

LES NOUVELLES TENDANCES DE LA CONTREFAÇON ET DE LA PIRATERIE UNION DES FABRICANTS - Juin 2001

La nouvelle étendue du phénomène en quelques chiffres :

- La contrefaçon et la piraterie ont un impact économique majeur sur la société : elles représentent 5 à 7% du commerce économique mondial.
- Une entreprise sur deux en France se déclare victime de la contrefaçon.
- Le phénomène connaît une amplification sans précédent, avec des chiffres alarmants : 25 millions de produits saisis dans l'Union européenne en 1999, 100 millions en 2000.
- Aucun pays n'est épargné : si l'Asie continue à constituer la première région productrice, en Europe, la Belgique ou le Royaume-Uni voient se développer des réseaux actifs de trafiquants.
- Les produits contrefaits concernent désormais la totalité du champ industriel, le luxe ne représentant plus que 1% des saisies.
- La qualité croissante des produits permet de mieux tromper le consommateur et augmente les dangers que les produits contrefaits peuvent lui faire courir, notamment en terme de santé ou de sécurité.
- Les réseaux mafieux s'organisent, réagissant rapidement aux actions entreprises par les gouvernements et les entreprises : une véritable économie parallèle destinée à ruiner l'économie licite se met en place.

SOMMAIRE

1 - L' IMPACT ECONOMIQUE

-Chiffres significatifs

2 - L' AMPLIFICATION DU PHENOMENE

-Volumes

-Expansion géographique

-Diversification des produits

3 - CONTREFAÇON ET PIRATERIE : LA NAISSANCE D'UNE ECONOMIE PARALLELE

-Qualité croissante des produits contrefaisants

-Organisation des réseaux de fabrication et de distribution

-Financement par la criminalité organisée

4 - INTERNET : UN RISQUE EXPONENTIEL POUR LES ENTREPRISES

* * *

1 - L' IMPACT ECONOMIQUE

L'ampleur générale est difficile à évaluer car il s'agit d'une activité souterraine pour laquelle la collecte d'informations est aléatoire, sans méthodologie uniformisée. Nous avons tout de même quelques chiffres significatifs :

L'évaluation générale :

- La contrefaçon : 5 à 7% du commerce mondial
- Manque à gagner : 200 à 300 milliards d'Euros par an
- Coût social : perte de 200.000 emplois

Un accroissement alarmant :

- 25 millions de produits saisis en 1999 dans l'Union européenne, 100 millions en 2000
- Une entreprise sur deux en France se déclare victime de contrefaçon

2 - L' AMPLIFICATION DU PHENOMENE

- Les volumes croissent avec des niveaux jamais atteints.
- Les réseaux de fabrication et de commercialisation illustrent une expansion géographique grandissante
- Les catégories de produits se diversifient pour concerner désormais la totalité du champ industriel

L'AUGMENTATION DES VOLUMES

LES SAISIES DOUANIERES :

Chiffres en croissance annuelle récurrente, et des quantités significatives

France	1998 :	2 300 000 produits saisis (+300% par rapport à 1997)
	1999 :	3 600 000 produits saisis (+57% par rapport à 1998)
	2000 :	plus de 5 000 000 de produits saisis

Chine 1999 : 16 500 produits saisis
2000 : 78 000 produits

LES EVALUATIONS DES INDUSTRIELS

- 1 CD sur 5 vendu est un CD piraté
- 450 millions de disques ont été produits par des usines clandestines en 1999
- 12% du commerce mondial des jouets seraient de la contrefaçon
- 5 à 10% des ventes de pièces de rechange de véhicules dans l'Union Européenne seraient des contrefaçons

L'EXPANSION GEOGRAPHIQUE

LES ZONES TRADITIONNELLES :

- Asie du Sud-Est : 90 à 95% de la production de contrefaçons de produits BIC et MOULINEX proviennent de Chine
- Bassin méditerranéen - Europe : Italie

LES NOUVEAUX ARRIVANTS:

- Pays d'Europe Centrale et de l'Est
- Etats-Unis
- Europe : Royaume-Uni et Belgique

LE MONDE VIRTUEL :

Contrefaçon et piraterie se développent dans le monde virtuel par le biais de l'Internet

DIVERSIFICATION DES PRODUITS

La totalité des produits de l'ancienne et de la nouvelle économie est concernée par la contrefaçon et la piraterie.

Liste des articles de contrefaçon fabriqués et distribués dans l'Union Européenne issue de la "synthèse des réponses au Livre Vert de la Commission Européenne"

1. Billets d'avion et manifestations sportives
2. Enregistrements audiovisuels
3. Aliments pour bébés
4. Livre
5. Enregistrements clandestins (de représentations en direct)
6. Scanners
7. Céramique
8. Poudre de cacao
9. Film cinématographique
10. Vêtements fabriqués dans un pays tiers, étiquetés dans un état membre et vendus dans un autre
11. Vêtements et articles de luxe
12. CD de compilation
13. Fichiers comprimés
14. Puces informatiques
15. Disques d'ordinateur
16. Disquettes d'ordinateur
17. Services de copies en Allemagne
18. Déodorants
19. Détergeants
20. DVD
21. Médicaments
22. Cours de langues
23. Lunettes
24. Articles de mode (Italie)
25. Armes
26. Aliments et boissons (en particulier alcoolisées)
27. Chaussures (France-Grèce-Italie-Espagne-Portugal-Royaume-Uni)
28. Nains de jardin
29. CD or
30. Montres en or (Espagne)
31. Articles de supporters d'équipes sportives
32. Valvules cardiaques
33. Hologrammes
34. Copies Internet d'ouvrages scientifiques

35. Bijoux (Italie)
36. Articles de journalistes (ex : Réimpression dans les publicités) Chargement de programmes de disques durs sur les ordinateurs personnels
37. Bandes de Karaoké
38. Articles en cuir
39. Jeux d'amusement
40. Fichiers MIDI
41. Fichiers MP3
42. Fichiers MPEG layer 3
43. Instruments de musique
44. Enregistrements musicaux
45. Boulons
46. Parfums
47. Produits chimiques, agricoles et pharmaceutiques
48. Photocopie de documents protégés par le droit d'auteur
49. Porcelaine
50. Cartouches d'impression
51. Chargeur de piles rechargeables
52. Shampoing
53. CD singles
54. Logiciels
55. Vêtements et articles de sport
56. Bandes magnétiques
57. Ouvrages technologiques et médicaux
58. Jouets
59. Pièces détachées automobiles
60. Articles de mode
61. VHS
62. Cassettes vidéos
63. Disques vinyles
64. Montres
65. Vins et spiritueux

De nombreux produits, pourtant également contrefaits, ne figurent pas sur cette liste. A titre d'exemple les produits électriques ou les obtentions végétales. Les services (banques, assurances...) ont aussi été omis.

LES TENDANCES

Cette diversification des produits date des années 1995. Dans les produits de marque contrefaits, c'est le produit " de base " qui est le plus contrefait. On constate un effacement des marques de luxe (qui ne représentent plus qu'1% des produits saisis) au profit de marques notoires mais liées au sport, aux loisirs grand public. On constate également l'arrivée en Europe de produits contrefaits dont la distribution était jusqu'alors réservée aux pays en voie de développement. Ex : première saisie de médicaments contrefaits à Orly en 1998 On constate enfin, l'effacement des marques françaises au profit de marques italiennes, américaines, suisses, japonaises, allemandes, etc ...

3 - CONTREFAÇON ET PIRATERIE : LA NAISSANCE D'UNE ECONOMIE PARALLELE

- l'augmentation de la qualité des produits
- l'organisation des réseaux de fabrication et de distribution
- le financement de ces activités démontrent qu'une véritable économie parallèle est en train de se mettre en place.

LA QUALITE CROISSANTE DES PRODUITS CONTREFAITS

C'est un constat général pour l'ensemble des produits concernés :

- montres en or
- cuirs et textiles de qualité
- le numérique : clone du produit original

Exemple: trois phases de contrefaçon en Chine :

- contrefaçon servile avec reproduction à l'identique de la marque et du modèle
- contrefaçon non servile : utilisation des marques " LV/LX, BIC/BIG, LACOSTE/LACOST, MOULINEX/MAMOULEX " (similitude visuelle et phonétique) et de la reproduction des modèles.
- reproduction à l'identique des modèles mais sans apposition de marque ou apposition d'une marque totalement différente.

L'ORGANISATION DES RESEAUX DE FABRICATION ET DE DISTRIBUTION

On constate une organisation de plus en plus élaborée et une spécialisation des marchés

- produits fabriqués et vendus sur place (ex : la moitié des vêtements vendus dans l'Union Européenne est fabriquée dans les Etats membres)
- produits fabriqués dans un pays tiers et commercialisés dans un pays de l'Union Européenne ou d'autres pays tiers. mais aussi
- produits partiellement fabriqués dans un pays, assemblés dans un autre, transitant dans un 3ème à destination d'un 4ème pays. et également
- produits fabriqués dans un pays spécialement pour un autre (ex : contrefaçons tchèques et polonaises destinées uniquement à l'Allemagne)

La rapidité de réaction des contrefacteurs est de plus en plus grande

- produits contrefaits quelques semaines après leur lancement commercial officiel.
- Images et sons sur Internet : produits diffusés avant même leur sortie officielle
- Une production qui se déplace en fonction des actions des pouvoirs publics et des titulaires de droits (Ex : Production de CD piratés se déplaçant de Bulgarie vers l'Ukraine. Production textile de la République Tchèque vers le Royaume-Uni..)

Plus grave encore, il y a désormais une infiltration des réseaux de distribution licite par la production contrefaisante :

- dans le monde (ex : Italie, le vrai et le faux sont parfois mélangés)
- dans le monde virtuel (ex : sites de ventes aux enchères sur Internet)

LE FINANCEMENT DE LA CONTREFAÇON ET DE LA PIRATERIE

L'ampleur prise par le phénomène suppose des financements massifs. Quelques exemples :

- En Italie, la fabrication autour de Naples est aux mains de la Camora
- En Belgique, le port d'Anvers qui connaît un développement des réseaux mafieux albanophones est devenu une plaque tournante de l'importation de produits contrefaits en provenance d'Asie.
- En Irlande, les réseaux de contrefaçon sont liés à l'IRA.

4 - INTERNET : UN RISQUE EXPONENTIEL POUR LES ENTREPRISES

Les nouvelles technologies contribuent à accélérer et amplifier contrefaçon et piraterie. Plusieurs phénomènes se conjuguent :

- cybersquatting des marques (ou vol des noms de domaines sur Internet)
- sites de ventes de contrefaçons de produits de marques
- sites de ventes aux enchères qui peuvent constituer un canal de distribution de produits contrefaisants.

Les industries les plus exposées :

- Logiciel
- Musique
- Image

Evénements

JOURNEE MONDIALE ANTI-CONTREFAÇON - 28 juin 2001

Organisée par l'Union des Fabricants et ses adhérents dont: Air Liquide, Arjo Wiggins, Business Software Alliance, la Fédération de la Parfumerie, Hermès, La Chemise Lacoste, LVMH Fashion Group, Microsoft, Pilot, Ralph Lauren, Yves Saint Laurent... et avec la collaboration de la SNCF et le soutien de l'Institut National de la Propriété Intellectuelle.

1. Luttons ensemble contre la contrefaçon et la piraterie :

- La contrefaçon connaît une amplification sans précédent : 25 millions de produits saisis dans l'Union Européenne en 1999, 100 millions en 2000
- La contrefaçon représente 5 à 7 % du Commerce Mondial
- La contrefaçon est dangereuse pour la santé et la sécurité (produits mal adaptés, ne respectant aucune norme...)
- La contrefaçon fait perdre 38 000 emplois par an aux Français
- La contrefaçon représente pour les entreprises françaises une perte de chiffre d'affaires de 40 milliards de francs par an

- La contrefaçon est liée à la grande criminalité et aux réseaux mafieux (drogue, blanchiment d'argent, armement...)
- La contrefaçon est passible de 2 ans de prison et d'1 million de francs d'amende
- Sensibilisons ensemble le grand public aux dangers de la contrefaçon car une meilleure information du consommateur vise à limiter les risques de tromperies induits par la contrefaçon qui atteint aujourd'hui l'ensemble des secteurs d'activités (électroménager, logiciel, jouet, horlogerie, pharmacie, tabac, outillage, maroquinerie, textile ...) et qui transite par le nord de l'Europe.

2. Cette Journée est constituée de 3 événements :

- Une sensibilisation directe des voyageurs. Distribution de prospectus à la Gare du Nord et informations des voyageurs à travers un stand placé au centre de la Gare. La Gare du Nord, d'où partent les TGV Thalys et Eurostar, illustre le succès croissant du train dans les déplacements internationaux.
- La promotion de la propriété intellectuelle et la collaboration UNION DES FABRICANTS / INPI. Remise d'un exemplaire datant du XIXème siècle du Registre des Marques de l'UNION DES FABRICANTS à l'INPI.
- L'information du grand public et des professionnels. Organisation d'une Journée Portes Ouvertes au Musée de la Contrefaçon, rythmée de visites guidées, où un pôle d'information, de discussion et d'échanges sur la propriété intellectuelle est animé par l'INPI.

Protégeons notre sécurité, nos emplois, nos entreprises en luttant ensemble contre la contrefaçon

Contact presse : Delphine Sarfati-Sobreira Tel : 01 56 26 14 00 - Fax : 01 56 26 14 01 Email : dsarfati@unifab.com