reconnaissance que le Comité Colbert - et tout le secteur du luxe français - éprouve à l'égard de votre initiative.

Vous avez voulu cette année apporter à notre campagne votre soutien personnel.

Nous en sommes honorés et l'apprécions à sa juste valeur car il constitue pour nous, dans cette période difficile, le signe tangible que les pouvoirs publics sont à nos côtés dans notre bataille pour l'emploi, pour les entreprises, pour l'économie de notre pays.

Il constitue également pour nous un encouragement à poursuivre le développement d'un secteur dans lequel la France possède un leadership incontesté et qui, avec un taux moyen d'exportation de 82 %, porte l'image de la France aux frontières les plus lointaines.

PME et grands groupes réunis au sein du Comité Colbert - cette entité originale qui sait rassembler autour de causes communes des entreprises concurrentes - sont autour de vous aujourd'hui pour vous exprimer notre gratitude.

Je ne saurais néanmoins oublier ce matin de rendre également hommage au soutien quotidien et sans faille, qu'apportent les services de la douane à nos entreprises.

Nous fêtons aujourd'hui - bel anniversaire - quinze années de partenariat exemplaire public / privé. Depuis 1994, date de la promulgation de la loi Longuet, les douaniers français, dans les ports et les aéroports, dans les gares et dans les tris postaux (on le sait moins mais j'y reviendrai) s'attachent à traquer les contrefaçons de nos produits.

En liaison avec les services de propriété intellectuelle de nos maisons, ils ciblent, contrôlent, détectent et jouent un rôle économique irremplaçable. Je souhaite donc aujourd'hui, puisque l'occasion publique m'en est donnée, dire l'estime en laquelle nous tenons ces hommes et ces femmes qui, dans toute la France, ont veillé depuis ces quinze années sur nos entreprises.

Nous avons rencontré la même disponibilité - j'allais dire « amitié » car depuis quinze ans, je pense que nous sommes devenus amis - auprès des Directeurs généraux de la douane et tout particulièrement de son actuel Directeur général Jérôme Fournel, de leurs adjoints et de tous leurs services. Pour ne pas oublier de noms, je n'en citerai aucun mais qu'ils soient tous également remerciés. Je sais que certains d'entre eux sont présents dans cette salle, je les salue et leur dis, en notre nom à tous, une nouvelle fois merci !

Cette mobilisation exceptionnelle est nécessaire : il y a urgence en effet !

Première victime de la contrefaçon, l'industrie du luxe a alerté les pouvoirs publics dès la fin des années 1990. Le phénomène alors était relativement circonscrit : fabrication italienne et asiatique, distribution en Europe et aux Etats-Unis. Mais véritable pieuvre multiforme, la contrefaçon a peu à peu gagné l'ensemble des secteurs industriels pour désormais être massivement distribuée via Internet.

Et aujourd'hui encore, c'est toujours l'industrie du luxe qui est la première victime : elle représente en valeur 50 % des produits saisis par la douane française et plus de la moitié des produits de nos maisons en vente sur Internet sont des contrefaçons.

Désormais largement financée par la criminalité organisée, la contrefaçon s'est répandue sur le globe. Fabriquée à 80 % en Chine, transitant notamment par Dubaï, elle envahit tous les pays. Elle repose sur



l'exploitation humaine - celle des fabricants, souvent des enfants, celle des revendeurs, travailleurs immigrés clandestins sous le joug de mafias diverses.

Mais en dehors du respect de la loi, certes légitime, que défendons-nous au juste, douaniers et entreprises réunis ?

Au seuil de cette journée anniversaire, j'aimerais vous proposer un bref retour en arrière.

La propriété intellectuelle est en France un héritage de la Révolution. Défendue par Beaumarchais et Lakanal dans les lois de 1791 et 1793 comme « la plus sacrée, la plus légitime, la plus inattaquable, la plus personnelle de toutes les propriétés », elle a permis à la créativité française d'acquérir une notoriété et une envergure internationales.

Depuis lors, auteurs, compositeurs, artistes ont pu, en protégeant leurs œuvres, vivre de leur art. Elle a également constitué au XIXe siècle un atout majeur pour l'industrie française. C'est en France que fut négociée la première convention internationale de propriété intellectuelle consacrant ainsi le rôle majeur joué par notre pays dans ce domaine.

Ainsi, en scellant le lien harmonieux entre création et industrie, la propriété intellectuelle a-t-elle offert l'opportunité de créer des entreprises puis des marques à partir de savoir-faire artisanaux traditionnels.

C'est bien là l'enjeu de la nouvelle campagne que nous lançons aujourd'hui. Les marques du Comité Colbert ont su faire prospérer les savoir-faire en les renouvelant par l'innovation. Grâce à leur visibilité internationale, elles leur ont également permis de faire rayonner dans le monde la culture française qu'ils incarnent.

La propriété intellectuelle permet ainsi de préserver des savoir-faire, liés à notre identité nationale et porteurs de richesse pour notre pays. Mais - et on ne saurait trop le souligner - elle permet aussi de protéger la création, élément essentiel de notre compétitivité dans le monde.

Après avoir parlé de savoir-faire, parlons aussi de faire savoir ! Car nous considérons de notre devoir - et de notre intérêt - de créer une réelle prise de conscience chez nos concitoyens. Sans elle, l'action conjuguée des services douaniers et des marques ne permettrait pas, seule, d'endiguer le fléau de la contrefaçon.

Il est donc nécessaire d'informer largement nos concitoyens sur le vrai visage de la contrefaçon et sur les risques qu'ils encourent tant du point de vue pénal qu'en matière de santé et de sécurité.

Les campagnes menées conjointement par la douane et le Comité Colbert dans les aéroports, sous l'égide du Comité national anti-contrefaçon dont je salue l'actif président Bernard Brochand ainsi que le secrétaire général Benoît Battistelli, ont permis de développer dans l'opinion publique française une réelle prise de conscience.

Ces campagnes ont choisi le mode humoristique pour interpeller les voyageurs tout en leur rappelant la loi. Entièrement conçues pour nos maisons, bénéficiant d'espaces d'affichage gracieusement fournis par la douane - et cette année encore par la société Jean-Claude Decaux, que je tiens à remercier vivement de son soutien - ces campagnes battent également tous les records par la modestie de leur coût. C'est un élément auquel je suis sûre, le Ministre du budget et des comptes publics que vous êtes, sera sensible.

10.000 affiches cette année auront donc pour mission d'informer nos concitoyens.

Je souhaite qu'ils soient attentifs à notre message, afin qu'ensemble nous construisions un monde dans lequel la création et les savoir-faire protégés et développés, continuent à créer des emplois et contribuent au rayonnement de notre pays.



1 - SENSIBILISER LE PUBLIC :

LES CAMPAGNES ANTI-CONTREFAÇON DU COMITE COLBERT

15 ans de partenariat exemplaire public-privé

Depuis 1994, date de la mise en place de la loi Longuet, une collaboration s'est instaurée entre les services douaniers et les marques françaises du luxe au travers du Comité Colbert.

Des contacts quotidiens sont établis dans le cadre des vérifications ou des procédures entre les douaniers et les services de propriété intellectuelle des entreprises.

Ce partenariat est exemplaire d'une collaboration public-privé qui met en évidence le rôle économique de la douane et protège la compétitivité des entreprises, au service d'une cause commune : la compétitivité économique du pays.

10 000 affiches pour un objectif commun : la prise de conscience des citoyens

Sans une prise de conscience forte des citoyens, l'action conjuguée des services douaniers et des marques ne permettrait pas, seule, d'endiguer le fléau de la contrefaçon.

Il est donc nécessaire d'informer largement nos concitoyens sur le vrai visage de la contrefaçon (exploitation humaine des fabricants et des revendeurs, lien avec la criminalité organisée) et sur les risques qu'ils encourent tant du point de vue des sanctions douanières qu'en matière de santé et de sécurité.

Les campagnes menées conjointement par la douane et le Comité Colbert, sous l'égide du CNAC, depuis 1994 dans les aéroports, ont permis de développer dans l'opinion publique française une réelle prise de conscience.

Fidèles à un choix des industries du luxe, ces campagnes ont privilégié le mode humoristique pour sensibiliser les voyageurs, tout en leur rappelant la loi.

La campagne 2009 bénéficie du soutien de la société JC Decaux ainsi que d'ADP et Air France.



2 – LE ROLE DU COMITE COLBERT DANS LA PROMOTION ET LA DEFENSE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

Un héritage de la Révolution

Héritière du siècle des Lumières, la propriété intellectuelle, instaurée par les lois révolutionnaires de 1791 et 1793 comme « la plus sacrée, la plus légitime, la plus inattaquable, la plus personnelle de toutes les propriétés » a permis à la créativité française d'acquérir une notoriété et une envergure internationales.

Revendiquée depuis l'Antiquité comme l'attestent les épigrammes de Martial, permettant aux auteurs, aux compositeurs et aux artistes de se libérer des privilèges royaux, elle a également constitué au XIXe siècle un atout majeur pour l'industrie française.

La « Convention d'Union de Paris » signée dans la capitale en 1883 montre à quel point les Français ont su percevoir de façon visionnaire le potentiel de la propriété intellectuelle. Scellant le lien harmonieux entre création et industrie, elle a offert l'opportunité de créer des entreprises, des emplois puis des marques à partir de savoir-faire artisanaux traditionnels.

La propriété intellectuelle pour préserver les savoir-faire

Ces savoir-faire traditionnels, tout en incarnant l'identité française, sont créateurs de richesse pour le pays. Les marques ont su les faire prospérer en les renouvelant par l'innovation. Grâce à leur visibilité internationale, elles leur ont également permis de faire rayonner dans le monde la culture française qu'ils incarnent.

Les soixante-dix marques de luxe que regroupe le Comité Colbert sont ainsi attachées à promouvoir et à défendre le principe même de la propriété intellectuelle. Grâce à elle en effet, sont protégés aussi bien les investissements en recherche et développement que les savoir-faire qui ont présidé à la naissance des entreprises.

Première victime de la contrefaçon et premier secteur industriel à avoir alerté les pouvoirs publics dès la fin des années 1990, le secteur du luxe a mis en place une stratégie selon trois axes :

- la veille législative ;
- la collaboration avec les pouvoirs publics ;
- la sensibilisation de l'opinion.

C'est dans ce dernier contexte qu'est lancée la nouvelle campagne, avec le soutien de l'administration des douanes.



3 - L'ACTION DE LA DOUANE DANS LA LUTTE CONTRE LES CONTREFAÇONS

Les 6,5 millions de contrefaçons saisies par la douane en 2008 représentent une valeur estimée à 467 millions d'euros. Outre l'impact économique de cette fraude, en termes d'emploi et de manque à gagner pour l'économie légale et le budget de l'Etat, la contrefaçon présente un réel danger pour la santé et la sécurité des consommateurs.

Le dispositif de lutte contre la contrefaçon mis en place par la douane est à la hauteur de ces enjeux.

1 - Le dispositif douanier de contrôle vise l'ensemble du territoire et tous les vecteurs de fraude. Il est souple, évolue au gré des mutations de la contrefaçon et s'appuie sur un large éventail de pouvoirs

La douane contrôle en tout point du territoire, à l'importation, à l'exportation, mais aussi à la circulation.

Des services douaniers dédiés permettent de contrôler chaque vecteur d'introduction de contrefaçons. Ainsi, la douane dispose de cellules de ciblage dans les ports et les aéroports pour contrôler le fret commercial, de brigades pour effectuer des contrôles sur les routes, de services spécialisés pour les contrôles de colis postaux et pour le fret express et d'un service chargé de veille sur Internet, « Cyberdouane ». Par ailleurs, des services de renseignement permettent d'orienter les contrôles des autres intervenants et des services d'enquêtes sont spécialisés dans le démantèlement des filières.

Ce dispositif opérationnel est soutenu par un large éventail de pouvoirs juridiques : une procédure de retenue permettant de bloquer les marchandises soupçonnées d'être contrefaisantes, un pouvoir de saisie douanière des contrefaçons, des pouvoirs généraux de contrôle, comme la visite des marchandises et des personnes, la possibilité de recourir à des livraisons surveillées, l'accès et le contrôle de locaux commerciaux et privés, complétés par les sanctions prévues par le code des douanes.

2 - La douane entretient un partenariat actif avec les entreprises et les titulaires de droits

La diversification des contrefaçons, ainsi que l'adaptation technique permanente des contrefacteurs rend souvent difficile la distinction immédiate au cours du contrôle, par les services douaniers, des produits de contrefaçon.

Ainsi, la réglementation communautaire et le code de la propriété intellectuelle prévoient la possibilité, pour les agents des douanes, de retenir des marchandises suspectes, afin de s'assurer, auprès de l'entreprise détentrice du droit, du caractère authentique ou non des produits.



Cette procédure est fondée sur la demande d'intervention déposée par le titulaire de droit auprès de la douane, qui va attester de la nature contrefaisante de la marchandise.

La demande d'intervention constitue le support d'échanges avec les entreprises (transmissions régulières d'informations sur les produits, mise en place d'actions de formation des services, etc.). L'efficacité de l'action de la douane lors de la mise en oeuvre de la procédure de retenue implique **une très bonne collaboration des entreprises titulaires de droits.**

La douane a, en effet, besoin pour agir efficacement et rapidement que les sociétés menacées requièrent son intervention, lui fournissent des informations précises sur les produits authentiques et mettent à sa disposition leur expertise lorsque des marchandises suspectes sont interceptées.

Les entreprises peuvent déposer des demandes d'intervention pays par pays (demandes nationales) ou pour plusieurs, voire pour l'ensemble des pays de l'Union (demandes communautaires).

Plus de **1000 demandes d'intervention** (nationales et communautaires) ont été déposées auprès de la douane française.

3 - Un service spécialisé dans l'investigation judiciaire : le Service national de douane judiciaire (SNDJ)

En 2002, un service national de douane judiciaire a été créé, permettant de renforcer le dispositif global de lutte contre la contrefaçon. Spécialement habilités, les agents de ce service ont la capacité d'effectuer des enquêtes confiées par des magistrats en vue de remonter les trafics depuis la recherche de la fraude jusqu'aux suites de l'infraction. Leur objectif est le démantèlement des filières. Un tiers de l'activité de ce service est consacré à la contrefaçon.

4 - L'importance de la coopération communautaire

La contrefaçon constitue l'une des préoccupations majeures de l'Union européenne.

En matière douanière, le volet communautaire est un axe incontournable de l'action des services douaniers. En effet, les 27 douanes de l'Union disposent d'une réglementation harmonisée permettant de bloquer pendant une période de 10 jours des marchandises non communautaires suspectes au regard du droit de la propriété intellectuelle. De plus, au niveau opérationnel, l'échange de renseignements entre les services douaniers français et leurs homologues communautaires est quasi permanent, notamment lors de procédures mettant en jeu plusieurs Etats membres sur le trafic international de contrefaçons.

A ce titre, la douane française participe régulièrement à des actions de contrôle conjointes renforcées associant plusieurs douanes communautaires. A titre d'exemple, une opération du mois de février 2008 baptisée « roses de Saint-Valentin » associant les douanes française, allemande, belge, britannique, espagnole et portugaise, concernait le contrôle des roses pouvant contrefaire des brevets protégés.



4 - CONTREFAÇON : LES CHIFFRES CLÉS

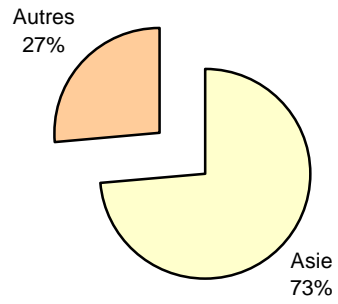
Le renforcement des contrôles douaniers a abouti durant l'année 2008 à une hausse très sensible du nombre de contrefaçons saisies : près de 6,5 millions d'articles (hors cigarettes), contre 4,6 millions en 2007, soit une augmentation de 41,3 %. Il s'agit pour l'essentiel de contrefaçons de marque, d'une valeur estimée à près de 467 millions d'euros sur le marché intérieur, au lieu de 401 millions d'euros en 2007. C'est le meilleur résultat jamais obtenu par la douane.

Le nombre d'infractions relevées par les services douaniers suit la même tendance, passant de 15 357 en 2007 à 16 280 en 2008 (+ 6 %), niveau jamais atteint auparavant.

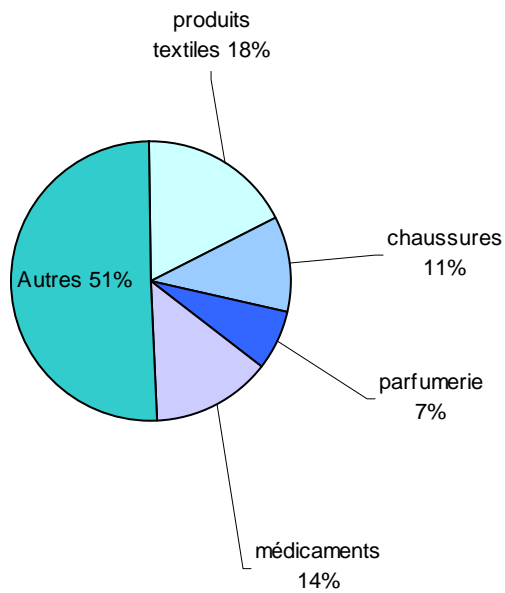
<u>Chiffres clés</u>	2007	2008	Evolution
Nb de constatations	15 357	16 280	+ 6 %
Nb d'articles saisis (hors contrefaçons de cigarettes)	4,6 millions	6,5 millions	+ 41 %
Valeur des articles saisis	401 millions d'euros	467 millions d'euros	+16 %



Origine des contrefaçons saisies



Tendances par produits





FICHES

L'action de la douane en matière de lutte contre la contrefaçon repose sur un positionnement adapté à ces flux de marchandises frauduleuses. Les aéroports et les ports constituent l'axe principal d'entrée des marchandises de contrefaçon en provenance des pays tiers producteurs. L'essentiel des constatations et des saisies douanières y sont réalisées. C'est majoritairement le cas lors des contrôles effectués dans le fret aérien à Roissy et dans le fret maritime, sur les ports du Havre et de Fos-sur-Mer.

Les contrôles portant sur les envois acheminés par la voie postale ou par le fret express ont également été renforcés, afin de faire face au développement de ce vecteur, relais habituel des achats opérés via Internet. Le nombre de constatations ainsi réalisées est passé de 4 300 en 2007 à près de 5 500 en 2008 (+ 28 %), pour un nombre d'articles saisis qui a atteint 623 000 en 2008 contre 244 000 l'année précédente, soit une augmentation de 155 %.

Les contrôles à la circulation ont, par ailleurs, permis d'intercepter plus de 1 million de produits de contrefaçon.

La mobilisation accrue des services douaniers s'est traduite, enfin, par une série d'actions de contrôles renforcés visant à accentuer, tout au long de l'été, la pression sur certains vecteurs saisonniers de propagation de la contrefaçon.

Les interventions sur les marchés et dans les foires ont ainsi été multipliées afin de faire obstacle à la vente ambulante de contrefaçons dans ces lieux privilégiés pour leur écoulement, en particulier durant la saison touristique.

64 501 contrôles ont été effectués pendant la période estivale 2008. Ils ont permis d'effectuer 4 780 constatations et de saisir 1 209 554 marchandises de contrefaçon.



5 – LA DIMENSION INTERNATIONALE DE LA LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON

Le Conseil de l'Union européenne (affaires générales et relations extérieures) des 16 et 17 mars, a adopté un nouveau plan d'action douanier européen contre les contrefaçons, préparé sous la présidence française et présenté par la présidence tchèque.

Ce plan d'action, dont les axes avaient été annoncés par Eric WOERTH le 26 novembre dernier, à l'occasion d'un séminaire international qu'il avait organisé à Bercy, doit répondre à **quatre défis** parmi les plus importants posés par l'évolution et l'ampleur de la contrefaçon que sont :

- la lutte contre les contrefaçons dangereuses pour la santé et la sécurité des consommateurs ;

L'essentiel des contrefaçons concerne désormais des produits de grande consommation, qui menacent souvent la santé (médicaments, produits alimentaires, cigarettes, ...) et la sécurité du consommateur (jouets, appareils électriques, pièces détachées de véhicules, ...). Le plan d'action 2009-2012 doit permettre de soutenir le développement d'actions de sensibilisation et de communication auprès des consommateurs. Il comporte également un volet dédié à la lutte contre la cybercontrefaçon.

- la lutte contre l'implication croissante du crime organisé dans la contrefaçon ;

Pour lutter contre ce processus criminel, attesté par le volume croissant des saisies et l'implication de groupes mafieux, la coopération des différents acteurs est renforcée. Le plan d'action 2009-2012 assurera la participation des administrations douanières à un **observatoire européen de lutte contre la contrefaçon**. Les Etats membres développeront les réseaux nationaux associant des autorités publiques et des industriels impliqués dans la lutte contre la contrefaçon afin de mieux évaluer le phénomène et diffuser les bonnes pratiques.

Le plan vise également à promouvoir un **partenariat public-privé** afin de favoriser les échanges d'informations. D'un point de vue opérationnel, l'**échange d'informations** entre les administrations douanières de l'Union est renforcé, notamment par une utilisation optimisée des systèmes électroniques d'échange d'informations. La mise en place ou la finalisation de **méthodes communes de contrôles et d'opérations douanières conjointes** est prévue.

- la lutte contre la mondialisation du phénomène ;

La croissance exponentielle de la contrefaçon est un effet pervers du développement des échanges. La lutte contre les trafics impose une mobilisation mondiale par le biais d'accords bilatéraux et multilatéraux et une coopération internationale renforcée.



Le plan d'action 2009-2012 devrait permettre de renforcer la coordination communautaire des initiatives et l'élaboration des textes en cours au niveau international (OMC, OMD, OIPC, etc). Le plan visera également la mise en oeuvre du **traité multilatéral ACTA**, traité commercial anti-contrefaçons en cours de négociation. Il soutiendra, le moment venu, la création d'une « **task force** » contre la contrefaçon, dont le but sera d'assurer le suivi et le respect des obligations du traité. Les administrations douanières devraient être partie prenante à cette « task force ».

Le plan favorise le renforcement des **contacts avec les pays « clés »** en matière de lutte contre la contrefaçon et avec les pays « sensibles » producteurs ou distributeurs de contrefaçons, notamment avec la Chine. Les échanges d'informations entre les experts présents dans les ambassades ou les représentations (attachés douaniers par exemple) sont également renforcés.

- la lutte contre la contrefaçon via Internet

Internet, vecteur croissant de commerce légitime, offre des opportunités nouvelles aux contrefacteurs qui compliquent la tâche des services répressifs : trafics parcellisés, difficulté d'appréhender les trafiquants à la source, volatilité des sites notamment.

Le plan d'action 2009-2012 permettra d'évaluer le phénomène en mettant en présence les services répressifs et les acteurs économiques concernés (titulaires de droits, plate-formes de vente en ligne et de paiement en ligne, fret express et postal). Le plan doit promouvoir la conclusion d'**accords de coopération entre les professionnels de la vente en ligne et les pouvoirs publics des Etats membres** pour lutter contre la contrefaçon sur Internet.



6 - EXEMPLES D'AFFAIRES

Affaire contentieuse n° 1

Alerté par la détection de flux de contrefaçons de chaussures de sport et d'articles textiles achetés sur différents sites Internet, les services de la direction nationale de renseignement et des enquêtes douanières (DNRED) ont mutualisé leurs capacités d'intervention afin de remonter les filières d'approvisionnement.

Des banques et des organismes de paiements sécurisés ont été interrogés pour connaître le volume de ces flux et identifier les transactions réalisées.

Les contrefaçons commercialisées sur ces sites, fabriquées en Chine, étaient acheminées par fret express directement vers les clients en France. Le produit des transactions délictueuses opérées sur ces sites marchands était ensuite transféré sur des comptes bancaires en Suisse appartenant au gestionnaire des sites.

Afin de compléter les investigations, une visite domiciliaire (perquisition douanière) a été effectuée dans les locaux de la société et au domicile du gérant.

L'enquête a permis d'établir que 4,6 millions d'euros de marchandises avaient été importés, ce qui avait permis d'éviter le paiement de près de 1,8 million d'euros de droits et taxes, ainsi que le blanchiment de 4,4 millions d'euros transférés vers la Suisse depuis la France. Les suites judiciaires de l'affaire ont été confiées au Service National de Douane Judiciaire (SNDJ). L'enquête judiciaire se poursuit.

Affaire contentieuse n° 2

Les agents de la direction nationale de renseignement et des enquêtes douanières (DNRED) ont procédé en octobre 2008, à une opération coup de poing dans le 18ème arrondissement de Paris visant au démantèlement d'une filière africaine se livrant à la revente d'articles de contrefaçons de maroquinerie de luxe. Plusieurs milliers d'articles, contrefaisant notamment les marques Dior, Armani, Dolce & Gabbana ont été saisis.

Le réseau de fraude découvert était particulièrement bien organisé et structuré. Les contrefaçons étaient entreposées dans un box de location avant d'être acheminées par porteurs, dissimulées dans des sacs ou dans des valises, à destination d'un appartement où était constitué un stock tampon.

Les livraisons aux revendeurs de rue étaient effectuées au coup par coup, en fonction de la demande des clients. L'organisation utilisait les services de nombreux guetteurs qui quadrillaient le quartier et avertissaient le réseau à la moindre alerte.



Affaire contentieuse n° 3

C'est en procédant à un contrôle dans une épicerie parisienne, en juillet 2008, que les douaniers du bureau des contributions indirectes de Paris ont découvert des contrefaçons de produits cosmétiques.

Au total, 1 491 produits cosmétiques (tubes de mascara, des crèmes, des parfums ou encore des fonds de teint de contrefaçon) contrefaisant notamment les marques L'Oréal, Lancôme, Lacoste, Givenchy ou encore Montblanc ont été saisis.

Les marchandises, qui étaient proposées à la vente, avaient été achetées quelques jours plus tôt sur un marché de la région parisienne.

Le lot de contrefaçons saisies représentait, sur le marché de l'authentique, une valeur de près de 30 000 euros.

Affaire contentieuse n° 4

Au cours d'un contrôle en juin 2007, les agents de la brigade des douanes de Montmélian (Savoie) ont découvert dans un véhicule plusieurs colis de fret express contenant des contrefaçons. A la suite de ce contrôle, des investigations ont été menées par la direction nationale du renseignement et des enquêtes douanières (DNRED) aux domiciles du conducteur de ce véhicule et de l'un de ses amis. Elles ont permis de découvrir un stock de contrefaçons : 40 paires de chaussures de sport, un lot d'articles de maroquinerie, 29 cartouches de cigarettes, plusieurs dizaines d'articles textiles. Au total, 17 grandes marques (NIKE, PRADA, ADIDAS, CHLOE, Olympique de Marseille,..) étaient contrefaites.

Ce trafic entre la Chine et la France avait commencé en juin 2006 par l'ouverture d'un site Internet en Chine, avec la complicité d'un ressortissant chinois. Des articles de contrefaçon étaient également proposés à la vente sur un site Internet hébergé en France.

Le tribunal de grande instance de Bourgoin-Jallieu (Isère) a confié les suites de cette enquête au Service national de douane judiciaire (SNDJ) qui a pu rassembler des preuves sur une infraction supplémentaire de travail dissimulé, en plus de l'importation de marchandises contrefaites.

Affaire contentieuse n° 5

Les agents de la brigade des douanes de Saint-Aybert (Nord) ont réalisé, le 18 juin 2008, une saisie de 58 448 parfums contrefaisant, notamment, les marques Cacharel, Mugler, Givenchy, Kenzo, Gaultier et Carolina Herrera. La valeur des marchandises de fraude est estimée à plus de 3,6 millions d'euros.

Les douaniers avaient décidé de contrôler un ensemble routier frigorifique en provenance de Belgique. A l'ouverture du chargement, ils ont pu constater la présence de 2 334 colis contenant des flacons de parfum contrefaisant différentes marques. Les agents ont soupçonné immédiatement le caractère prohibé des parfums et ont procédé à leur saisie. Les sociétés lésées ont confirmé la réalité de la fraude. Le Service national de douane judiciaire a été chargé des suites de l'affaire.



7 – LUTTER CONTRE LES VENTES DE CONTREFAÇON SUR INTERNET : LA CYBERDELINQUANCE

Eric Woerth a inauguré, le 10 février 2009, le service « Cyberdouane » au sein de la Direction nationale du renseignement et des enquêtes douanières (DNRED). Il a souhaité la création de ce service, afin de renforcer l'action de la douane en matière de lutte contre la cyberdélinquance. « Cyberdouane » est constitué de huit analystes du renseignement et de sept enquêteurs.

1. La lutte contre la fraude sur Internet

Dans le cadre de sa mission de veille en matière de lutte contre la fraude, le service « Cyberdouane » effectue des recherches de sa propre initiative, mais aussi pour le compte d'autres services douaniers :

- sur initiative, l'objectif est d'identifier les personnes physiques ou morales présentes en France utilisant Internet dans le cadre d'une activité frauduleuse. La recherche porte sur des personnes vendant en ligne les produits prohibés (stupéfiants, armes, contrefaçons, espèces protégées, cigarettes, alcool) ;
- sur demande d'un autre service douanier, « Cyberdouane » s'adapte à chaque requête.

La veille se fait essentiellement par :

- l'identification du titulaire d'un pseudonyme sur les sites de vente en ligne, mais aussi sur les forums ou les blogs ;
- l'identification d'un vendeur sur un site de petites annonces ;
- l'identification du titulaire d'une adresse de courrier électronique ;
- l'identification du titulaire d'un site Internet ;
- l'identification d'un numéro de téléphone de type voix sur IP ;
- la recherche du pseudonyme d'une personne par le nom de la personne et / ou son adresse.

Sur l'ensemble des dossiers traités en 2008 par la DNRED, qui avait déjà développé une première expertise dans ce domaine, **40 % concernaient la lutte contre les contrefaçons**, 20 % la contrebande d'alcools et de cigarettes, 6 % des trafics d'armes et 6 % des contentieux de stupéfiants.



2. La veille technologique

Internet est un vecteur de communication en évolution constante. Dans le domaine de la recherche d'informations, le service « Cyberdouane » opère une veille active, en exploitant notamment les outils disponibles sur Internet.

Le service étudie le fonctionnement des moteurs de recherche, s'attache à comprendre les évolutions de leur utilisation et les modifications de comportement des internautes.

La technologie utilisée par les agents de « Cyberdouane » permet la détection, à l'intérieur des documents surveillés, de mots clés préalablement définis. Le service « Cyberdouane » s'attache également à étudier les outils de communication instantanés afin d'en analyser le fonctionnement.

Pour chaque mode de communication, le service « Cyberdouane » est en mesure de détecter les traces laissées par les utilisateurs afin de les identifier, en cas de soupçon de fraude.

3. Le développement de la coopération interministérielle

Le service « Cyberdouane » développe la coopération opérationnelle interministérielle en vue de détecter et traquer sur Internet les actes contraires à la législation.

Il est ainsi l'un des acteurs majeurs de la «veille coordonnée» des administrations en charge de la cyberdélinquance, afin de favoriser l'échange d'informations entre services, en particulier dans le domaine des drogues de synthèse.

Une action de formation a été organisée fin 2008 à l'échelle interministérielle sur les techniques de veille, ainsi que sur le fonctionnement du réseau Internet, destinée aux praticiens des différents services de l'Etat (Douane, DGCCRF, gendarmerie, police, etc.).

La nouvelle plateforme interministérielle d'analyse et de recoupement des signalements a vocation à traiter les renseignements concernant tous les contenus illicites repérés sur Internet, et à les attribuer aux services les mieux à même de les exploiter.

La douane a été associée dès l'origine à cette plateforme. « Cyberdouane » est désormais le point d'entrée des informations transmises par les particuliers et les professionnels, collectées par la plateforme, en matière d'infractions douanières.

Depuis la mise en service récente de cette plateforme, la DNRED signale les actes délictueux dont elle a connaissance et qui ne concernent pas son domaine de compétence (arnaques sur Internet, hameçonnage « fishing », fraude à la carte bancaire) et inversement, l'Office central de lutte contre la criminalité liée aux technologies de l'information et de la communication (OCLCTIC) transmet des informations sur de possibles infractions douanières (vente de cigarettes, de contrefaçons...).



4. Le bilan de la douane en matière de saisies liées à la cyberdélinquance

Le bilan des saisies liées à la cyberdélinquance sur le vecteur postal et le fret express s'est élevé en 2008 à 623 000 articles de contrefaçons.

Les constatations portant plus particulièrement sur des cigarettes et du tabac de contrebande expédiés par la voie postale ou le fret express ont conduit à la saisie de 8,63 tonnes de marchandises en 2007 et 21,52 tonnes en 2008.

Sur la même période, la DNRED a pour sa part traité plus de 300 dossiers de cyberdélinquance, pour le compte des services de la DNRED ainsi que pour les autres services douaniers.

Enfin, la lutte contre la cyberdélinquance implique le renforcement de la coopération entre administrations avec la mise en commun du renseignement. Près d'une quinzaine de dossiers ont ainsi été traités, notamment en relation avec les services de la Direction générale des finances publiques (DGFIP).

5. L'action de la douane judiciaire

Le service national de douane judiciaire (SNDJ) apparaît de plus en plus aux yeux des magistrats comme un service spécialisé notamment en matière de contrefaçons sur Internet et de lutte contre la cybercriminalité. Compétent pour traiter des dossiers initiés par d'autres services de police judiciaire, il a la capacité à traiter des dossiers dont la relative complexité a donné lieu à l'ouverture d'une information judiciaire.

Il consacre un tiers de son activité au démantèlement des filières de contrefaçon.

6. La coopération internationale

Dans le cadre international, la douane allemande a associé la DNRED et la douane britannique à un projet de lutte contre la contrefaçon de médicaments sur Internet débouchant sur de nombreuses coopérations opérationnelles avec l'industrie pharmaceutique.