

## **Les incidences économiques de la contrefaçon**

## **AVANT-PROPOS**

Le présent rapport a été établi par Mme Hema Vithlani, du Bureau d'enquêtes sur la contrefaçon de la Chambre de commerce internationale (CCI) pour la Division de l'industrie, Direction de la science, de la technologie et de l'industrie, OCDE. Ce rapport a initialement été présenté au Comité de l'industrie les 12-13 mars 1997, puis a fait l'objet d'une révision. Il est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE.

Il donne un aperçu complet de la menace que fait peser la contrefaçon sur l'industrie dans le monde entier. Le problème ne se limite pas à quelques produits et à certains pays ; au contraire, comme le montre le rapport, il s'agit d'une maladie généralisée qui affecte un large éventail de secteurs industriels et qui peut avoir des effets dévastateurs sur la société dans son ensemble.

Le rapport examine également les moyens de se protéger contre la contrefaçon et présente les initiatives prises actuellement dans ce domaine. Enfin, il donne la liste des organisations qui peuvent contribuer à la lutte contre la contrefaçon, ainsi que des personnes à contacter.

**Copyright OCDE, 1998**

**Les demandes de reproduction ou de traduction totales ou partielles de cette matière doivent être adressées à : M. le Chef du Service des Publications, OCDE, 2 rue André-Pascal, 75775 Paris, Cedex 16, France.**

## TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS .....	1
NOTE DE SYNTHÈSE.....	3
Le cadre juridique .....	3
Aperçu des secteurs touchés par la contrefaçon .....	3
Répartition géographique des produits de contrefaçon .....	3
Les incidences de la contrefaçon .....	4
Protection contre la contrefaçon .....	4
1. L'INDUSTRIE DE LA CONTREFAÇON – CADRE JURIDIQUE .....	6
Définitions et terminologie .....	6
Activités annexes .....	7
Délit civil, infraction au règlement et infraction pénale .....	8
2. APERÇU GENERAL DES SECTEURS TOUCHES PAR LA CONTREFAÇON.....	10
Logiciels .....	10
Enregistrements musicaux .....	12
Industrie cinématographique .....	13
Articles de luxe et mode .....	14
Vêtements de sport .....	15
Parfums .....	16
Jouets .....	17
Pièces détachées d'avions.....	17
Pièces détachées et accessoires automobiles .....	19
Produits pharmaceutiques .....	20
3. REPARTITION GEOGRAPHIQUE DES PRODUITS DE CONTREFAÇON.....	22
4. LES INCIDENCES DE LA CONTREFAÇON.....	23
Les coûts .....	27
Mesure de la contrefaçon.....	29
5. LA PROTECTION CONTRE LA CONTREFAÇON.....	35
Mesures de lutte contre la contrefaçon .....	35
Diligence raisonnable .....	35
Technologies permettant de lutter contre la contrefaçon .....	36
Respect des droits de propriété intellectuelle : partenariat public –privé .....	39
6. INITIATIVES DE LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON.....	41
Initiatives nationales .....	41
Initiatives privées et professionnelles.....	42
Initiatives internationales.....	43
Initiatives publiques.....	43
ANNEXE LES ORGANISMES DE LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON .....	46
BIBLIOGRAPHIE .....	51

## NOTE DE SYNTHÈSE

L'objet de ce rapport est d'exposer certains aspects essentiels du coût de la contrefaçon et les principaux sujets de préoccupations.

### **Le cadre juridique**

Aux fins du présent rapport, le mot "contrefaçon" est utilisé dans son sens le plus large et s'entend de *toute fabrication d'un produit qui imite l'apparence du produit d'un autre dans le but de faire croire au consommateur qu'il s'agit du produit d'un autre*. Il peut donc recouvrir une contrefaçon de marque de fabrique mais aussi une atteinte au droit d'auteur. Cette notion inclut également la copie du conditionnement, de l'étiquetage et de toute autre caractéristique importante du produit.

### **Aperçu des secteurs touchés par la contrefaçon**

Il est très difficile d'obtenir des statistiques précises sur la contrefaçon principalement parce qu'il s'agit d'une activité clandestine. Toutefois, les secteurs protégés par le droit d'auteur aux États-Unis recueillent depuis un certain nombre d'années des informations détaillées sur le piratage de leurs produits. Ces secteurs subissent des pertes considérables. La moitié environ de l'ensemble des films sur cassettes vidéo, plus de 40 pour cent des logiciels à usage professionnel et un tiers des enregistrements musicaux vendus en 1996 étaient des exemplaires pirates.

La contrefaçon dans le domaine de l'habillement, aussi bien les articles de mode que les vêtements de sport, est très répandue en Europe. La technique la plus fréquente consiste à importer des articles quelconques et à y apposer une marque dans un État membre de l'Union européenne, puis de les mettre en vente dans un autre État membre en application du principe de la libre circulation des marchandises.

Dans le secteur des pièces détachées, la contrefaçon est un aspect du problème global des pièces non conformes. Ces pièces sont vendues au marché noir avec des articles fabriqués en surnombre, des articles recyclés, des pièces copiées et volées, ce qui rend très difficile le contrôle de ce marché et la distinction entre les articles illégaux et les autres.

### **Répartition géographique des produits de contrefaçon**

Si la plupart des pays pratiquent sous une forme ou sous une autre le commerce de produits de contrefaçon, certains sont devenus célèbres dans l'art de fabriquer et d'exporter de grandes quantités de faux. Les informations émanant des services des douanes des États-Unis et des États membres de l'Union européenne donnent une idée des pays qui sont les principaux exportateurs de produits contrefaits et des caractéristiques de ces produits.

Les cinq plus gros fournisseurs de produits de contrefaçon en direction des États-Unis, ont été, en 1997, la Chine, la Corée, Hong-Kong (Chine), les Philippines et le Taipei chinois. Les produits les

plus courants étaient des articles audiovisuels (disques compacts, cassettes vidéo, jeux informatiques, etc.), des articles de prêt à porter et les accessoires électriques. Au total, les douanes des Etats-Unis ont saisi pour 54 millions de dollars d'articles contrefaits pendant l'exercice 1997.

Les principales sources d'exportation d'articles de contrefaçon en direction de l'Union européenne ont été la Pologne, la Thaïlande, la Turquie et les Etats-Unis. Les articles de prêt à porter ont représenté plus de la moitié des saisies.

## **Les incidences de la contrefaçon**

La contrefaçon coûte des sommes considérables à l'industrie mondiale. Non seulement ces pertes retentissent sur les fabricants d'articles authentiques mais elles ont aussi un coût social. C'est le consommateur qui, en dernier ressort, est la victime de cette concurrence déloyale. Il acquiert des articles de mauvaise qualité pour un prix excessif et met parfois en péril sa santé et sa sécurité. Les Etats enregistrent une perte de recettes fiscales et dépensent des sommes considérables pour faire appliquer la législation relative à la propriété intellectuelle. Autre aspect de plus en plus préoccupant : la contrefaçon est liée à d'autres activités criminelles comme le trafic des stupéfiants, le blanchiment de l'argent et le terrorisme.

On estime aujourd'hui à plus de 5 pour cent du commerce mondial la part du commerce de produits contrefaits. Un certain nombre de facteurs peuvent expliquer ce pourcentage élevé : *i*) les avancées technologiques, *ii*) l'intensification du commerce international et l'émergence de nouveaux marchés, et *iii*) l'apparition de nouveaux produits qui attirent la contrefaçon, en particulier le prêt à porter de marque et les logiciels.

## **Protection contre la contrefaçon**

Les entreprises et les services de répression sont de plus en plus conscients des problèmes que pose la contrefaçon. Toutes les entreprises doivent s'assurer que leurs marques sont correctement protégées et ont mis en place une stratégie de lutte contre la contrefaçon pour faire face à cette menace. Un certain nombre de technologies sont utilisées pour protéger et établir l'authenticité des produits, en particulier l'holographie, les cartes à puces, les marqueurs biométriques et les encres spéciales. Le degré de complexité et le coût de ces dispositifs sont très variables. Toutefois, pour pouvoir être utilisée, la technologie doit être rentable, compatible avec la gamme de produits et la chaîne de distribution, résistante et durable.

L'absence d'échange d'informations est souvent perçue comme un des principaux obstacles à la lutte contre la contrefaçon. L'Organisation mondiale des douanes et Interpol ont désormais adopté une stratégie préventive. Elles utilisent des bases de données sur les produits de contrefaçon et organisent des formations à l'intention des responsables, en collaboration avec le secteur privé.

Il existe un certain nombre d'initiatives à la fois privées et publiques. Les pays où les détenteurs de marques de fabrique ou de commerce sont particulièrement nombreux ont créé des associations de lutte contre la contrefaçon. Ce sont des organisations qui comptent un certain nombre de membres et dont les principales activités sont la protection de la propriété intellectuelle, la collecte d'informations et les relations avec les instances de répression.

Certaines organisations professionnelles aident très activement leurs membres à lutter contre la contrefaçon. On peut citer la Business Software Alliance (BSA) et la Fédération internationale de l'industrie phonographique (FIIP). La dernière initiative prise à l'échelon international a été la mise en place du Groupement global anti-contrefaçon (GGAC), instance ayant pour objet de sensibiliser aux risques que présentent les produits contrefaits pour la santé et la sécurité.

# 1. L'INDUSTRIE DE LA CONTREFAÇON – CADRE JURIDIQUE

## Définitions et terminologie

La contrefaçon est en définitive une atteinte au droit de propriété intellectuelle.

L'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Accord sur les ADPIC) définit la contrefaçon et le piratage en ces termes :

Aux fins du présent accord :

- a) *l'expression "marchandises de marque contrefaites" s'entend de toutes les marchandises, y compris leur emballage, portant sans autorisation une marque de fabrique ou de commerce qui est identique à la marque de fabrique ou de commerce valablement enregistrée pour lesdites marchandises, ou qui ne peut être distinguée dans ses aspects essentiels de cette marque de fabrique ou de commerce, et qui de ce fait porte atteinte aux droits du titulaire de la marque en question en vertu de la législation du pays d'importation ;*
- b) *l'expression "marchandises pirates portant atteinte aux droits d'auteur" s'entend de toutes les copies faites sans le consentement du détenteur du droit ou d'une personne dûment autorisée par lui dans le pays de production et qui sont faites directement ou indirectement à partir d'un article dans les cas où la réalisation de ces copies aurait constitué une atteinte au droit d'auteur ou à un droit connexe en vertu de la législation du pays d'importation".*

Techniquement, le mot anglais "*counterfeiting*" ne se réfère qu'aux cas spécifiques d'atteinte au droit des marques. Cependant, dans la pratique, ce mot signifie toute fabrication d'un produit qui imite l'apparence du produit d'un autre dans le but de faire croire au consommateur qu'il s'agit du produit d'un autre. Par conséquent, il peut recouvrir aussi la production et la distribution illégales d'un produit protégé par d'autres droits de propriété intellectuelle, en particulier le droit d'auteur et les droits voisins. Cette notion est à rapprocher du mot allemand "*Produktpiraterie*" et du mot français "contrefaçon" qui recouvrent une gamme beaucoup plus large d'atteintes au droit de propriété intellectuelle (Clark, 1997).

En réalité, il arrive souvent que différentes atteintes au droit de propriété intellectuelle se recoupent. Ainsi, le piratage d'enregistrements musicaux est le plus souvent une atteinte au droit d'auteur mais aussi au droit des marques. Des jouets contrefaits sont souvent vendus sous un nom différent, mais l'infraction porte sur la protection de la conception du jouet. Même quand il n'y a pas d'atteinte au droit des marques, les problèmes ponctuels qui se posent et les aspects juridiques qui en découlent sont souvent très proches de ce qu'on observe dans les actes de contrefaçon. Aux fins du présent rapport, il est donc plus facile d'utiliser un seul mot qui recouvre la contrefaçon, le piratage et

les questions annexes. Il inclura la copie de l'emballage, de l'étiquetage ou de toute autre caractéristique importante des marchandises considérées.

## **Activités annexes**

Il existe un certain nombre d'activités considérées comme des contrefaçons par les titulaires de marques de fabrique ou de commerce mais pas par les instances de répression, comme le commerce parallèle et la production en surnombre.

On entend par "commerce parallèle" les situations dans lesquelles un produit est acheté légalement dans un pays, puis est revendu dans un autre pays sans l'autorisation du titulaire des droits dans le pays de destination. Cette pratique est favorisée par l'application de deux principes qui restreignent les droits du détenteur du droit de propriété intellectuelle : *i)* le principe de la territorialité : la protection conférée par le droit de propriété intellectuelle ne s'applique que dans certains pays ou régions ; et *ii)* le principe de l'extinction du droit : le détenteur du droit de propriété intellectuelle ne dispose que de droits très limités pour empêcher la poursuite de la diffusion d'un produit mis sur le marché sans son autorisation.

Le commerce parallèle, ou marché noir, est désormais bien établi et s'exerce parallèlement au marché "légal". Avant la Directive sur les marques de 1989, plusieurs Etats membres de l'Union européenne appliquaient le principe de l'extinction à l'échelle internationale, à savoir que les droits étaient considérés comme éteints dès lors que la marchandise avait été vendue sur un territoire quel qu'il soit. Ce principe limitait la fonction du droit des marques à la garantie de l'authenticité de l'origine commerciale des produits et restreignait davantage le contrôle que le titulaire de la marque pouvait exercer (Khur, 1997). Toutefois, depuis la Directive de 1989 sur les marques, le principe de l'extinction du droit est limité au territoire de l'Espace économique européen (EEE).

Par conséquent, l'importation de marchandises protégées par une marque de fabrique ou de commerce en provenance d'un pays n'appartenant pas à l'Espace économique européen constituerait une infraction à la législation sur les marques. Bon nombre de détenteurs de marques considèrent ces marchandises comme des contrefaçons et tentent d'intenter une action contre les vendeurs parallèles. Or, les marchandises sont authentiques en ce sens qu'elles proviennent du détenteur de la marque et auraient été considérées comme légales en vertu de l'ancien principe. Par conséquent, les instances de répression hésitent à poursuivre les vendeurs parallèles et même une action civile peut être difficile à gagner.

Il existe un autre problème annexe pour les détenteurs de marques de fabrique ou de commerce, à savoir la production non-autorisée par des fournisseurs légaux. Dans certains secteurs, comme les jouets et les pièces détachées, il est fréquent que des fournisseurs produisent en surnombre des quantités d'articles qu'ils ne comptabilisent pas et qu'ils vendent au marché noir. Le détenteur de la marque considère là encore que ces articles sont des contrefaçons mais il lui est difficile d'intenter une action. Les tribunaux et instances de répression considèrent cette pratique comme une rupture de contrat et non pas comme une atteinte au droit des marques.



## **Délit civil, infraction au règlement et infraction pénale**

### ***Action civile***

Dans la mesure où les droits de propriété intellectuelle sont devenus plus importants pour les entreprises et ont davantage attiré l'attention des pouvoirs publics, les pays ont réagi à la pression intérieure et internationale et ont renforcé la protection juridique des titulaires de droits.

L'action civile constitue le recours le plus répandu à l'encontre des auteurs de contrefaçons. Des poursuites sont généralement engagées contre des personnes directement impliquées dans la production, la diffusion et la vente de produits de contrefaçon. Pour certains litiges, des procédures judiciaires sont déjà en place dans la plupart des pays du monde et l'article 42 de l'Accord sur les ADPIC les considère comme une protection essentielle pour les titulaires de droits :

*"Les Membres donneront aux détenteurs de droits accès aux procédures judiciaires civiles destinées à faire respecter les droits de propriété intellectuelle couverts par le présent Accord".*

Si l'Accord fait état de procédures loyales et équitables, l'efficacité de ces dernières peut être très diverse. Les titulaires de droits ont souvent des difficultés à obtenir et à conserver les éléments de preuve de l'existence d'une contrefaçon et même si le tribunal accorde des dommages et intérêts substantiels, il peut être difficile de percevoir les sommes dues.

### ***Infraction pénale***

Depuis une vingtaine d'années, de nombreux pays prennent des mesures législatives pour faire de la contrefaçon une infraction pénale. La responsabilité peut être engagée soit au titre de dispositions générales du droit pénal, quand il y a par exemple intention frauduleuse, soit au titre de la législation sur les marques. La contrefaçon sera inévitablement passible de sanctions pénales dans tous les pays signataires de l'Accord sur les ADPIC. En effet, l'article 61 de l'Accord stipule :

*"Les Membres prévoient des procédures pénales et des peines applicables au moins pour les actes délibérés de contrefaçon de marque de fabrique ou de commerce ou de piratage portant atteinte à un droit d'auteur, commis à une échelle commerciale".*

Toutefois, malgré l'évolution de la législation, les détenteurs de marques de fabrique ou de commerce peuvent encore avoir du mal à convaincre les instances de répression de prendre des mesures contre les auteurs de contrefaçons. Ce phénomène tient à un certain nombre de facteurs : *i)* on accorde souvent à la contrefaçon un rang de priorité plus faible qu'à d'autres infractions pénales ; *ii)* il est parfois difficile de déceler toute la gamme des activités de contrefaçon ; *iii)* les règles de procédure sont souvent trop complexes pour qu'il soit avantageux de faire appliquer la loi (Clark, 1997).

### ***Poursuites administratives***

Des poursuites administratives sont souvent nécessaires pour empêcher la distribution de produits de contrefaçon. Cette procédure est particulièrement importante dans le cas du trafic

international pour lequel le service des douanes joue un rôle considérable. L'article 51 de l'Accord sur les ADPIC oblige les Membres à adopter

*"... des procédures permettant au détenteur d'un droit qui a des motifs valables de soupçonner que l'importation de marchandises de marque contrefaites ou de marchandises pirates portant atteinte au droit d'auteur est envisagée, de présenter aux autorités administratives ou judiciaires compétentes une demande écrite visant à faire suspendre la mise en libre circulation de ces marchandises par les autorités douanières".*

Les détenteurs de marques de commerce ou de fabrique peuvent être confrontés à plusieurs difficultés quand ils essaient de lancer une procédure administrative dans certains pays. Ils sont souvent tenus de fournir sur les marchandises suspectes des informations très précises qui peuvent être difficiles à obtenir, et il est souvent très coûteux de demander la suspension de la mise en circulation de ces marchandises.

## 2. APERÇU GÉNÉRAL DES SECTEURS TOUCHÉS PAR LA CONTREFAÇON

Des chiffres fort divers sont mentionnés dans les articles sur les incidences de la contrefaçon. Malheureusement, rares sont ceux qui reposent sur une analyse de fond, compte tenu de la difficulté à obtenir des statistiques précises dans ce domaine. Certaines estimations émanent d'associations professionnelles, d'autres sont proposées par des journalistes. Les chiffres cités n'ayant guère varié depuis deux ans, on peut s'interroger sur leur fiabilité.

Les pouvoirs publics utilisent les statistiques et le renseignement pour s'informer et orienter leur action. Les secteurs protégés par le droit d'auteur aux États-Unis, par le biais notamment de la Business Software Alliance (BSA), de la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) et de la Motion Picture Association (MPA), jouent un rôle de pionniers dans ce domaine. Cela étant, les estimations des pertes encourues sont intéressantes, mais doivent être maniées avec prudence parce que probablement excessives.

Tableau 1. Part des produits de contrefaçon dans les ventes totales du secteur

Secteur	Part des biens de contrefaçon en pourcentage du chiffre d'affaires
Montres <sup>1</sup>	5
Médicaments <sup>1</sup>	6
Parfums <sup>2</sup>	5
Pièces détachées d'avions (SUP) <sup>2</sup>	10
Jouets <sup>1</sup>	12
Oeuvres musicales <sup>2</sup>	33
Vidéo <sup>2</sup>	50
Logiciels <sup>2</sup>	43

1. Ne correspond pas à une année en particulier, estimation non corrigée en fonction de critères d'analyse
2. Chiffres correspondant à 1996, à l'évidence après analyse

Sources : Diverses associations professionnelles et presse.

L'inexactitude des données est un problème important dans la mesure où les statistiques sont à la base des décisions prises aussi bien dans les entreprises privées qui ont à se prononcer sur le choix des mesures anti-contrefaçon que les pouvoirs publics qui souhaitent être légitimés dans leur action pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle.

### Logiciels

Le problème du piratage est presque exclusivement lié aux logiciels livrés sous une forme standard, produits en série et vendus comme un produit de grande consommation directement à

l'utilisateur. Les principaux éditeurs de logiciels sont implantés aux États-Unis, et on connaît bien aujourd'hui le combat que mène, à juste titre, cette industrie pour lutter contre le piratage.

L'industrie collecte systématiquement des informations sur l'ampleur de la contrefaçon. Elle a commandé un certain nombre d'études sur le piratage dans le domaine des logiciels dans le monde, la dernière en date, intitulée "*Global Software Piracy Report: Facts and Figures, 1994-1996*" (Business Software Alliance, 1997) ayant été réalisée par l'International Planning and Research Corporation (IPR). Cette étude portait sur les ventes et le piratage de logiciels à usage professionnel dans le monde en 1996. Les statistiques qu'elle propose diffèrent assez sensiblement de celles qu'indiquait une étude antérieure réalisée par Price Waterhouse (Business Software Alliance, 1994), ce qui s'explique probablement par l'utilisation de méthodes comptables différentes.

D'après l'étude d'IPR, le nombre de nouvelles applications commerciales, aussi bien légales que piratées, a augmenté de 29 pour cent en 1996, soit légèrement moins qu'en 1995, où l'augmentation constatée atteignait 32 pour cent. Les données indiquent que les pertes en valeur courante dues au piratage seraient passées de 12.3 milliards de dollars en 1994 à 13.3 milliards en 1995, pour retomber à 11.2 milliards en 1996. Selon l'IPR, ce recul des pertes peut être dû à la baisse des prix des logiciels à usage professionnel (Business Software Alliance, 1997).

Les taux de piratage ont néanmoins régressé au cours de la même période, passant de 49 pour cent en 1994 à 46 pour cent en 1995 et à 43 pour cent en 1996. Cela étant, comme le montre le tableau ci-après, les taux varient considérablement d'une région à une autre. C'est en Europe orientale que les taux de piratage sont le plus élevés (80 pour cent), puis au Moyen Orient (79 pour cent). L'Amérique du Nord a les taux le plus bas, à seulement 28 pour cent, l'Europe occidentale venant en deuxième position avec 43 pour cent (Business Software Alliance, 1997).

La Business Software Alliance (BSA) a été créée en 1988 par les grandes sociétés éditrices de logiciels pour lutter contre le problème du piratage. Elle a pour but de renforcer le marché légal des logiciels et de décourager l'utilisation abusive des oeuvres protégées par le droit d'auteur dans le monde. Présente dans 60 pays, elle travaille en coopération avec les pouvoirs publics et les organismes professionnels pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle et sensibiliser le grand public au problème du piratage.

Tableau 2. Estimations relatives au piratage de logiciels pour 1996

Région	Part du total mondial (%)	Pertes (\$EU)
Europe orientale	80	800 000
Moyen Orient	79	300 000
Afrique	70	250 000
Amérique latine	68	990 000
Asie/Pacifique	55	3 700 000
Europe occidentale	43	2 600 000
Amérique du Nord	28	2 700 000
<b>Monde</b>	<b>43</b>	<b>11 200 000</b>

Source : Business Software Alliance, 1997.

## **Enregistrements musicaux**

Au total, le marché mondial des oeuvres musicales représente 4 milliards d'unités, d'une valeur estimée à 39.8 milliards de dollars EU en 1996. Les États-Unis dominent les ventes, avec 13 milliards de dollars EU, suivis par le Japon, avec 6 milliards de dollars. L'Europe représente 13 milliards de dollars environ, sur lesquels l'Allemagne compte pour 3.2 milliards, le Royaume-Uni 2.7 milliards et la France 2.3 milliards (Fédération internationale de l'industrie phonographique, avril 1997).

La *capacité* mondiale de fabrication de CD est néanmoins passée de 2.5 milliards d'unités en 1992 à 9 milliards en 1996. Ce surcroît de capacité a doublé la demande de ventes légales et cet excédent massif a, inévitablement, entraîné une progression du piratage. Cette surcapacité est considérée comme l'une des plus sérieuses menaces pour l'industrie du disque (Fédération internationale de l'industrie phonographique, septembre 1997).

L'industrie musicale est consciente de ce que les technologies modernes permettent d'atteindre un niveau de production sans précédent, d'abaisser les coûts du piratage et d'améliorer la qualité des copies pirates. Un certain nombre de pays en développement sont considérés comme saturés d'enregistrement pirates qui créent des obstacles à l'importation pour les producteurs légaux. En outre, les organisations musicales affirment avoir la preuve que la fabrication et la distribution de CD pirates est devenue une activité illégale organisée et de grande envergure qui fonctionne à l'échelle planétaire (Fédération internationale de l'industrie phonographique, septembre 1997).

La Russie est le pays à cibler en priorité dans le cadre de la lutte contre le piratage de CD. Le niveau de piratage y atteint 70 pour cent des ventes totales, qui représentent 350 millions de dollars par an, les ventes légales n'atteignant que 230 millions de dollars. Le piratage de cassettes est très répandu en Amérique latine et, au Brésil, le plus vaste marché de la région, l'IFPI estime le taux de piratage de cassettes à près de 100 pour cent. En Europe, c'est en Grèce que le piratage est le plus élevé, en ventes unitaires (de cassettes surtout), mais c'est en Italie que les pertes atteignent le niveau le plus élevé en valeur, soit 105 millions de dollars. En Chine, plus de la moitié des unités vendues sont piratées, mais, les prix étant bas, les ventes illicites ne totalisent que 165 millions de dollars, contre 177 millions de ventes légales.

Au niveau mondial, les copies, qui représentaient environ 20 pour cent des ventes unitaires totales en 1995, soit l'équivalent de 2 milliards de dollars, sont passées à 30 pour cent en 1996, soit 5 milliards de dollars. Cette progression extraordinaire est attribuée à l'adoption de nouvelles méthodes pour estimer les pertes dues au piratage. (Fédération internationale de l'industrie phonographique, septembre 1997).

La Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) représente la majorité des producteurs d'enregistrements musicaux dans le monde. Elle fait campagne pour faire dûment respecter les travaux protégés par le droit d'auteur et coordonne l'action menée au niveau mondial par l'industrie de l'enregistrement contre le piratage. Elle fait pression sur les gouvernements pour les inciter à mettre en place un dispositif législatif et répressif adéquat, collecte l'information sur le piratage musical et conseille ses membres sur les solutions techniques existantes pour mettre en échec ces pratiques. L'IFPI a également participé à un certain nombre d'enquêtes concernant la fraude aux cassettes et aux CD, et elle aide ses membres à préparer leurs actions judiciaires.

Tableau 3. Estimations relatives au piratage d'oeuvres musicales pour 1996

Pays à cibler en priorité	Ventes légales Millions de \$EU	Ventes pirates Millions de \$EU	Pourcentage de ventes pirates sur les ventes totales unitaires <sup>1</sup>
Russie	230.0	350	70
Brésil	1 394.5	200	45
Chine	177.5	165	54
Italie	637.5	105	22
Inde	298.0	100	30
Mexique	399.3	70	50
Argentine	285.3	65	30
Arabie saoudite	100.9	35	30
Grèce	128.7	22	25
Malaisie	99.9	18	20
<b>Total mondial</b>			
Ventes	\$39 800	\$5 000	12.5
Unités	4 000	1 500	33

1. Piratage portant essentiellement sur les cassettes dans les pays d'Amérique latine.

Source : Fédération internationale de l'industrie phonographique.

## Industrie cinématographique

Au sein de l'industrie cinématographique, on trouve d'une part des prestataires de services, telles que les sociétés de distribution de films en salle ou d'émissions de TV, de télévision par câble ou par satellite, d'autre part des producteurs de cassettes préenregistrées. Le marché de la prestation de services est réglementé ; les prestataires sont soumis à autorisation, et contrôlés par les pouvoirs publics et des associations internationales qui collectent et redistribuent les droits. Cependant, il existe sur ce marché une méthode de contrefaçon très courante, le captage de signal, c'est-à-dire l'interception illicite des signaux transitant par le câble ou le satellite par des particuliers ou des établissements commerciaux tels que hôtels, bars ou restaurants.

On ne connaît pas les taux de piratage dans ce secteur pour la plupart des pays, mais l'année dernière les données fragmentaires disponibles mettaient en évidence l'existence de piratage partout dans le monde. La Motion Picture Association (MPA) fait état d'un taux de piratage des émissions de télévision pouvant aller jusqu'à 50 pour cent en Grèce, en Russie et en Ukraine, voire jusqu'à plus de 80 pour cent dans l'ex-Yougoslavie. Les émissions de télévision par câble ou par satellite piratées dominent le marché en Russie, en Bulgarie et Yougoslavie, où le taux de piratage dépasse 80 pour cent. Il est intéressant de constater que d'après les chiffres de la MPA, on observe des taux élevés dans des pays que l'on n'aurait pas soupçonné de telles pratiques, comme la Finlande (40 pour cent), l'Allemagne (50 pour cent), la Norvège (20 pour cent), l'Espagne (20 pour cent) et la Suisse (10 pour cent). Le taux de piratage pour la diffusion de films en salle constaté en Hongrie, au Portugal et en Afrique du Sud est de 50 pour cent, et de plus de 20 pour cent à Chypre, en France, en Italie et en Norvège (Motion Picture Association, 1998).

Le marché des cassettes vidéo préenregistrées est plus difficile à contrôler dans la mesure où il fait intervenir une multitude de petits intervenants. En outre, il est relativement facile de reproduire, puis de louer ou de vendre une cassette vidéo. L'enregistrement vidéo d'émissions de télévision à des fins commerciales, le transfert sur bande de films proposés en salle ou, de manière générale, la reproduction de vidéocassettes n'exigent pas le recours à une technologie complexe. Les taux relevés sont sans équivoque, puisque de l'ordre de 100 pour cent dans de nombreux pays, notamment en

Afrique et en Amérique du Sud. Les taux de piratage dans les pays d'Europe occidentale varient sensiblement d'un pays à l'autre : de 30 pour cent en Italie, 27 pour cent en Irlande, 25 pour cent en Grèce et à Chypre, 22 pour cent en Allemagne et aux Pays-Bas, 15 pour cent en Suisse, 12 pour cent en France et au Royaume-Uni, etc. La Russie, considérée comme un pays à problème avec ses 85 pour cent, est désormais devancée par la Turquie où il est fait état d'un taux de 95 pour cent. On pense généralement que la plupart des enregistrements pirates que l'on trouve en Europe sont importés de Turquie.

Il sera intéressant de voir si les nouveaux vidéodisques numériques auront un effet sur les niveaux de piratage. Les vidéodisques numériques fonctionnent selon le même principe que les CD, mais peuvent stocker 30 fois plus d'informations, ce qui est suffisant pour numériser un film. Les fabricants s'inquiètent de voir à quel point il est facile de copier un CD et les équipent d'un certain nombre de sécurités pour en empêcher le piratage. Il est impossible de prévoir qui des fabricants ou des pirates gagnera la bataille.

Les États-Unis dominent nettement l'industrie cinématographique mondiale. Les Américains sont à la fois les premiers producteurs et les premières victimes de la piraterie. Le manque à gagner de l'industrie cinématographique américaine est estimé à plus de 2.3 milliards de dollars en 1997 (Motion Picture Association, 1998). Il existe deux grandes organisations de lutte contre la piraterie cinématographique, la Motion Picture Association (fondée en 1945) et la Motion Picture Association of America (créée en 1922). Les deux organisations coopèrent étroitement et leur action est parallèle : la MPA est le représentant de l'industrie cinématographique à l'échelle mondiale alors que, comme son nom l'indique, la MPAA représente l'industrie américaine.

Tableau 4. **Estimations, 1995-97**

7 pays où les pertes sont les plus importantes	Pertes en millions de \$EU	Pertes en millions de \$EU	Partes en millions de \$EU
	1995	1996	1997
Russie	312	312	312
États-Unis	250	250	250
Italie	294	275	220
Japon	108	142	149
Chine	124	120	120
Brésil	90	100	110
Royaume-Uni	112	100	70

Source: Motion Picture Association, 1998.

## Articles de luxe et mode

Le pillage d'idées originales est la pire forme de vol dans l'industrie de la mode. L'invention de modèles originaux et la création d'une marque commerciale demandent un effort considérable. Or, il n'est pas rare que les organismes de contrôle traitent la contrefaçon d'articles de luxe comme un délit relativement bénin. Certains consommateurs qui achètent des articles de luxe de contrefaçon le font sciemment et ne seraient pas prêts à payer le prix de l'article authentique. A cet égard, il est faux de croire que les contrefaçons contribuent à la diffusion de l'image de la marque sans entraîner un manque à gagner considérable.

Cette attitude laxiste est peut-être un facteur qui a contribué à la progression de la contrefaçon d'articles de luxe en Europe. Le Royaume-Uni et l'Italie, en particulier, sont devenus des hauts lieux

de la contrefaçon dans le domaine de la mode. Ce phénomène a été mis en lumière lorsque le service des douanes britanniques a démantelé en 1997 un trafic portant sur 100 000 fausses étiquettes de créateurs, pour un montant de 4.25 millions de livres sterling (HM Customs, 1997). Les lots comprenaient des étiquettes Ralph Lauren, Calvin Klein et Timberland, notamment. Elles auraient probablement été cousues sur des vêtements bon marché (chemises, jeans ou T-shirts) fabriqués au Royaume-Uni.

Une technique courante consiste à importer des vêtements sans marque en un seul lot, à produire les étiquettes sur place ou à les importer en un autre lot à une autre date, et à coudre les étiquettes pendant la nuit à proximité du point de vente. Il est donc beaucoup plus difficile de détecter les faux tant qu'ils sont encore en quantité suffisante pour qu'une action se justifie.

La contrefaçon de vêtements, venant d'Italie en particulier, devient très difficile à combattre. Dans le passé, une chemise de contrefaçon s'abîmait ou se décolorait dès le premier lavage, mais la qualité des faux s'est aujourd'hui nettement améliorée. Très souvent, les faux sont réalisés par l'entreprise chargée de la fabrication des originaux. Les copies ne peuvent donc être distinguées des articles authentiques, mais sont vendues moins de la moitié du prix. Ces "surplus", selon la terminologie employée, sont difficiles à stopper pour le propriétaire de la marque.

Il n'existe pas d'association professionnelle internationale dans l'industrie de la mode. La plupart des marques de luxe emploient leurs propres agents pour combattre la contrefaçon et sont membres d'associations nationales qui regroupent toutes les industries menant une action contre la contrefaçon, comme le Comité Colbert et l'Union des Fabricants.

## **Vêtements de sport**

Si l'image des années 80 restera associée à de grands noms de la haute couture française et de la beauté, les années 90 se caractériseront plutôt par la quête de la santé et de la forme physique. Régime alimentaire équilibré, centres de mise en forme et autres randonnées pédestres, l'heure est à un mode de vie sain. L'industrie du vêtement de sport a su anticiper sur le phénomène et a dépensé beaucoup pour promouvoir des collections d'allure "sportive".

L'irruption de la mode dans l'industrie du vêtement de sport a eu l'inconvénient d'attirer les contrefacteurs. Les statistiques relatives aux saisies opérées par les douanes américaines en 1994 pour des infractions aux droits de propriété intellectuelle révèlent que les articles de sport comptaient pour 10 pour cent de l'ensemble des biens saisis cette année là. Par contre, la catégorie "articles de sport" n'était pas spécifiée dans les listes de saisies pour l'année 1997, ce qui semble indiquer que les montants saisis varient considérablement d'une année à une autre.

La contrefaçon des vêtements de sport est relativement aisée et ce, pour diverses raisons. Premièrement, le commerce international de copies de vêtements de sport est relativement simple dans la mesure où le contrefacteur peut importer des vêtements de base et y apposer une griffe non loin du point de vente. Une autre méthode, de plus en plus courante, consiste à utiliser les circuits du marché gris. Il n'est pas rare que des commerçants parallèles envoient des échantillons authentiques à l'importateur pour mélanger des copies et des articles authentiques dans le même lot expédié.

Deuxièmement, la vente de copies de vêtements de sport est liée aux grandes manifestations publiques. Les concerts, les championnats et les grandes manifestations publiques attirent généralement des contrefacteurs organisés opérant aux alentours. Les vendeurs, très mobiles, n'ont



sur eux que de petites quantités, ce qui rend inefficaces les actions de police. Les enquêtes qu'ont menées les services de police en Europe ont mis en évidence des trafics internationaux spécialisés dans la vente de faux lors de grandes manifestations publiques.

Troisièmement, les jeunes, qui sont les principales cibles du marché de la contrefaçon de vêtement de sport, sont les plus disposés à acheter des articles copiés. Un récent sondage réalisé au Royaume-Uni sur les comportements du public à l'égard de la contrefaçon montre que 40 pour cent des consommateurs recherchent sciemment à acheter des articles copiés et, sur ce pourcentage, plus de 50 pour cent sont âgés de 15 à 24 ans (ACG, Enquête MORI, 1997).

Les contrefacteurs de grande envergure ne s'attaquent en général qu'à quelques marques qui dominent le marché, comme Adidas et Nike. Ces sociétés ont leur dispositif maison de lutte contre la contrefaçon. Même si les entreprises de ce secteur n'ont pas conclu d'accord officiel pour unir leurs efforts afin de combattre la contrefaçon, elles ont des contacts informels permettant un échange d'informations.

## **Parfums**

Au niveau des fabricants, le marché des parfums se caractérise par la présence d'un petit nombre de grosses sociétés commercialisant des marques et des produits haut de gamme et d'une multitude de petites entreprises proposant des marques bon marché. Pour les fabricants haut de gamme, l'essentiel des coûts est lié à la commercialisation et à la protection de la marque. Ce segment industriel est dominé par des maisons de couture françaises, pour lesquelles les parfums sont non seulement une source de recettes, mais aussi un atout important du point de vue du marketing et du positionnement de la marque. Dans le reste du monde, les marques américaines sont des cibles courantes pour les contrefacteurs, en particulier Calvin Klein.

La distribution des parfums est normalement réservée à des magasins exclusifs, ce qui est une source de stabilité des prix. Dans ce secteur, la contrefaçon est un problème dont il est largement fait écho. Quatre-vingt dix pour cent des articles de contrefaçon sont vendus sur le marché gris par le biais de circuits parallèles tels que vendeurs de rue et petites échoppes à bas prix. La plupart des consommateurs qui achètent des faux savent que le produit n'est pas authentique et qu'il est de qualité inférieure. Il est pourtant très courant que le commerçant prétende que les marchandises ont été volées pour tromper le consommateur sur la qualité.

Il existe en général trois catégories de faux : les parfums vendus sous un conditionnement assez ressemblant, les copies ressemblantes mais pas identiques, et les imitations bon marché faussement d'origine. L'industrie, qui estime ses pertes pour 1996 à plus de 5 pour cent du chiffre d'affaires annuel, en dépense en moyenne entre 1 et 2 pour cent à combattre le commerce illicite (Comité Colbert, 1996).

D'après une enquête menée à partir de 1995 par le Service des Statistiques Industrielles (*SESSI*), plus de 80 pour cent des fabricants français de parfums ont été victimes de contrefaçons. La même enquête indique que 7 copies d'articles de luxe sur 10 portent sur des produits français (Service des Statistiques Industrielles 1996).

La Fédération française des parfumeurs est le principal représentant de l'industrie. Elle aide ses membres à enquêter sur les contrefaçons, font campagne auprès des pouvoirs publics français en

faveur d'une protection appropriée de la propriété intellectuelle, et constitue une source d'information pour l'industrie.

## **Jouets**

L'industrie du jouet peut se diviser en deux segments, les jouets traditionnels et les jouets électroniques, ce dernier étant celui dont la croissance est la plus forte. L'industrie des jouets traditionnels est dominée par quelques grands fabricants également distributeurs. La contrefaçon de ce type de jouets diffère légèrement de la contrefaçon de marques de fabrique "normales". Il arrive souvent qu'un modèle soit copié et vendu sous une marque de fabrique similaire, mais pas identique. Pour les propriétaires des marques de fabrique, c'est une forme de contrefaçon plus difficile à combattre, en particulier en Asie où la protection des modèles et dessins industriels est moins stricte que la protection des marques.

La contrefaçon des jouets, qu'il s'agisse de copie frauduleuse ou d'imitations approximatives, pose un problème de plus en plus grave à l'industrie. Non seulement elle crée un manque à gagner, mais surtout elle fait courir des risques en matière de santé et de sécurité aux enfants en bas âge. On estime que 12 pour cent environ du marché européen du jouet a été capturé par la contrefaçon. La principale menace pour l'industrie du jouet vient de la Chine. La plupart des fabricants de jouets ont délocalisé leur production dans quelques régions en Chine. De ces régions viennent désormais à la fois des produits authentiques et des jouets contrefaisants. Un autre pays à problème est la Turquie, où la production de jouets contrefaisants est maintenant supérieure à celle de jouets authentiques.

La Toy Industries of Europe (TIE) a été créée en 1990 pour représenter les intérêts de l'industrie du jouet en Europe auprès des institutions européennes. La TIE opère essentiellement en tant que groupe de pression et elle a pris une part active à l'affinement de la législation concernant la propriété intellectuelle au sein de l'Union européenne.

Les jouets électroniques, en particulier les jeux vidéo, sont l'un des segments en plus forte croissance de l'industrie du jouet. Les principaux fabricants de ces jeux sont installés en Asie du Sud-Est et aux États-Unis. C'est un segment qui déborde sur l'industrie informatique et sur l'industrie traditionnelle du jouet. Le secteur informatique estime que la contrefaçon dans le seul secteur des jeux à Hong-Kong (Chine) représente un manque à gagner annuel de 90 millions de dollars. On pense que la fabrication elle-même se fait en Chine, les CD sont ensuite passés en contrebande à Hong-Kong (Chine) et placés dans des étuis pré-imprimés chez les vendeurs. Par leur format, les CD sont extraordinairement faciles à passer en contrebande.

Nintendo, le premier producteur de jeux vidéo, affirme que la Chine, Le taïpei chinois et Hong-Kong (Chine) sont les principales sources de jeux vidéo de contrefaçon dans le monde. Le piratage de logiciels est réputé être l'apanage de cartels ayant des réseaux dans ces trois pays et aux États-Unis. Les pertes de Nintendo sur le marché américain dues à ces cartels se chiffraient à environ 800 millions de dollars en 1996. (Service de presse de Reuters, 1990-97).

## **Pièces détachées d'avions**

En dépit des contrôles très stricts de l'offre de pièces de rechange pour avions, on connaît des cas de catastrophes aériennes provoquées par des composants de contrefaçon.

Les pièces destinées à l'aviation — joints, boulons, écrous et vis, notamment — sont fabriquées par un grand nombre de petites entreprises. Le circuit de l'offre est en principe strictement contrôlé par les différents Ministères de la défense, ainsi que par des organismes professionnels non gouvernementaux, mais dans la pratique, on a constaté à plusieurs reprises que la contrefaçon parvenait à s'y infiltrer. Cela peut avoir des conséquences majeures, dans la mesure où chaque appareil se compose de plusieurs milliers de pièces et où il suffit parfois d'un composant défectueux pour provoquer une catastrophe.

L'industrie aéronautique américaine désigne volontiers l'Extrême Orient comme la zone à risque. En fait, les études de cas et les saisies douanières font apparaître une plus grande fréquence d'incidents avec des composants contrefaisants provenant de la production intérieure qu'avec des composants venant d'autres régions (Jackson, 1994).

Les experts du secteur estiment que jusqu'à 10 pour cent des pièces détachées aux États-Unis sont des pièces probablement non homologuées, soient contrefaisantes, soit volées, soit encore dans la majorité des cas, qui ne sont pas assorties de tous les documents requis. Le Département américain des transports a estimé que les entrepôts des compagnies aériennes américaines et des distributeurs de pièces détachées pourraient contenir des pièces non homologuées d'une valeur pouvant aller jusqu'à 1 milliard de dollars. On pense que l'industrie des fausses pièces détachées attire les escrocs en raison des faibles risques et des profits importants qui y sont associés. Si un écrou authentique est coûteux à la production et peut se vendre 400 dollars, un faux peut être fabriqué pour une fraction de ce montant et vendu au marché noir avec un bénéfice élevé. Le marché noir des pièces détachées destinées à l'aviation aux États-Unis ne fait l'objet de pratiquement aucune réglementation, et fait intervenir plus de 5 000 intermédiaires (Jackson, 1994).

En 1990, le Département des transports a lancé une enquête sur les pièces détachées soupçonnées de ne pas être homologuées. Les agents étaient autorisés à enquêter dans les compagnies aériennes, chez les fournisseurs, les fabricants, les intermédiaires, les ateliers de réparation homologués par la Federal Aviation Administration (FAA) et auprès de la FAA elle-même. Pendant l'année qui a précédé cette enquête et la décision de placer ce problème au rang des priorités, seulement neuf pièces litigieuses avaient été notifiées aux États-Unis. En 1991, ce chiffre était passé à 52 et l'année suivante, à 362, tandis qu'en 1994, le nombre de rapports sur des pièces contrefaisantes s'est élevé à 411, chacune de ces pièces pouvant avoir des conséquences fort dangereuses. En 1995, le chiffre est redescendu à 317 et a dépassé 220 au premier trimestre de 1996 (*Automotive News*, 1997).

Le FBI a recensé quatre modes de fraude portant sur de fausses pièces détachées (*Automotive News*, 1997) :

- ◇ Apposer le label jaune de navigabilité de la FAA, qui certifie qu'une pièce a été réparée ou révisée, sur une pièce n'ayant subi aucune réparation.
- ◇ Fabriquer des pièces à partir des spécifications techniques du fabricant, mais à l'aide de matériaux de qualité inférieure, de sorte que la pièce ressemble à la pièce authentique sans pour autant remplir les conditions de navigabilité prescrites ou avoir fait l'objet des essais obligatoires.

- ◇ Acheter, puis revendre la production en surnombre des fabricants de pièces détachées qui fournissent les grands constructeurs d'avions. Certaines pièces peuvent être aptes à la navigation mais il peut aussi y avoir des rebuts.
- ◇ Obtenir des pièces fatiguées, usées ou endommagées au point d'être irréparables, et les vendre comme sortant de révision.

### **Pièces détachées et accessoires automobiles**

Nombre de constructeurs automobiles n'ont que récemment commencé à débattre à grande échelle du problème de la contrefaçon, et encore uniquement pour s'intéresser aux pièces détachées non homologuées.

Les pièces détachées non homologuées couvrent :

- ◇ Les surplus de fournisseurs agréés (pièces authentiques sans marque vendues directement du fournisseur au concessionnaire sans l'aval de la marque).
- ◇ Les pièces contrefaisantes (pièces détachées et accessoires de marques contrefaites).
- ◇ Les importations sur le marché gris (pièces authentiques ayant été détournées d'un marché sur un autre sans l'aval de la marque).
- ◇ Les copies fabriquées par des fournisseurs indépendants. La vente de ces pièces est légitime si leur qualité est conforme, si elles ne sont pas revêtues d'une marque contrefaite et si le consommateur est averti du fait qu'elles ne sont pas homologuées.

Divers produits sont visés par la contrefaçon, comme les tapis, les enjoliveurs, les lampes, les pare-boues et les pièces électriques. En général, les contrefacteurs concentrent leur effort sur des produits à durée de vie limitée, des pièces standard qui peuvent être vendues en magasin et s'adapter à différents modèles, ou encore à des pièces dont le coût unitaire est faible étant donné qu'il est peu probable qu'elles comportent des sécurités.

L'industrie automobile estime qu'elle perd 12 milliards de dollars du fait de la vente de pièces non homologuées, notamment de pièces contrefaisantes, dont 3 milliards aux États-Unis et l'essentiel des 9 milliards restants en Europe (*Automotive Marketing*, 1998). (Il convient de noter que cette estimation reste inchangée depuis 1993). General Motors estime que la vente de pièces contrefaisantes fait subir à la société et à ses fournisseurs une perte annuelle de quelque 1.2 milliard de dollars. En France, Peugeot affirme perdre environ 400 millions de francs français et Renault situe ses pertes dans une fourchette de 600 à 900 millions de francs français par an.

Les principales zones de production citées sont l'Italie, l'Espagne, le Portugal, la Turquie, Le taïpei chinois, Singapour et l'Iran.

Le secteur ne s'est pas doté d'une organisation officielle de lutte contre la contrefaçon. Ford, en Allemagne et au Royaume-Uni, General Motors aux États-Unis, et Peugeot-Renault en France sont très actifs dans ce domaine et ont mis en place leurs propres programmes anti-contrefaçon. Certains autres constructeurs automobiles recherchent des solutions.

## Produits pharmaceutiques

La contrefaçon de produits pharmaceutiques a de graves conséquences sur la santé publique et suscite donc de vives préoccupations de la part des instances officielles, en particulier de l'Organisation mondiale de la santé (OMS).

L'OMS entend par médicaments contrefaisants ceux qui sont "délibérément et frauduleusement munis d'une étiquette n'indiquant pas leur identité et/ou leur source véritable" (OMS/FIIM, 1992). Les produits peuvent contenir des ingrédients corrects mais en quantité incorrecte ou avoir été fabriqués à partir d'une formule incorrecte, avec des substances inactives ou toxiques, ou encore correspondre au produit authentique quant au contenu mais être conditionnés dans un faux emballage.

C'est dans les pays en développement, où les organes de réglementation et le respect de la législation en la matière sont les moins rigoureux, que se posent les problèmes les plus aigus, problèmes encore exacerbés par d'autres facteurs : rareté et/ou offre irrégulière de médicaments de base, circuits de distribution non contrôlés, écarts de prix importants entre les médicaments authentiques et les médicaments contrefaisants, absence de protection efficace des droits de la propriété intellectuelle, indifférence à l'égard de l'assurance qualité et corruption dans le système de soins de santé.

En général, la plupart des pays en développement ont une production locale de médicaments génériques qui se fait en violation des brevets détenus par les grands laboratoires pharmaceutiques internationaux simplement parce que la protection de la propriété intellectuelle pour les produits pharmaceutiques n'existe pas dans ces pays. L'Italie, le Liban, l'Inde, le Pakistan, l'Argentine, le Mexique et le Brésil sont désignés, en outre, comme pays d'origine de médicaments de contrefaçon distribués à l'échelle internationale.

La contrefaçon de médicaments, dont il n'était guère question avant le début des années 80, n'est traitée par les médias que depuis une dizaine d'années à peine. L'OMS s'est dotée d'une équipe chargée d'améliorer la protection dans le monde en développement et à collecter des informations. Toutefois, les laboratoires pharmaceutiques sont peu enclins à communiquer des informations sur l'incidence de la contrefaçon de leurs produits de crainte de saper leurs ventes et de discréditer leurs produits authentiques auprès du public.

La Pharmaceutical Security Initiative (PSI), lancée en 1996 et administrée à partir de Rome, est l'une des principales actions menées par la profession dans ce domaine.

Il est extrêmement difficile d'avoir une idée exacte de l'incidence financière de la contrefaçon des produits pharmaceutiques. Au total, les pertes que subissent l'industrie chimique et l'industrie pharmaceutique sont estimées à environ 17 milliards de dollars (Jayasuriya, 1997). Ce sont les pays en développement qui en représentent la plus grande part : jusqu'à 60 pour cent des médicaments vendus dans certains pays d'Afrique sont faux. Au Nigeria, par exemple, seulement un quart des quelque 500 échantillons achetés à des vendeurs de rues semblent être authentiques (OMS/FIIM, 1992).

Parmi les produits pharmaceutiques de contrefaçon repérés dans certains pays de l'Union européenne, on peut citer le Selokeen et le Losec (Astra), le Zantac (Glaxo) et le Fansidar (Wellcome). Dans le cas du Zantac, le produit avait traversé au moins quatre pays, depuis le stade de la matière première jusqu'à la mise en vente sur le rayon. La matière première provenait de Turquie, la

fabrication se faisait en Grèce, et un intermédiaire suisse vendait le produit à un importateur hollandais. Plus l'itinéraire est complexe dans le circuit de l'offre, plus il est facile pour le produit contrefaisant d'y pénétrer.

### 3. RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PRODUITS DE CONTREFAÇON

La Commission européenne a procédé à une enquête sur les saisies opérées par les douanes des pays de l'Union européenne entre juillet 1995 et juin 1997. Sur les 4 133 cas recensés, la grande majorité des produits arrivaient de Pologne (740) et de Thaïlande (724). La Turquie et les États-Unis sont également des sources de contrefaçon courantes (respectivement 497 et 438 saisies). La plupart des cas recensés en Espagne portaient sur des produits en provenance des États-Unis. En Allemagne, la plupart des saisies portaient sur des produits en provenance de Pologne, de Turquie et de la République tchèque (CE, 1998).

Tableau 5. **Origine des produits de contrefaçon saisis par les services des douanes de l'Union européenne**  
juillet 1995 à juin 1997

Pays	Pourcentage
Pologne	17.9
Thaïlande	17.5
Turquie	12.0
États-Unis	10.5
Hong-Kong (Chine)	5.8
Chine	4.7
République tchèque	3.6
Corée du Sud	2.3
Indonésie	1.2
Le taipei chinois	1.1
<b>Total</b>	<b>100.0</b>

Source: Rapport de la Commission européenne, Document 98/0018 (ACC), 28 janvier 1998

Les cartes qui suivent indiquent l'origine de certains produits contrefaisants.

Les deux premières cartes énumèrent les principaux produits de contrefaçon saisis par les douanes des États-Unis en 1996 et 1997 en provenance des cinq principaux pays d'origine. La Chine est le premier fournisseur de produits de contrefaçon, en valeur, et c'est la Corée par le nombre de saisies. Le nombre de saisies en 1996 impliquant la Chine n'a été que de 105, pour une valeur de plus de 5 millions de dollars, contre 645 saisies de produits coréens pour une valeur totale du même ordre. En 1997, la valeur totale des 250 saisies portant sur des produits en provenance de Chine s'est élevée à 14.5 millions de dollars, contre 460 saisies de marchandises coréennes pour un total de 3.6 millions de dollars (US Customs Service, 1998).

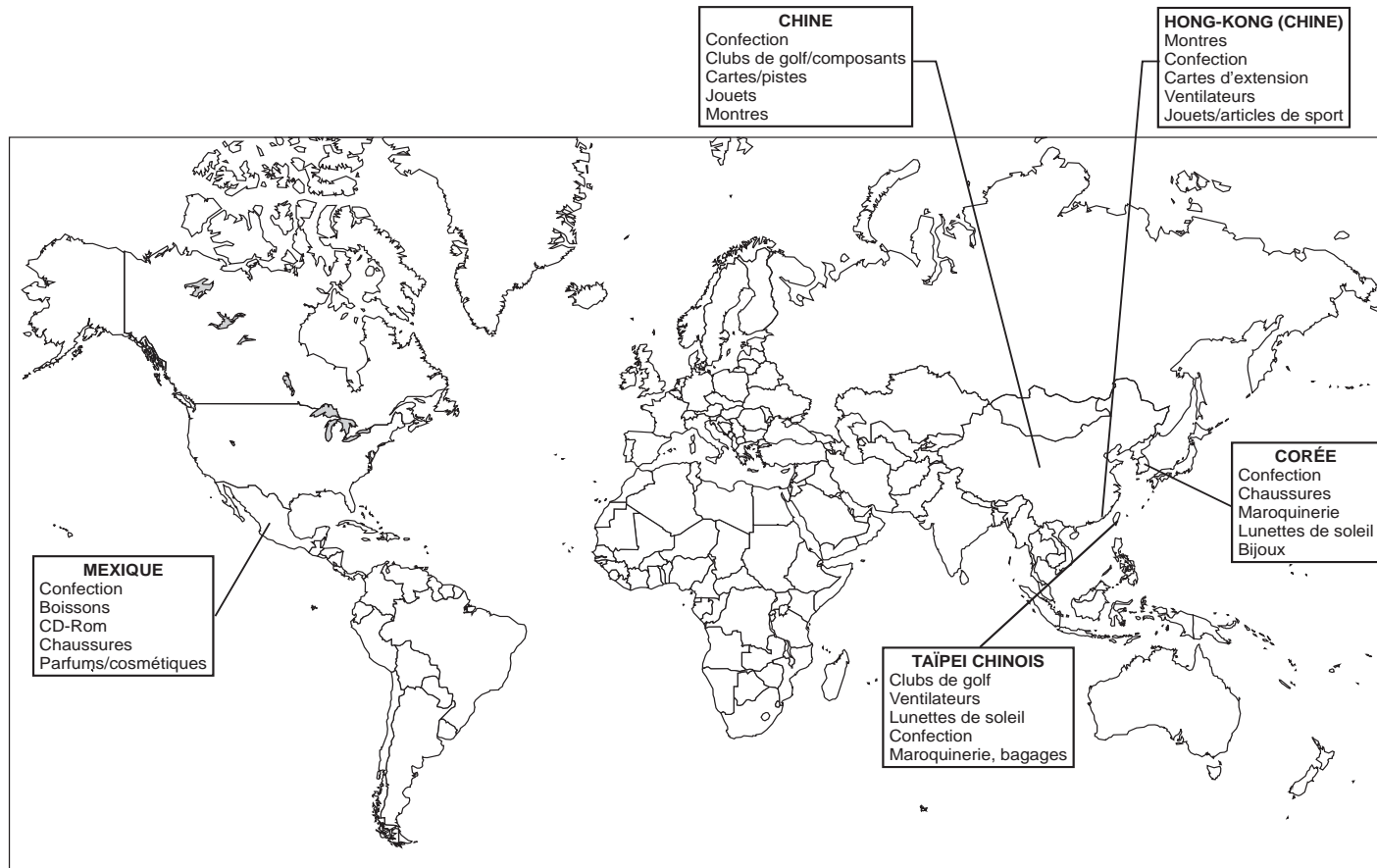
Les cartes donnent la liste des cinq produits les plus courants en provenance de chaque pays. Dans l'ensemble, ce sont les produits audiovisuels qui arrivent en tête, suivis de la confection. A la

suite d'une campagne de Underwriters Laboratories (UL) en 1997 visant à axer la répression de la fraude sur l'interception de fournitures d'éclairage et d'électricité vendues frauduleusement sous la marque UL, ce sont ces produits qui ont pris la troisième place sur la liste des principales saisies (US Customs Service, 1998).

La troisième carte donne l'origine de certains produits de contrefaçon saisis par les services douaniers des pays de l'Union européenne entre juillet 1995 et juin 1997. Non exhaustive, elle ne fait apparaître que les saisies les plus importantes (CE, 1998).

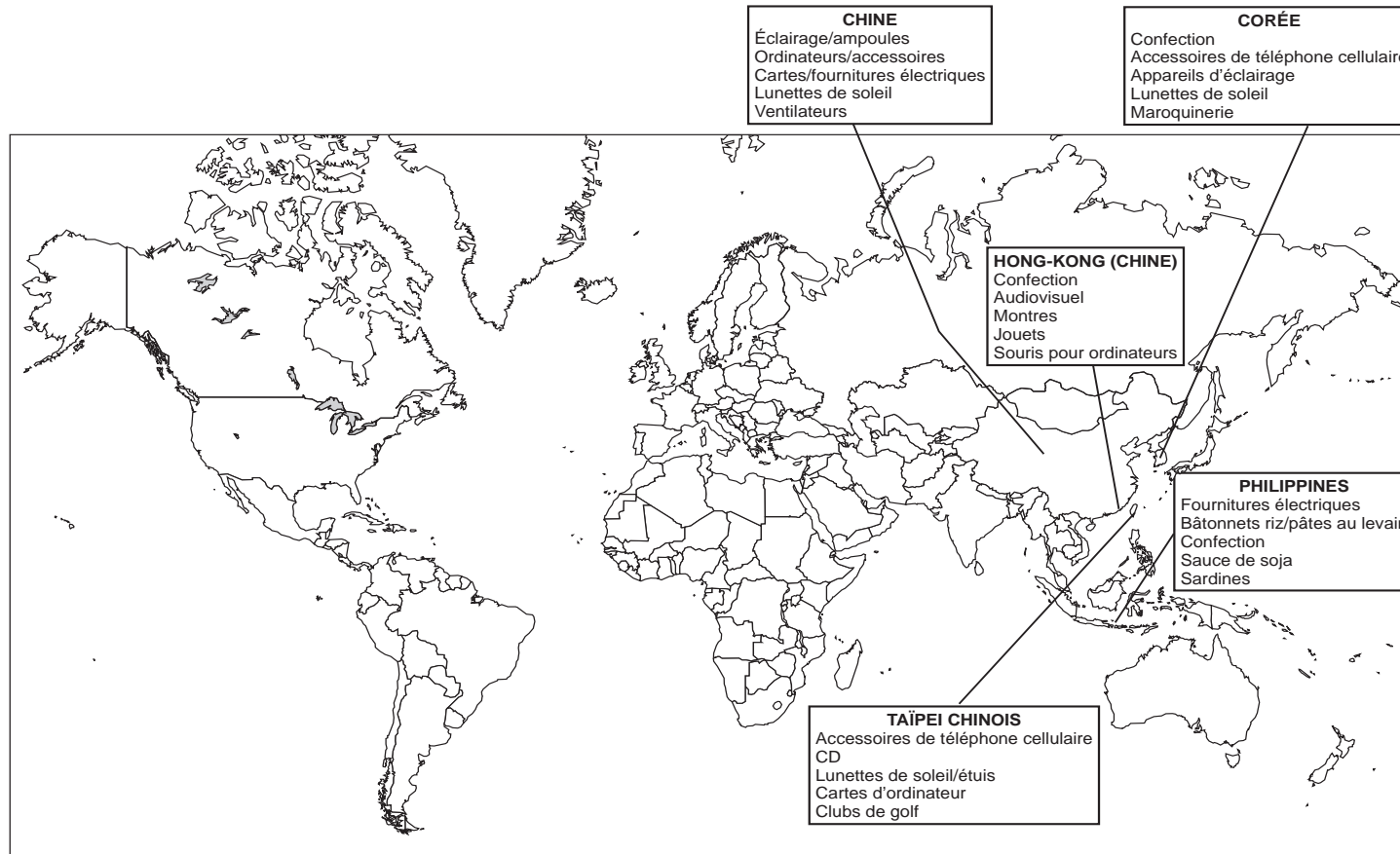


Carte 1. Origine géographique des produits de contrefaçon saisis par les douanes aux États-Unis en 1996  
5 principaux produits en provenance des 5 principaux pays



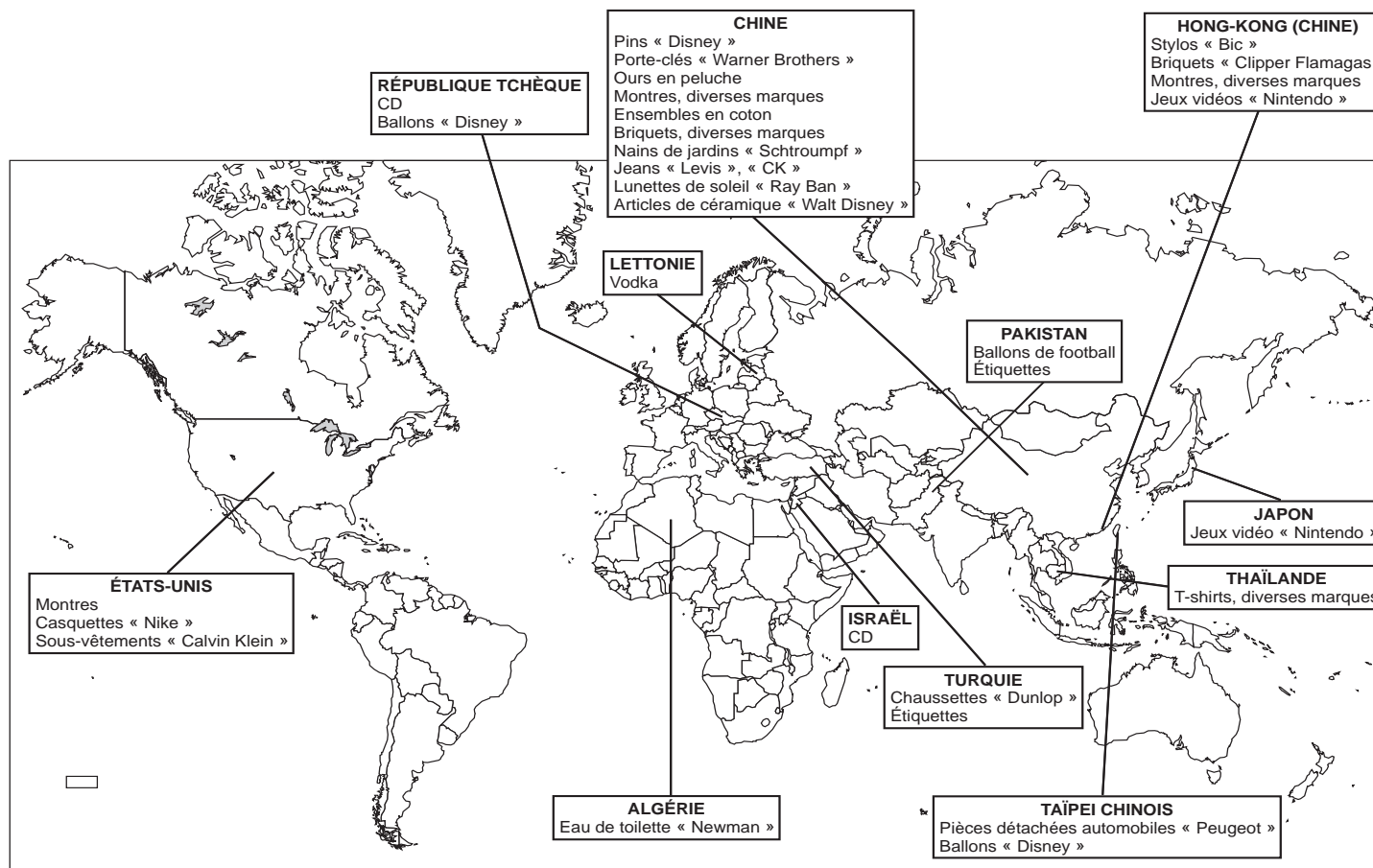
Source : United States Customs Service, 10 février 1998.

Carte 2. Origine géographique des produits de contrefaçon saisis par les douanes aux États-Unis en 1997  
5 principaux produits en provenance des 5 principaux pays



Source : United States Customs Service, 10 février 1998.

Carte 3. Origine géographique des produits de contrefaçon saisis par les douanes des pays de l'UE, juillet 1995-juin 1997



Source : Commission européenne, 28 janvier 1998.

## 4. LES INCIDENCES DE LA CONTREFAÇON

### Les coûts

#### *Coûts encourus par le titulaire du droit*

La contrefaçon coûte chaque année à l'industrie mondiale des milliards de dollars. L'incidence de ces coûts se manifeste de plusieurs manières pour les pays touchés. Tout d'abord, les secteurs qui se trouvent en concurrence directe avec les contrefacteurs enregistrent une *perte directe au niveau des ventes*. Certains marchés sont même dominés par la contrefaçon, ce qui crée des barrières à l'exportation pour les produits authentiques. On entend dire que les consommateurs qui achètent des faux n'auraient pas acheté le produit authentique, c'est un argument qui n'est guère valable car il ne s'applique qu'à un petit segment de produits de luxe. Aujourd'hui, la plupart des produits de contrefaçon sont de qualité supérieure et concurrencent directement les produits authentiques.

En outre, lorsque le consommateur croit acheter un produit authentique alors qu'il achète un faux, il incriminera en cas de défaillance le fabricant du produit authentique, ce qui engendrera une *perte d'image de marque*. Même les faux bon marché dont le caractère contrefaisant est évident constituent une grave menace pour le fabricant qui souhaite que sa marque soit synonyme de qualité et d'exclusivité.

Enfin, outre les pertes de ventes directes et la perte d'image de marque, il ne faut pas oublier les frais engagés pour *protéger et faire respecter* les droits de propriété intellectuelle. Titulaire du droit, l'entreprise est souvent partie prenante à des enquêtes et des procédures judiciaires coûteuses liées à la lutte contre la contrefaçon et peut avoir en outre à engager d'autres frais encore pour protéger ses produits. Le budget alloué à la lutte contre la contrefaçon est rarement bien défini dans une organisation, et est le plus souvent réparti sur plusieurs départements (marketing, ressources humaines, développement des produits et service juridique).

#### *Coûts encourus par les pays d'origine de la contrefaçon*

Ces pays subissent des *pertes* à la fois matérielles et intangibles. Tout d'abord, les producteurs étrangers de produits de renom vont hésiter à fabriquer leurs produits dans un pays où fleurit la contrefaçon dans la mesure où ils ne peuvent pas compter sur une protection de leur droit de propriété intellectuelle. Le pays concerné enregistrera une *perte directe d'investissements étrangers* et se *privera* par là même *de savoir-faire étranger*.

Deuxièmement, si de nombreux produits issus du pays considéré, y compris les produits authentiques, en arrivent à être réputés de qualité médiocre, il s'ensuit une perte au niveau des exportations qui entraîne à son tour une *perte au niveau des emplois* et une *perte en devises*. On pourrait faire valoir que l'industrie de la contrefaçon est créatrice d'emplois, mais ils sont le plus

souvent mal rémunérés, assortis de conditions de travail médiocres et n'excluent pas, parfois, le travail des enfants.

Troisièmement, la création d'entreprises présuppose l'existence dans le pays considéré d'un dispositif juridique protégeant les droits du chef d'entreprise et promouvant la concurrence loyale. La prévalence de la contrefaçon sur un marché donne à *un effet dissuasif sur l'innovation*, dans la mesure où elle décourage les producteurs honnêtes qui souhaiteraient investir des ressources dans des produits nouveaux et dans le développement des marchés.

Les pays qui deviennent des bastions de la contrefaçon subissent en outre une *perte directe au niveau des recettes fiscales*, car les produits contrefaisants s'écoulent généralement par des circuits clandestins et les contrefacteurs ne se soucient guère d'acquitter l'impôt sur ces bénéfices illicites. Ce sont, de plus en plus, les pertes fiscales qui motivent l'intervention des autorités de répression des fraudes.

### ***Coûts encourus par les pays où sont écoulés les produits de contrefaçon***

On comprend parfaitement que certains pays réclament une application plus rigoureuse de la législation relative à la propriété intellectuelle, étant donné les coûts économiques que fait subir la contrefaçon aux pays victimes en termes de *pertes d'emplois*, de *ventes non réalisées* et de *pertes de recettes fiscales*.

A longue échéance, la contrefaçon *décourage l'investissement dans le développement des produits* étant donné que les entreprises ne retireront pas tous les bénéfices escomptés de leur investissement. Dans les pays où sont écoulés les faux, les pouvoirs publics doivent consacrer des sommes de plus en plus importantes aux opérations policières et autres activités *d'enquête et de répression de la fraude*. En outre, les *autorités judiciaires*, y compris les tribunaux et l'administration carcérale, doivent consacrer du temps et des ressources supplémentaires aux procès et incarcérations des contrefacteurs.

### ***Coûts sociaux***

En définitive, c'est le consommateur qui supporte les coûts de la concurrence déloyale. Même si de nombreux acheteurs sont convaincus de faire une affaire lorsqu'ils acquièrent une copie, la valeur de cette copie est en général très inférieure au prix de vente. Le consommateur finit donc par *payer un prix excessif pour un produit médiocre*.

La *qualité inférieure de nombreux produits de contrefaçon*, notamment dans le domaine de la santé et de la sécurité, a des effets désastreux. Il n'est plus rare de trouver dans les avions ou d'autres véhicules des pièces de contrefaçon qui sont à l'origine de blessures et de décès, ou des médicaments de contrefaçon dans les hôpitaux. Dans les usines où sont fabriqués les faux, les ouvriers sont fréquemment exploités. Ils opèrent souvent dans un environnement de travail médiocre et sont exposés en permanence à des facteurs de risque pour leur santé et leur sécurité. En outre, ils sont généralement mal rémunérés.

La contrefaçon attire aussi bien la petite que la grande criminalité, qui en tirent des profits considérables et qui l'utilisent comme champ d'expérimentation pour mettre au point et *financer d'autres activités délictueuses*.

## Mesure de la contrefaçon

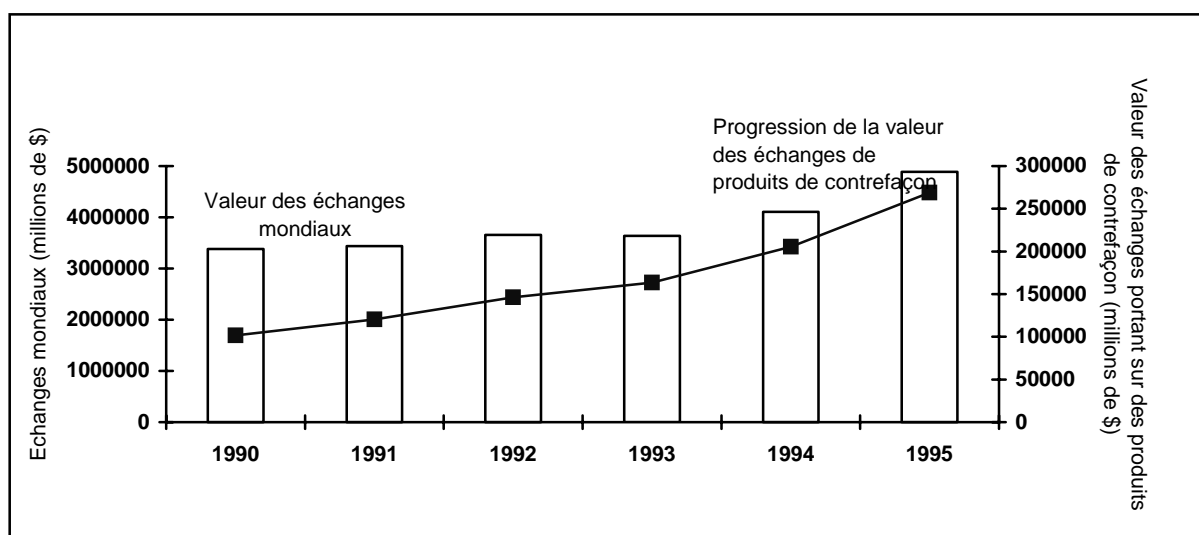
### *Pertes cumulées*

La contrefaçon constitue un problème sérieux dont l'ampleur, semble-t-il, ne cesse de croître. Il est cependant pratiquement impossible de se procurer des statistiques précises pour conforter cette perception sentiment, en raison essentiellement du caractère clandestin de cette activité. On estime actuellement que les coûts liés à la contrefaçon représentent de 5 à 7 pour cent de la valeur des échanges mondiaux. Il n'existe guère de données agrégées susceptibles de confirmer ces pourcentages élevés, mais les chiffres sont désormais admis et sont révélateurs de l'ampleur du problème.

En 1997, le Bureau d'enquêtes sur la contrefaçon de la Chambre de commerce internationale (CCI) a calculé la valeur nominale de la part estimée des produits de contrefaçon dans les échanges mondiaux (Bureau d'enquêtes sur la contrefaçon de la CCI, 1997). A partir des données agrégées relatives aux échanges mondiaux communiquées par l'Organisation mondiale du commerce, il a été calculé que la contrefaçon serait passée de 3 pour cent en 1990 à plus de 5 pour cent en 1995, soit une progression annuelle moyenne de 0.5 pour cent.

En 1995, les échanges mondiaux de marchandises représentaient en valeur près de 5 000 milliards de dollars ; si l'on estime la part de la contrefaçon à 5 pour cent, cela donne approximativement 250 milliards de dollars pour cette même année (OMC, 1996). En 1990, la valeur des échanges mondiaux avoisinait les 3 400 milliards de dollars, et celle de la contrefaçon était estimée à environ 3 pour cent des échanges mondiaux, ce qui correspond approximativement à des pertes d'environ 100 millions de dollars par an. Ce qui veut dire que si les échanges mondiaux ont progressé d'environ 47 pour cent dans la période 1990-95, la valeur des échanges portant sur des produits de contrefaçon a augmenté, elle, de plus de 150 pour cent en valeur durant cette même période.

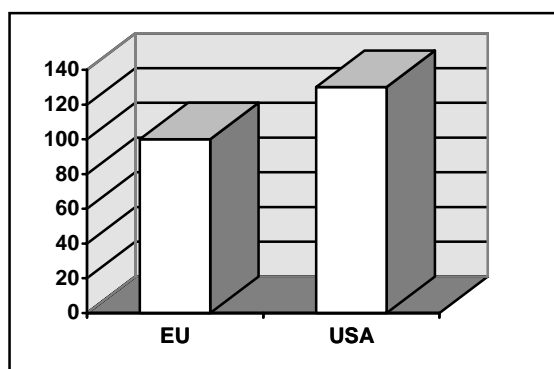
Figure 1. Progression de la valeur des produits de contrefaçon en pourcentage des échanges mondiaux



Source : Graphique établi par le Bureau d'enquêtes sur la contrefaçon de la CCI, chiffres sur les échanges mondiaux communiqués par l'OMC.

Les pertes directes au niveau des ventes sont parfois assimilées à des pertes d'emplois, ce qui, en fait, revient au même. Partant du manque à gagner dû à la contrefaçon au niveau des ventes d'un secteur ou d'une entreprise, on calcule le nombre d'actifs supplémentaires qui auraient pu être embauchés avec les sommes correspondantes. Les estimations réalisées aux États-Unis et en Europe donnent à penser que la contrefaçon coûte à ces deux seules régions plus de 200 000 emplois.

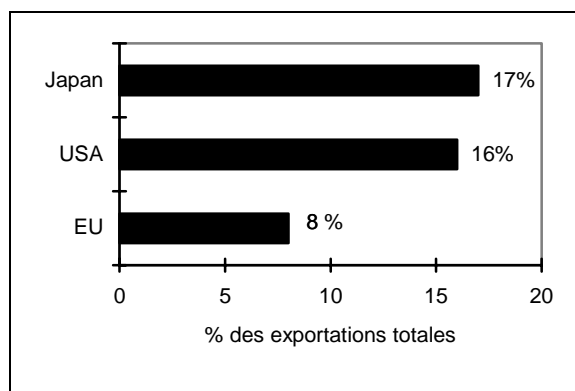
Figure 2. **Emplois perdus à cause de la contrefaçon**



Source: Commission européenne, International Trade Commission (États-Unis), 1996.

Les pertes sont parfois exprimées en termes de pertes à l'exportation :

Figure 3. **Exportations perdues du fait de la contrefaçon en pourcentage du volume total des exportations**



Source : *La Tribune des Fossés*, 16 février 1995.

### ***Quelques facteurs à l'origine de la progression rapide de la contrefaçon***

Certes, la contrefaçon préexistait à la révolution industrielle, mais la contrefaçon à grande échelle est un phénomène postindustriel et la vague moderne d'échanges internationaux de produits contrefaits a commencé au milieu des années 60. Un certain nombre de facteurs expliquent la progression rapide du phénomène depuis quelques décennies :

### *Les avancées technologiques*

Les contrefacteurs, comme les fabricants de produits authentiques, tirent parti des technologies nouvelles. La photocopieuse par exemple est considérée comme l'une des pièces maîtresses de la panoplie du contrefacteur. Les nouvelles techniques permettent également de reproduire des objets considérés habituellement comme issus des technologies de pointe et donc trop complexes pour être copiés. Le contrefacteur peut alors exiger un prix élevé pour un article produit à faible coût puisque celui-ci a une forte valeur ajoutée.

### *L'intensification du commerce international*

Les échanges internationaux ont enregistré une progression spectaculaire au cours des dernières décennies, et cela vaut également pour les articles de contrefaçon. On peut dire de presque toutes les zones géographiques qu'elles sont des sites de production et de consommation de faux. Un renforcement des contrôles aux frontières permettrait certes de mieux lutter contre le commerce international des copies, mais la mesure ne serait efficace que si elle s'accompagnait d'une augmentation des ressources mises à la disposition des autorités douanières pour réprimer la fraude. On voit par exemple que l'inspection de seulement 3 pour cent des expéditions a permis aux douanes américaines de confisquer pour la seule année 1994 plus de 37 millions de dollars de produits contrefaisants. (US Customs Service, 1997).

Compte tenu de l'intégration accrue des économies régionales dans le monde [avec notamment l'Union européenne, l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), etc.], les effets d'un contrôle renforcé aux frontières sont annulés par la tendance beaucoup plus marquée à supprimer les contrôles frontaliers de manière à faciliter les flux commerciaux internationaux.

### *L'émergence de nouveaux marchés*

Un certain nombre d'économies jusque là contrôlées se transforment en économies de marché libérales. Cette évolution se fait malheureusement à un rythme trop rapide pour que les organismes de répression des fraudes puissent suivre, notamment en Europe orientale et dans l'ex-Union soviétique. On y voit apparaître de nouveaux marchés aussi bien pour la production que pour la consommation de faux.

Même si la contrefaçon se pratique plus ou moins sur toute la surface du globe, l'Asie de l'Est, et notamment la Chine, est souvent dénoncée comme la principale origine des faux. Cette région a accru sa part dans les échanges commerciaux mondiaux et cela se traduit par un accroissement des exportations tant de produits authentiques que de copies.

### *L'apparition de nouveaux produits*

La part des produits finis et semi-finis dans les échanges mondiaux a progressé aux dépens des matières premières. Les produits manufacturés représentent désormais 75 pour cent du total des exportations dans le monde. Ce sont naturellement les produits transformés à forte valeur ajoutée qui attirent le plus les contrefacteurs. Les produits électroniques, comme les logiciels et les enregistrements musicaux, n'entrent pas dans les statistiques du commerce mondial. Ces produits sont pourtant en passe de devenir les plus touchés par la contrefaçon.



Il est difficile de savoir dans quel sens va évoluer la contrefaçon dans les années à venir. D'un côté, les progrès technologiques permettent aux contrefacteurs de fabriquer des faux assez facilement et pour un coût modeste. La ventilation des produits de contrefaçon devient de plus en plus complexe du fait de l'émergence de réseaux internationaux et de l'élargissement des gammes de produits concernées, qui favorisent l'expansion du marché de la contrefaçon. De l'autre, les représentants de la loi et le public sont sensibilisés aux risques que font courir les faux en matière de santé et de sécurité, la protection de la propriété intellectuelle s'améliore partout dans le monde et les entreprises sont en mesure de protéger leurs produits en recourant à des technologies de lutte contre la contrefaçon de plus en plus élaborées.

### ***Les difficultés d'appréhension du marché de la contrefaçon***

Un certain nombre d'arguments plaident en faveur de la thèse, généralement admise, selon laquelle l'activité de contrefaçon serait en progression, mais les faits ne permettent pas de le vérifier. Des calculs précis sont difficiles, essentiellement pour deux raisons :

- ◇ *Mesure de la production.* La contrefaçon est une activité clandestine, et les produits contrefaits sont produits, distribués et vendus en dehors des circuits officiels. Les contrefacteurs ne déclarent quasiment jamais leur activité et échappent le plus souvent à l'impôt. La production de faux ne peut donc pas être quantifiée.
- ◇ *Mesure des ventes.* Le manque à gagner qu'encourent les fabricants de produits authentiques ne peut pas être évalué en soustrayant le nombre d'articles vendus du nombre total d'articles que pourrait absorber le marché, donc du volume global du marché. Le marché des produits authentiques et celui des faux doivent donc être traités séparément et les instruments permettant de mesurer l'un ne s'appliquent pas nécessairement à l'autre.

### ***Quelques autres aspects***

Les aspects économiques de la contrefaçon ont été relativement peu étudiés, et ce pour les raisons indirectes suivantes :

- ◇ En règle générale, les personnes qui ont un rôle à jouer dans ce domaine sont les avocats, les spécialistes du marketing ou les responsables de la sécurité, qui sont des praticiens, et qui ne s'intéressent pas nécessairement aux aspects économiques de la contrefaçon ou aux statistiques agrégées.
- ◇ Un grand nombre d'organisations de lutte contre la contrefaçon sont des groupes de pression qui ont tout intérêt à présenter des chiffres exagérés qui peuvent déformer la réalité.
- ◇ Il y a inévitablement une zone grise, et le calcul précis des incidences de la contrefaçon doit tenir compte des coûts, certes, mais aussi des avantages. Pour étonnant que ce soit, la contrefaçon contribue dans une certaine mesure à l'économie globale du pays où elle est pratiquée.

## *Estimations privées*

### *Y a-t-il une typologie des rôles ?*

A l'intention de ses membres, l'International Intellectual Property Alliance (IIPA) a rassemblé des chiffres détaillés sur le piratage et des estimations des pertes américaines induites par le phénomène (International Intellectual Property Alliance, 1996).

Ces calculs utilisent des informations telles que les ventes déclarées de produits protégés par le droit d'auteur, les ventes de matériel (magnétoscopes, PC, par exemple) et les ventes estimées de produits non autorisés. La façon dont les ventes non autorisées sont estimées n'est pas indiquée, on sait seulement que les informations ont été rassemblées par le personnel, les agents et les représentants dans le monde entier. Les pertes imputables au piratage ne renvoient qu'aux secteurs protégés par le droit d'auteur aux États-Unis, et les chiffres relatifs aux pertes se rapportent aux pays où les produits sont fabriqués et non aux pays où les produits sont vendus.

Par taux de piratage, on entend la part du marché d'un pays constituée par des ventes pirates. Un taux de piratage de 33 pour cent signifie que plus de trois copies sur dix sont d'origine frauduleuse. On estime que les taux de piratage donnent une image plus juste de l'ampleur du phénomène dans un pays que les pertes en valeur absolue. Un pays où la législation est appliquée strictement aura un taux de piratage plus bas, mais pourra faire apparaître des pertes plus élevées en raison de la taille de son marché, et inversement.

### *Estimation du piratage de logiciels*

L'industrie du logiciel est réputée pour l'exactitude de ses chiffres concernant le piratage. Ses calculs reposent normalement sur la vente de matériel et sur l'hypothèse selon laquelle à chaque ordinateur correspondent en moyenne trois logiciels.

La Business Software Alliance a confié à Price Waterhouse une enquête sur la contribution de l'industrie du logiciel à usage professionnel aux économies européennes (Business Software Alliance, 1994). L'étude estime le coût du piratage en termes de pertes d'emplois et de recettes fiscales en Europe occidentale. Les estimations se fondent sur la taille de l'ensemble du marché du logiciel à usage professionnel en Europe occidentale, la part de marché des membres de BSA et des estimations de croissance.

Les chiffres concernant l'emploi dans le secteur du logiciel à usage professionnel ont été obtenus à partir d'une hypothèse de marge brute sur la distribution de détail et d'autres activités connexes, de l'hypothèse par ailleurs qu'un pourcentage de cette marge brute représente les coûts de l'emploi, en calculant le salaire brut à partir de ces hypothèses et en le divisant par le gain brut moyen estimé dans le secteur de la distribution.

Le nombre d'emplois qui pourraient être créés est calculé à partir de l'hypothèse selon laquelle le revenu de l'activité représente environ 45 pour cent de la dépense finale totale ; le produit de la division par le nombre d'employés donne le gain brut moyen. Le total des ventes du secteur du logiciel à usage professionnel est alors multiplié par 45 pour cent, pour obtenir le revenu tiré d'un emploi direct généré par ces ventes, puis divisé par le gain brut moyen pour obtenir le nombre d'emplois générés par les ventes.

La contribution de l'industrie du logiciel à usage professionnel aux recettes fiscales de l'État dans les pays d'Europe a été estimée en additionnant les contributions versées par les entreprises au titre de l'impôt sur les sociétés, les recettes de TVA sur leurs ventes, l'impôt sur le revenu des personnes physiques et les cotisations de sécurité sociale versées par le nombre de personnes qui pourraient être employées en l'absence de piratage.

Le niveau moyen de reproduction illicite de logiciels d'application est obtenu en comparant les statistiques du secteur sur les ventes effectives de logiciels aux ventes de matériels. On obtient un ratio de logiciels d'application par PC. Le secteur suppose qu'entre 3.0 et 3.6 logiciels d'application par PC sont utilisés dans chaque pays. En comparant le ratio d'applications vendues à la moyenne retenue comme hypothèse de départ, BSA peut estimer le niveau de piratage dans un pays donné. Les pertes dues au piratage sont calculées simplement en multipliant le prix moyen d'un logiciel par la différence entre les ventes de logiciels et les logiciels utilisés.

Les pertes d'emplois sont calculées à partir du nombre d'emplois qui auraient pu être créés en suivant le modèle décrit précédemment. C'est le modèle le plus détaillé qui ait été proposé pour calculer les pertes dues au piratage. Ce modèle présente toutefois un certain nombre d'inconvénients qui le rende difficile à accepter :

- ◇ il se fonde sur une hypothèse très générale du nombre d'applications utilisées pour chaque unité de matériel ;
- ◇ il est statique et ne tient pas compte de la dynamique du marché ;
- ◇ il surestime probablement les pertes étant donné que le segment de marché correspondant aux logiciels authentiques n'est pas nécessairement identique à celui des copies illicites en ce qui concerne la disposition des consommateurs à payer, etc. ;
- ◇ il attribue toutes les pertes au niveau des ventes à la contrefaçon, bien qu'une part significative des pertes puisse être imputable à des importations non autorisées, mais de produits néanmoins authentiques, en provenance d'autres pays;
- ◇ le nombre d'emplois créés n'est probablement pas directement proportionnel aux ventes.

Néanmoins, les estimations établies par l'industrie du logiciel sont très représentatives de la situation dans la plupart des secteurs protégés par le droit d'auteur, notamment l'industrie des enregistrements musicaux et l'industrie phonographique .

## **5. LA PROTECTION CONTRE LA CONTREFAÇON**

La contrefaçon représentant aujourd'hui 250 milliards de dollars par an, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à anticiper sur le phénomène et à protéger leur produits. Il ne serait pas réaliste d'attendre de mesures, quelles qu'elles soient, qu'elles permettent d'éliminer la contrefaçon, mais elles doivent viser à dissuader les contrefacteurs de s'attaquer aux produits des entreprises.

Les mesures de protection contre la contrefaçon au sein des organisations privées s'articulent autour de trois volets : les mesures anti-contrefaçon à proprement parler, la technologie, et la répression de la fraude.

### **Mesures de lutte contre la contrefaçon**

La plupart des entreprises à vocation internationale se sont tôt ou tard heurtées au problème de la contrefaçon. Pourtant, rares ont été celles qui ont mis en place une stratégie systématique à cet égard avant ces dernières années. Les stratégies sont aujourd'hui débattues au sein d'audiences plus larges et la plupart des conférences consacrées à la contrefaçon font intervenir au moins une entreprise qui fait part de son expérience en la matière. La lutte contre la contrefaçon est considérée comme une activité de promotion de l'image de marque, et les entreprises sont de plus en plus nombreuses à prendre conscience de l'avantage qu'elles ont à faire connaître les efforts qu'elles déploient. Les intervenants ne viennent pas seulement des secteurs les plus touchés par la contrefaçon, comme l'industrie du logiciel et de la musique, mais aussi des secteurs des vins et spiritueux et de l'automobile.

### **Diligence raisonnable**

La notion de diligence raisonnable est surtout utilisée dans le secteur financier dans le cadre de la préparation des états financiers. Il s'agit de prendre des dispositions pour assurer, autant que possible, qu'il pourra être prouvé en cas de contestation que l'opération a été menée à bien avec tout le soin nécessaire. Cela va au delà du devoir de vigilance et prend la forme de mécanismes réglementaires stricts qui englobent non seulement la simple attention apportée à l'opération, mais aussi toute une série de procédures et d'essais (Bureau maritime international de la CCI, 1994).

Imposer aux fabricants d'exercer une diligence raisonnable peut être considéré comme un instrument légal pour les organismes chargés de la réglementation et de la répression de la fraude de s'assurer que les procédures appropriées ont été suivies. C'est un aspect qui est particulièrement important dans les cas où la contrefaçon peut être à l'origine de blessures ou de risques pour la santé, avec des produits comme les médicaments, les alcools, les pièces automobiles, etc. Dans ces cas là, la diligence raisonnable non seulement permet de se prémunir contre les actions en responsabilité, mais de se protéger contre le risque de compromettre sa réputation et de se discréditer auprès de l'opinion publique.

La série de procédures à la base de la diligence raisonnable sont en fait des mesures préventives mises en oeuvre pour réduire les effets négatifs de la contrefaçon. Elles limitent le risque même de contrefaçon, mais permettent en outre à l'entreprise de réagir bien plus vite, le cas échéant. La formation, le contrôle interne et le respect de codes déontologiques convenus apportent en général des avantages sur le plan commercial. Pour mettre en oeuvre une stratégie de diligence raisonnable, une organisation doit anticiper sur la quasi-totalité des situations à risque qui peuvent se présenter et se doter des procédures appropriées pour y faire face. La notion s'apparente donc à la gestion de risques.

Un étiquetage correct, des technologies réputées combattre la contrefaçon, et une formation permettant de reconnaître les produits de contrefaçon, par exemple, aideraient considérablement les représentants de la loi à faire respecter les droits de propriété intellectuelle des titulaires des marques. On sait que les douanes ne saisissent pas de grandes quantités de produits de contrefaçon soit parce que les services ne reconnaissent pas les faux, soit parce qu'il est trop long d'obtenir des titulaires des marques déposées les documents requis.

En conclusion, plusieurs arguments plaident en faveur de l'instauration des principes de diligence raisonnable dans le domaine de la contrefaçon :

- ◇ Seul le fabricant du produit authentique est capable de distinguer le faux de l'original. Il est donc logique que les fabricants aient l'obligation d'aider à identifier les copies de leurs produits.
- ◇ La charge financière est reportée sur le titulaire du droit de propriété intellectuelle qui est, normalement, la partie financièrement la mieux placée, par rapport aux services chargés de la répression des fraudes. Un grand nombre d'entreprises financent déjà des cours de formation et l'établissement de bases de données à l'intention de ces services.
- ◇ La diversité des produits que ciblent les contrefacteurs exigera des groupes industriels qu'ils adoptent une approche plus active pour veiller à la protection de leurs produits. A l'heure actuelle, la quasi-totalité des produits saisis par les douanes au Royaume-Uni sont des vêtements, qui n'englobent qu'un nombre limité de marques parmi les plus réputées.
- ◇ Étant donné la concurrence grandissante qui existe sur le marché des produits authentiques, les entreprises sont tenues de préserver la confiance du consommateur. Il y a trop d'entreprises prêtes à prendre la place du leader sur le marché dès que le public commence à être méfiant.

## **Technologies permettant de lutter contre la contrefaçon**

### *Aperçu général*

Pour combattre la contrefaçon, on s'en remet de plus en plus aux technologies existantes qui permettent de protéger et d'authentifier le produit. On a eu tendance par le passé à négliger ce domaine, d'une part parce que les techniques adaptées restaient très limitées, d'autre part parce qu'on avait le sentiment que leur mise en oeuvre entraînerait des coûts qui ne pourraient pas être rentabilisés. Mais la tendance s'est inversée, car les victimes de la contrefaçon sont de plus en plus

sensibles aux possibilités offertes par les solutions technologiques et à la baisse des coûts liés à leur mise en oeuvre.

Ce qu'on exige fondamentalement d'un système de protection contre la contrefaçon, c'est qu'il inverse pour le contrefacteur le rapport risque/rentabilité, donc qu'il accroisse le risque et minimise la rentabilité. Le contrefacteur procédera à une forme directe ou indirecte d'analyse coûts-avantages avant de se lancer dans une entreprise frauduleuse. Pour le contrefacteur, la fraude comporte, outre le coût direct lié à la production et à la distribution des faux, un risque indirect. Ce facteur de risque pèse plus lourd que le risque d'être pris, la probabilité d'être condamné ou la sévérité de toute sanction susceptible d'être appliquée. Ce facteur varie considérablement d'un pays à un autre.

Il est toutefois impossible de garantir une protection absolue du produit car "ce qu'un être humain a fait, un autre pourra le copier". Il suffit de se tourner du côté du secteur bancaire, qui a toujours été une victime chronique de la contrefaçon et qui s'en défend avec des procédés très sophistiqués, pour se rendre compte qu'une protection absolue est illusoire. Malgré tout, on ne peut guère aujourd'hui s'opposer valablement à l'argument selon lequel le recours aux technologies de lutte contre la contrefaçon peut réduire significativement le risque de contrefaçon. Il s'agit plutôt de déterminer quel est le meilleur moyen de résoudre le problème particulier de telle ou telle entreprise.

En général, les procédés technologiques en question doivent être d'un bon rapport coût/efficacité, compatibles avec le mode de distribution du produit, sans désagrément pour le consommateur, résistants et durables. Souvent, les dispositifs mis en oeuvre ne permettent que de mettre provisoirement en échec les contrefacteurs. On ne peut généralement mettre en place une protection efficace qu'en utilisant simultanément plusieurs dispositifs de protection des produits.

Les différentes technologies dont on dispose aujourd'hui diffèrent considérablement par leur niveau de sophistication et par les principes sur lesquels repose la protection contre la contrefaçon. Cela va des techniques d'impression, simples et d'un bon rapport coût-efficacité, aux technologies optiques en passant par la biotechnologie, la chimie et l'électronique. Le choix se fera en fonction de la nature du produit à protéger et du type de contrefaçon prévisible.

Il est courant aujourd'hui de combiner des procédés de marquage apparent et de marquage inapparent. Outre son utilisation primaire comme mesure de sécurité, le marquage apparent (ou facilement visible) signale l'authenticité du produit au consommateur comme au personnel de la chaîne de distribution. La confidentialité du marquage inapparent (ou secret), par ailleurs, doit être soigneusement protégée, les seuls à être mis dans la confiance étant les responsables de la sécurité du produit. En effet, le dispositif inapparent va jouer le rôle de sauvegarde dans l'hypothèse où le marquage apparent n'est plus opérant ; il permettra alors de préserver la sécurité de la chaîne de distribution.

Les procédés technologiques dont on dispose peuvent globalement se répartir comme suit :

### *Optique*

L'optique figure en bonne place parmi les technologies de lutte contre la contrefaçon. On se sert en l'occurrence des propriétés variées de la lumière.

Au sein des technologies optiques, l'hologramme tient une place de plus en plus importante dans la protection des produits. Par hologramme on désigne l'enregistrement d'une onde laser permettant

l'enregistrement d'une image bi- ou tridimensionnelle sur une surface plane produisant par diffraction un micro-relief. Le succès des hologrammes dans le domaine de la sécurité s'explique par plusieurs raisons, notamment leur lisibilité et les investissements élevés nécessaires pour les reproduire.

Il existe par ailleurs toute une gamme de procédés optiques permettant de lutter contre la contrefaçon tels que les couches minces optiquement variables, les matériaux rétro réfléchissants et les images brouillées.

### ***Électronique***

Les technologies de lutte contre la contrefaçon fondées sur l'électronique proposent toute une série d'options. La piste magnétique est le procédé le plus utilisé pour protéger les cartes bancaires et les cartes de crédit. Elle peut stocker un nombre considérable d'informations codées sous forme de particules magnétiques 'lisibles' par scanner.

Les cartes à puce 'intelligentes' représentent une autre forme de technique électronique qui se développe rapidement et qui est bien acceptée en tant que moyen de prévention de la fraude. La carte intelligente est une carte de plastique munie d'un microprocesseur permettant d'inscrire ou de lire des informations à plusieurs niveaux de sécurité. Les cartes téléphoniques utilisées dans certains pays ou les cartes de crédit sont de bons exemples de cette technologie. A long terme, on envisage le développement d'une *super* carte intelligente dotée d'une interface utilisateur, avec possibilité d'entrer des données sur clavier et de les afficher.

Qu'il s'agisse de vidéo, d'enregistrements sonores ou de logiciels, l'industrie a déjà beaucoup investi dans des recherches destinées à faire échec à la contrefaçon grâce à des moyens électroniques, et elle continue de le faire. Les systèmes existants utilisent généralement le cryptage électronique : les signaux vidéo d'origine sont augmentés d'un signal parasite qui perturbe l'enregistrement pirate. Les copies ainsi produites sont en général de qualité médiocre et inexploitable.

Un autre système de protection électronique contre le piratage fait appel au verrouillage du matériel informatique. Il s'agit d'un dispositif optionnel monté sur le port de série de l'ordinateur ou de l'imprimante périphérique, lesquels ne peuvent fonctionner que si l'on actionne la clé prévue à cet effet.

### ***Biotechnologie***

Les avancées enregistrées dans le domaine des biotechnologies ont permis de mieux comprendre les caractéristiques originales de protéines telles que les anticorps, les enzymes ou l'ADN. Le repérage de certaines structures chimiques et le fait que celles-ci sont capables de déclencher des réactions spécifiques ont accru le rôle des biotechnologies dans la lutte contre la contrefaçon.

Une technologie très connue dans ce domaine est fondée sur le développement d'anticorps monoclonaux spécifiques qui 'reconnaissent' certains antigènes ou marqueurs chimiques. Ces marqueurs sont ajoutés à faible concentration dans des produits tels que les produits pharmaceutiques ou les spiritueux et ils sont repérés à l'aide d'un matériel de contrôle utilisant les anticorps correspondants.

Cette formule de prévention de la contrefaçon présente l'avantage d'incorporer la technologie au produit, qui est généralement comestible. En outre, des tiers sont dans l'impossibilité d'avoir accès au code dans la mesure où les concentrations sont trop faibles pour pouvoir être détectées par les méthodes conventionnelles et où les marqueurs sont associés à des substances chimiques servant de masque.

### ***Chimie***

Dans le domaine de la chimie au sens large, les techniques de lutte contre la contrefaçon font appel à des encres photosensibles (réaction à la lumière) et thermosensibles (réaction à la chaleur). On les applique généralement sur l'étiquette ou sur l'emballage. L'encre change de couleur quand on l'expose à la chaleur ou à la lumière, et retrouve sa couleur originelle lors d'une deuxième exposition. En règle générale, il est possible de répéter l'expérience à volonté. On a également élaboré des encres invisibles qui peuvent être lues par les lecteurs de codes-barres. Elles sont utilisées comme marques d'origine dans l'industrie du parfum et dans l'industrie pharmaceutique. D'autres encres réactives changent de couleur à l'occasion d'un contact avec des substances spécifiques, comme par exemple dans la pointe feutre d'un stylo.

Il existe un autre procédé de lutte contre la contrefaçon : l'utilisation de 'marqueurs' synthétiques. Ce système a été utilisé au départ pour le marquage et l'identification des explosifs. Il s'agit de particules microscopiques placées au cœur de la matière explosive et qui permettent de déterminer l'origine de l'explosif avant et après son utilisation.

Ce marqueur microscopique est pratiquement indestructible. Il est composé de particules synthétiques de forme irrégulière et aléatoire renfermant jusqu'à dix strates colorées. La séquence des couleurs indique le code unique du marqueur et le nombre total des codes possibles atteint 4.5 milliards. Les formules d'utilisation de ces marqueurs aussi bien pour l'étiquette que pour l'emballage du produit sont multiples, avec notamment la possibilité de les intégrer à un vernis clair.

### **Respect des droits de propriété intellectuelle : partenariat public-privé**

La violation des droits de propriété intellectuelle est encore considérée par un grand nombre des représentants de la loi comme de la délinquance en col blanc et le respect des DPI comme une assistance à l'auto-promotion. Il est clair que le titulaire des droits doit activement s'appliquer à les faire respecter et apporter toute l'aide nécessaire aux services de police et des douanes pour y parvenir.

Jusqu'au début des années 90, la plupart des entreprises se bornaient à engager des actions en justice contre les contrefacteurs, sans en informer la police ou les douanes. Depuis une dizaine d'années, la situation évolue et le public et le privé unissent leurs efforts pour mettre en échec la contrefaçon. L'industrie doit comprendre que, même si les organismes de répression des fraudes ont pour objectif de combattre la contrefaçon, d'autres activités illicites, comme le trafic de drogue, et les contraintes budgétaires permettent difficilement aux services concernés de donner à cette question la priorité qu'elle mérite.

Le partage de l'information a constitué un autre problème. Les entreprises qui sont régulièrement informés des cas de contrefaçon de leurs produits ne savaient pas comment partager l'information



avec la police, et la police ne pouvait justifier une action concertée étant donné que les infractions en question ne faisaient pas assez souvent l'objet d'une plainte.

Les attitudes ont profondément changé, en particulier depuis l'élaboration de l'Accord sur les ADPIC. L'un des objectifs fondamentaux de l'Accord sur les ADPIC était d'assurer que des mesures visant à faire appliquer la loi soient prises, sans qu'elles ne créent pour autant des obstacles aux échanges.

Le Conseil des ADPIC a fait connaître les activités de l'Organisation mondiale des douanes (OMD) dans le domaine de la garantie des droits de propriété intellectuelle. L'OMD a adopté une législation type en 1995, que les pays pouvaient utiliser pour élaborer leur législation nationale dans le domaine de la lutte contre la contrefaçon et la piraterie (Woosnam, 1997).

Cette législation type prévoit des clauses concernant les relations entre les services des douanes, les titulaires de droits, les importateurs et exportateurs, et les procédures de destruction des marques contrefaisantes ou des marchandises pirates. Elle prévoit un moyen par lequel le titulaire de droits peut demander aux douanes de suspendre la mise en libre circulation de marchandises soupçonnées d'être contrefaites ou pirates. Elle stipule également quand les autorités douanières peuvent engager de plein droit une action en cas de marchandises douteuses.

Cependant, l'OMD spécifie que c'est aux titulaires de marques et de droits d'auteur que revient la *responsabilité en première instance* de prendre des mesures pour protéger leurs droits. La législation type établit que le rôle des douanes est d'*aider* à faire respecter les DPI, ce qui est raisonnable. L'OMD est en train de sceller la coopération entre les autorités douanières et les entreprises sous la forme d'un protocole d'accord (PDA) au niveau international et national. Au niveau international, l'OMD a conclu un protocole d'accord sur les DPI avec des organisations comme la CCI (Commercial Crime Services) et le Bureau international des sociétés gérant les droits d'enregistrement et de reproduction mécanique (BIEM).

Interpol dispose d'équipes spécialisées dans la contrefaçon qui suivent les évolutions internationales dans ce domaine et facilitent les enquêtes internationales sur les affaires de contrefaçon et de piraterie. Pour Interpol, l'industrie a pour responsabilité essentielle de s'assurer que toutes les infractions pénales sont notifiées aux services compétents et que toutes les affaires font l'objet d'une plainte. L'organisation est consciente de ce qu'un grand nombre des fonctionnaires des pays membres considèrent encore la contrefaçon comme une activité économique normale et que des problèmes importants se posent avec certains pays, mais Interpol doit avoir recueilli un nombre suffisant de plaintes pour être mandaté afin d'engager une action (Takizawa, 1997).

La coopération entre l'industrie privée et les services de répression des fraudes doit être renforcée. Les services de police et les autorités douanières n'ont pas l'expérience suffisante pour identifier les marchandises qui portent atteinte aux droits de propriété intellectuelle. Les contrefacteurs et auteurs de fraudes ont des façons d'opérer diverses et sont très imaginatifs. Les deux parties, industriels et administrations, ont compris que l'internationalisation de la fraude, son développement et sa sophistication, rendent impossible pour une entreprise de s'attaquer au problème avec succès en restant isolée.

## 6. INITIATIVES DE LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON

### Initiatives nationales

La protection de la propriété intellectuelle peut être source de confusion pour certains titulaires de droits. Les déposants doivent exécuter une multitude de formalités pour protéger leurs droits, payer des droits élevés de renouvellement pour conserver leur exclusivité et, de surcroît, défendre leurs droits lorsqu'il leur est porté atteinte. Certains pays ont pénalisé la contrefaçon, ce qui allège dans une certaine mesure le fardeau des titulaires de droits, mais la protection de la propriété intellectuelle est néanmoins perçue comme relevant de l'initiative des industries concernées dans la plupart des pays. Les titulaires de droits doivent être dynamiques et montrer qu'ils s'intéressent à la protection de leurs droits pour pouvoir être à l'origine d'une action coercitive. Il n'existe pratiquement aucun pays où les administrations soient à l'origine de mesures de lutte contre la contrefaçon de leur propre initiative. Ce type de mesures ne prend corps que lorsque l'industrie, dans un pays, acquiert de l'influence sur les décideurs. Appartenir à une organisation de lutte contre la contrefaçon est un moyen pour les titulaires de droits d'influer sur les décideurs pour qu'ils fassent respecter la législation en la matière.

Il existe un grand nombre d'organisations nationales de lutte contre la contrefaçon dans le monde. La plupart d'entre elles ont été créées dans les vingt dernières années, mais certaines existent de plus longue date, la plus ancienne étant l'Union des fabricants fondée à la fin du siècle dernier. Elles sont le plus souvent en contact étroit avec les pouvoirs publics et influent sur leur action dans ce domaine. Toutes sont des organisations regroupant des titulaires de marques, des cabinets d'avocats ou d'autres instances intéressées par la protection de la propriété intellectuelle. Certaines ont un secrétariat indépendant, mais les plus petites et les plus récentes d'entre elles travaillent pour le bien public, notamment par l'intermédiaire d'un service juridique. Les activités des organisations nationales de lutte contre la contrefaçon supposent notamment de maintenir la liaison avec les services de répression des fraudes dans le pays, de faire connaître les dommages causés à leurs membres du fait de l'atteinte portée à leurs droits de propriété intellectuelle, et de faire pression pour que soient adoptés des instruments appropriés afin de faire respecter les droits de propriété intellectuelle. Certaines associations forment les fonctionnaires des douanes à détecter les contrefaçons.

Les organisations diffèrent considérablement par leur taille et leur champ de compétences. Certaines s'apparentent davantage à des groupes de pression, alors que d'autres s'attachent davantage aux moyens concrets de faire respecter la loi. Actuellement, la tendance est d'encourager la formation de groupements nationaux anti-contrefaçon dans chaque pays industrialisé. (Voir l'annexe pour une liste plus complète des organisations de lutte contre la contrefaçon).

Siège	Organisation	Sigle
Bangladesh	Association de lutte contre la contrefaçon	
Belgique	Association de lutte contre la contrefaçon	BACA
France	Comité Colbert (articles de luxe)	
France	Union des Fabricants	
Allemagne	Organisation de lutte contre la piraterie	VBP
Hongrie	Brand Protection Association	BPA
Italie	Groupe consultatif de lutte contre la contrefaçon	
Italie	Comité contre la contrefaçon	COLC
Japon	Customs IP Information Centre	CIPIC
Corée	Korean IP Office	KIPO
Pays-Bas	Fondation anti-contrefaçon	
Philippines	COMPACT	
Philippines	Association de la propriété intellectuelle	IPA
Espagne	ANDEMA	
Suède	Anti-Counterfeiting Group	ACG
Thaïlande	Comité anti-contrefaçon	MOEA
Royaume-Uni	Anti-Counterfeiting Group	ACG
États-Unis	Int. Anti-Counterfeiting Coalition	IACC
Royaume-Uni/ France	Bureau d'enquêtes sur la contrefaçon	CIB

## Initiatives privées et professionnelles

Certains secteurs qui sont gravement touchés par la contrefaçon ont créé des associations professionnelles pour lutter contre ce problème. Les organisations les plus actives sur le plan international relèvent des industries protégées par le droit d'auteur aux États-Unis, comme la Business Software Alliance (BSA), la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) et la Motion Picture Association (MPA).

Ces associations publient régulièrement des statistiques sur l'impact du piratage et de la contrefaçon dans leur secteur, agissent pour faire adopter et respecter une législation appropriée, mènent des campagnes de sensibilisation auprès du public et aident leurs membres à conduire des enquêtes sur les produits de contrefaçon.

Tableau 6. Liste des organisations professionnelles ayant une activité de lutte contre la contrefaçon

Produit	Organisation	Sigle	Siège
Logiciel	Business Software Alliance	BSA	États-Unis
Général	Association des industries de marque	AIM	Belgique
Oeuvres audiovisuelles	Fédération internationale des associations de producteurs de films	FIAPF	France
Enregistrements musicaux	Fédération internationale de l'industrie phonographique.	IFPI	États-Unis
Droits d'auteur	Int. Intellectual Property Alliance	IIPA	États-Unis
Alcools	Int. Federation of Spirit Producers		Hong-Kong (Chine)
Films	Motion Picture Association	MPA	États-Unis
Montres	Fédération horlogère suisse		Suisse
Jouets	Toy Industries of Europe	TIE	Bruxelles

## Initiatives internationales

Avec la mondialisation des activités industrielles et l'intensification des échanges internationaux de produits de contrefaçon, il arrive que du stade de la matière première jusqu'à la mise en vente sur le rayon, le produit ait traversé un grand nombre de pays. Cette production et ce commerce à l'échelle internationale supposent l'existence de bandes organisées dotées de puissants réseaux internationaux.

Pourtant, la protection des marques de fabrique et de commerce relève encore de la politique nationale. Bien qu'il existe quelques instances favorisant la coopération entre organismes de contrôle, comme Interpol et l'OMD, il est rare que les affaires de contrefaçon remontent jusqu'à la source. Les affaires dans lesquelles sont impliquées des fraudeurs et des victimes étrangers sont souvent moins prioritaires, compte tenu des contraintes budgétaires.

Un grand nombre d'organisations ont tenté de s'attaquer au problème en mettant en place des bases de données. Du côté des organismes publics, Interpol et l'OMD ont constitué des bases de données sur la contrefaçon, mais jusqu'ici ni l'un ni l'autre n'ont réussi à faire en sorte que les organismes nationaux communiquent régulièrement des informations. Du côté des organismes privés, certaines associations professionnelles ont réussi à constituer des bases de données spécialisées, mais elles sont rares à avoir pu créer des bases intersectorielles. Le Bureau d'enquêtes sur la contrefaçon de la CCI a essayé à plusieurs reprises d'encourager les victimes de la contrefaçon à partager les informations dont elles disposaient. Le fond du problème est que toutes les entreprises souhaiteraient avoir des informations, mais que rares sont celles qui veulent en communiquer.

En 1997, deux importantes initiatives ont été lancées au plan international : les réseaux REACT et GGAC.

- ◇ Le *Réseau Européen Anti-Contrefaçon* (REACT), soutenu par la Commission européenne, a été créé en juin 1997 par les groupes anti-contrefaçon néerlandais et belge. Il a essentiellement pour objet d'établir une base de données centrale pour aider les groupements nationaux tout comme les services de répression des fraudes dans leurs enquêtes.
- ◇ Le *Groupement global anti-contrefaçon* (GGAC) a été créé en décembre 1997 sous les auspices de la CCI et de son Bureau d'enquêtes sur la contrefaçon. Ce groupement, qui recueille un large soutien des organisations, relève davantage d'une tribune visant à améliorer la coopération internationale entre les divers organismes de lutte contre la contrefaçon et à sensibiliser l'opinion aux risques que présentent les produits de contrefaçon pour la santé et la sécurité. Cette initiative, la seule de ce type à l'échelle mondiale, a été bien accueillie par les milieux d'affaires.

## Initiatives publiques

### *États-Unis*

Les États-Unis sont de loin le premier producteur de produits protégés par le droit d'auteur (films, enregistrements musicaux et logiciels). Une étude réalisée pour l'IIPA et intitulée "*Copyright Industries in the US*" montre que ce secteur est celui qui croît le plus rapidement aux États-Unis, et

compte parmi ceux qui exportent le plus (International Intellectual Property Alliance, 1996). En conséquence, l'industrie américaine est réputée enregistrer les plus fortes pertes dues au piratage et le gouvernement des États-Unis s'est révélé le plus actif dans sa collaboration avec l'industrie pour combattre ce problème.

Une disposition du Trade Act donne au Représentant au commerce (United States Trade Representative–USTR, 1997) le pouvoir de déterminer si les actes, mesures et pratiques de pays étrangers refusent une protection adéquate et effective des droits de propriété intellectuelle ou un accès juste et équitable au marché aux ressortissants américains qui invoquent la protection de la propriété intellectuelle. La "Special 301" a été amendée dans le cadre de l'Uruguay Round Agreements Act et précise qu'un pays peut être convaincu de déni de protection de la propriété intellectuelle même s'il se conforme aux obligations prévues dans le cadre de l'Accord sur les ADPIC. Il a également été modifié pour instruire au Représentant au commerce de prendre en compte le statut et le comportement antérieurs d'un pays au regard de la loi "Special 301".

Une fois que ces pays ont été recensés, il appartient au Représentant au commerce de désigner, le cas échéant, les pays qui doivent être considérés comme "prioritaires", c'est-à-dire ceux :

1. dont les actes, mesures et pratiques déraisonnables et discriminatoires ont le plus d'impact (effectif ou potentiel) sur les produits américains correspondants ; et
2. qui n'ont pas engagé de négociations de bonne foi ni avancé suffisamment dans les négociations pour remédier à ces problèmes.

Le Représentant au commerce passe chaque année en revue les pratiques des pays étrangers après la publication du National Trade Estimate (NTE) Report. Le Trade Policy Staff Committee, organe interministériel, qui conseille le Représentant au commerce sur l'application de la disposition "Special 301", reçoit des informations du secteur privé, des ambassades des États-Unis à l'étranger et des partenaires commerciaux des États-Unis.

Les États-Unis se sont dotés d'un système avancé de contrôle aux frontières. Le Copyright Act et le Trademarks Act stipulent que les marchandises de contrefaçon doivent être saisies par les autorités douanières. En conséquence, les marchandises découvertes à la frontière sont saisies et confisquées, et les autorités douanières ont l'obligation de les détruire si le détenteur du droit n'accepte pas qu'ils soient utilisés à d'autres fins. Au cours de la seule année 1997, les douanes américaines ont saisi des marchandises pour une valeur de 54 millions de dollars (US Customs Service, 1998).

### *Union européenne*

De fait, la contrefaçon n'est pas confinée aux frontières nationales et les réseaux organisés de contrefacteurs opèrent souvent dans plusieurs pays à la fois. C'est particulièrement vrai au sein de l'Union européenne en raison de l'existence du marché intérieur ouvert où les échanges vont probablement s'accroître à mesure que les États membres convergent vers un marché unique. D'autres facteurs vont dans le même sens, comme l'évolution vers l'uniformisation des goûts des consommateurs (la plupart des jeunes regardent les mêmes programmes de télévision et font porter leur choix sur les mêmes marques) ou encore les dispositions juridiques visant à supprimer les contrôles aux frontières, dans le cadre notamment de l'Accord de Schengen.

Pourtant, les initiatives européennes de lutte contre la contrefaçon ont été relativement peu nombreuses (Khur, 1997). Dans ce domaine, le principal texte est le Règlement fixant des mesures en vue d'interdire la mise en libre pratique des marchandises de contrefaçon (CEE n° 3842/86, modifié CE n° 3295/94), en vigueur depuis juillet 1995. Ce texte traite principalement du droit substantiel et des mesures liées aux mesures de contrôle aux frontières. Il ne traite pas des questions essentielles relatives aux solutions correctives et aux moyens de réprimer la fraude. Ces questions sont laissées à l'initiative de chaque État membre ; les textes législatifs de l'Union européenne n'imposent que des obligations générales aux États membres afin qu'ils apportent les remèdes appropriés en cas d'atteinte aux droits prévus dans les règlements de la CE.

Certains signes montrent que la protection et l'application des droits de propriété intellectuelle est en passe de s'améliorer au sein de l'Union européenne. Depuis une dizaine d'années, les États membres se sont employés à harmoniser leur législation en la matière. L'Union européenne manifeste un intérêt croissant pour les questions liées à la contrefaçon, et travaille actuellement à l'élaboration d'un Livre vert pour le marché européen traitant de ces problèmes.

Il est largement admis par l'industrie que les principaux problèmes que pose la lutte contre la contrefaçon viennent de l'absence de contrôles efficaces aux frontières. L'ouverture des échanges permet aux contrefacteurs d'importer des lots de produits de contrefaçon par les ports où les contrôles sont lâches, puis de les transporter partout au sein de l'Union européenne sans crainte d'être pris. La police ou les autres services de répression des fraudes qui découvrent des faux sur le marché ont des difficultés à poursuivre leurs investigations dans les autres pays à cause d'un manque de communication et des contraintes budgétaires et, souvent, finissent par laisser tomber les affaires. En définitive, les principaux bénéficiaires des lacunes du système sont les contrefacteurs.

## *ANNEXE*

### **LES ORGANISMES DE LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON**

#### **Organisations internationales**

M. Philip Sheppard  
ASSOCIATION DES INDUSTRIES DE MARQUE  
9 Avenue des Gaulois  
BRUXELLES 1040  
Belgique

Tél. : +32 2 736 0305  
Fax : +32 2 734 6702

Mr. Peter Lowe  
CHAMBRE DE COMMERCE INTERNATIONALE (CCI),  
BUREAU D'ENQUETES SUR LA CONTREFAÇON (BEC)  
Maritime House  
1 Linton Road  
Barking, Essex IG11 8HG  
Royaume-Uni

Tel: +44 181 591 3000  
Fax: +44 181 594 2833

Mr. Peter Lowe  
GROUPEMENT GLOBAL ANTI-CONTREFAÇON (GGAC)  
c/o BEC  
Maritime House  
1 Linton Road  
Barking, Essex IG11 8HG  
Royaume-Uni

Tel: +44 181 591 3000  
Fax: +44 181 594 2833

Mr. Ronald W.M. Brohm  
RESEAU EUROPEEN ANTI-CONTREFAÇON (REACT)  
c/o SNB  
Alpen Rondweg 102  
1186EA Amstelveen  
Pays-Bas

Tel: +31 20 640 6363  
Fax: +31 20 640 6216

M. Peter Woosnam  
ORGANISATION MONDIALE DES DOUANES (OMD)  
26-38 Rue de l'Industrie  
1040 BRUXELLES  
Belgique

Tél. : +32 2 508 4211  
Fax : +32 2 508 4240

M. Matthew Kennedy  
ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE (OMC)  
154 Rue Lausanne  
1211 GENEVE 21  
Suisse

Tél. : +41 22 739 5725  
Fax : +41 22 739 5790

Dr J Idänpään–Heikkilä  
ORGANISATION MONDIALE DE LA SANTE (OMS)  
CH–1211 GENEVE 27  
Suisse

Tél. : +41 22 791 2111  
Fax : +41 22 791 0746

M. Marcus Höpferger  
ORGANISATION MONDIALE DE LA PROPRIETE  
INTELLECTUELLE (OMPI)  
34 Chemin des Colombettes  
1211 GENEVE 20  
Suisse

Tél. : +41 22 338 9111  
Fax : +41 22 338 8830

### **Organismes professionnels internationaux**

Robert W. Holleyman  
BUSINESS SOFTWARE ALLIANCE INC (BSA)  
1150 18th Street NW, Suite 700  
WASHINGTON DC 20036  
États–Unis

Tél. : +1 202 872 5500  
Fax : +1 202 872 5501

M. André Chaubeau  
FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES ASSOCIATIONS DE  
PRODUCTEURS DE FILMS (FIAPF)  
33 Avenue des Champs Elysees  
75008 PARIS  
France

Tél. : +33 1 42 25 62 14  
Fax : +33 1 42 56 16 52

M. Funkazi Koroye–Crooks  
FEDERATION INTERNATIONALE DE L'INDUSTRIE PHONOGRAPHIQUE  
INDUSTRY (IFPI)  
5<sup>th</sup> Floor, 54–62 Regent street  
LONDON W1R 5PJ  
Royaume–Uni

Tél. : +44 (0)171 878 7900  
Fax : +44 (0)171 878 7950

M. Stephan Luiten  
TOY MANUFACTURERS OF EUROPE (TME)  
Avenue de Tervueren 13A  
1040 BRUXELLES  
Belgique

Tél. : +32 2 732 7040  
Fax : +32 2 736 9068



M. Steven J. Metlitz  
INTERNATIONAL INTELLECTUAL PROPERTY ALLIANCE  
1747 Pennsylvania Avenue NW  
Twelfth Floor  
WASHINGTON DC 20006-4604  
États-Unis

Tél. : +1 202 833 4198  
Fax : +1 202 872 0546

### **Organismes nationaux**

Ms Ilse Vanderstichele  
ASSOCIATION DE LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON  
(BACA-BAAN)  
Rue Montoyer 24  
1000 Brussels  
Belgique

Tel: +32 2 230 7420  
Fax: +32 2 230 7119

Mr. Bernard Posner  
GROUPEMENT DANOIS ANTI-CONTREFAÇON  
c/o Hofmang-Bang  
Hans Bekkevolds Alle 7  
DK-2900 Hellerup  
Danemark

Tel: +45 39 48 80 00  
Fax: +45 39 48 80 80

Mr. Esa Korkeamaki  
GROUPEMENT FINLANDAIS ANTI-CONTREFAÇON  
c/o HEIKKI HAAPANIEMI  
Mannerheimintie 14 A, P.O. Box 232  
F-00101 Helsinki  
Finlande

Tel: +358 9 177 613  
Fax: +358 9 653 873

M. Nicolas PRELOT  
COMITE COLBERT  
2 bis, rue de la Baume  
75008 PARIS  
France

Tél. : +33 1 538 90760  
Fax : +33 1 538 90761

Mme Elisabeth Ponsolle des Portes  
UNION DES FABRICANTS  
16 Rue de la Faisanderie  
75782 PARIS  
France

Tél. : +33 1 45 01 51 11  
Fax : +33 1 47 04 91 22

Mme Doris Möller  
APM/REACT — RESEAU EUROPEEN ANTI-CONTREFAÇON  
Adenauerallee 148  
D-53113 BONN  
Allemagne

Tél. : +49 228 10 43 28  
Fax : +49 228 10 43 30

M. Volker Spitz  
ORGANISATION DE LUTTE CONTRE LA PIRATERIE (VBP)  
Bavariaring 20  
80336 MUNCHEN  
Allemagne  
Tél. . +49 89 544 25 40  
Fax. +49 89 543 90 40

M. D Balazs Tass  
THE BRAND PROTECTION ASSOCIATION  
1139 BUDAPEST  
Roppetyü Street 65–67  
Hongrie  
Tél. : +36 1 120 1246  
Fax : +36 1 140 1753

M. Vincent Gambino  
ANTI-COUNTERFEITING ADVISORY GROUP  
Via Sistina 48  
00178 ROME  
Italie  
Tél. : +39 6 678 1398  
Fax : +39 6 679 4490

Mr. Silvio Paschi  
INDICAM  
Via Serbelloni 5  
20122 Milano  
Italy  
Tel: +39 2 7601 4174  
Fax: +39 2 7601 4314

Mr. Kiyoshi Sakai  
CUSTOMS INTELLECTUAL PROPERTY INFORMATION CENTER (CIPIC)  
Japan Tariff Association  
Jibiki No 2 Bldg.  
4–7–8 Kojimachi  
Chiyoda–Ku  
Tokyo 102–0083  
Japan  
Tel: +81 3 5275 5511  
Fax: +81 3 5275 1050

Mr. Mohammad R. Doofesh  
ARAB SOCIETY FOR THE PROTECTION OF INTELLECTUAL PROPERTY (ASPIP)  
c/o ABU-GHAZALEH INTELLECTUAL PROPERTY  
P.O. BOX 92 11 00 Amman 111 92  
Jordan  
Tel +962 6 5669 603  
Fax: +962 6 5603 743

Mr. Ronald W M Brohm  
STICHTING NAMAAKBESTRIJDING (SNB)/REACT  
Alpen Rondweg 102  
1186EA Amstelveen  
The Netherlands  
Tel: +31 20 640 6363  
Fax: +31 20 640 6216

Ms Brit Alstad  
NORWEIGAN ANTI-COUNTERFEITING GROUP (NACG)  
c/o Onsagers Patent Kontor  
Box 265 Sentrum  
N-0103 Oslo  
Norway

Tel: +47 22 42 97 50  
Fax: +47 22 33 65 94

Mr. Zulfikar Khan  
PAKISTAN: ANTI COUNTERFEITING GROUP  
305 Amber Estate, KCHS 7&8  
Shahrah-e-Faisal  
Karachi 75350  
Pakistan

Tel: +92 21 453 3665  
Fax: +92 21 454 9272

Mr. Antonio Maria Pereira  
PORTUGAL: ANTI-COUNTERFEITING GROUP  
Rua Silva Carvalho 234  
1250 Lisbon  
Portugal

Tel: +351 1 380 07 06  
Fax: +351 1 387 66 40

Mr. Soledad Rodriguez Anton  
ANDEMA  
Velazquez 157  
28002 Madrid  
Spain

Tel: +34 91 590 69 39  
Fax: +34 91 590 69 08

Mr John Anderson  
ANTI-COUNTERFEITING GROUP (ACG)  
P O Box 578  
High Wycombe  
Buckinghamshire  
HP11 1YD  
United Kingdom

Tel: +44 (0)1494 449 165  
Fax: +44 (0)1494 465 052

Mr John Bliss  
THE INTERNATIONAL ANTICOUNTERFEITING COALITION, INC (IACC)  
1620 L Street NW  
Suite 1210  
Washington DC 20036  
United States

Tel: +1 202 223 5729  
Fax: +1 202 872 5828

## BIBLIOGRAPHIE

- ANTI-COUNTERFEITING GROUP (1994), *Counterfeiting – How can GATT Help?*, Royaume-Uni.
- ANTI-COUNTERFEITING GROUP (1997), *The Costs and Dangers of Buying Fake Products. MORI Survey on Public Attitudes to Counterfeiting*, Royaume-Uni.
- AUTOMOTIVE MARKETING (1998), *Parts Counterfeiting: The Problem that Won't Go Away*, page Internet, 8 janvier.
- AUTOMATIVE NEWS (1997), *U.S. Tries to Fix Fastener Rules*, Etats-Unis
- BUSINESS SOFTWARE ALLIANCE conjointement avec PRICE WATERHOUSE (1994), *Contribution of the Packaged Business Software Industry to the European Economies*, Royaume-Uni.
- BUSINESS SOFTWARE ALLIANCE conjointement avec INTERNATIONAL PLANNING AND RESEARCH CORPORATION (1997), *Global Software Piracy Report. Facts and Figures, 1994 to 1996*, Etats-Unis.
- CARPENTER, Stephen (1996), “Impressions of Product Security Attitudes in Branded Goods Markets”, communication présentée à la Conférence “Product and Image Security” de Conwise Management & Training Services, Ltd, Royaume-Uni.
- CARTIER (1994), *L'Empire des faux*, 22 mai, France.
- CHAMBERLAIN, M. (1996), “Finding the Solutions: A Systems Approach”, communication présentée à la Conférence PIRA sur la protection contre les produits de contrefaçon, Royaume-Uni.
- CHAMBRE DE COMMERCE INTERNATIONALE (CCI) (1993), *Counterfeiting in Italy*, Bureau d'enquêtes sur la contrefaçon de la CCI, Royaume-Uni.
- CHAMBRE DE COMMERCE INTERNATIONALE (CCI) (1994), *Due Diligence*, Bureau maritime international de la CCI, Royaume-Uni.
- CHAMBRE DE COMMERCE INTERNATIONALE (CCI) (1995), *Counterfeiting in China*, Bureau d'enquêtes sur la contrefaçon de la CCI, Royaume-Uni.
- CHAMBRE DE COMMERCE INTERNATIONALE (CCI) (1996), *Industrial Property Protection in East Asia*, Bureau d'enquêtes sur la contrefaçon de la CCI, Royaume-Uni.

- CHAMBRE DE COMMERCE INTERNATIONALE (CCI) (1997), *Countering Counterfeiting: A Guide to Protecting and Enforcing Intellectual Property Rights*, Bureau d'enquêtes sur la contrefaçon de la CCI, Royaume-Uni.
- CHAMBRE DE COMMERCE INTERNATIONALE (CCI) (1997), *Rapport sur l'application des dispositions de l'Accord relatif aux ADPIC portant sur le respect des droits*, Document no. 450/845, 16 juin.
- CLARK, Andrew (1997), "Enforcement of Intellectual Property Rights", Université de Warwick, Royaume-Uni.
- COHEN, Laurence J. (1990), "Warding off the Foe: How Trade Marks still can Offer some Protection against Parallel Imports", *European Intellectual Property Rights*.
- COMITÉ COLBERT (1997), Communication sur les effets des produits de contrefaçon dans l'industrie française, France
- COMMISSION EUROPÉENNE (1998), *Proposition de règlement du Conseil No. 3295/94 (y compris statistiques sur les saisies des autorités douanières)*, Document 98/0018 (ACG), 28 janvier.
- COTTRELL, Howard (1996), "The Investigator: Last Resort or Useful Resource?", *Trademark World*, Vol. 3, Royaume-Uni, mars.
- CRATCHLEY, Liz (1995), "Managing a Large Trade Mark Portfolio", *Managing Intellectual Property, Trade Mark Yearbook*, Royaume-Uni.
- DEGER, Marc (1995), "Contrefaçons : Un enjeu considérable pour la France", *La Tribune des Fossés*, 16 février.
- ECK, Robert (1994), "Notorious Trade Marks: A Call for Broader Protection", *Managing Intellectual Property, Trade Mark Yearbook*, Royaume-Uni.
- EUROPEAN BRANDS ASSOCIATION (1996), *Survey on Enforcement of Intellectual Property Rights*.
- FEDERATION INTERNATIONALE DE L'INDUSTRIE PHONOGRAPHIQUE (1997), Brochures sur les ventes mondiales 1996, de l'IFPI et des ventes d'enregistrements musicaux pirates, États-Unis, avril.
- FEDERATION INTERNATIONALE DE L'INDUSTRIE PHONOGRAPHIQUE (1997), Brochures sur les ventes mondiales 1996, de l'IFPI et des ventes d'enregistrements musicaux pirates, États-Unis, septembre.
- GEE, Rosamund (1989), "Fighting Counterfeiting and Document Fraud", SRI International, Business Intelligence Program.
- HARRISON, David (1993), "Mobs Muscle in £40 bn-a-year Counterfeit Trade", *The Observer*, Royaume-Uni, 9 mai.

- HER MAJESTY'S CUSTOMS AND EXCISE (1988), *Counterfeit Goods: Applying to Customs to Intercept Counterfeit Goods*, Royaume-Uni.
- HER MAJESTY'S CUSTOMS AND EXCISE (1997), Various press releases on seizures of IP infringing goods, Royaume-Uni.
- INTERNATIONAL ANTI COUNTERFEITING COALITION (1997), Communiqués de presse sur la contrefaçon de produits américains et ses effets sur l'industrie américaine, États-Unis.
- INTERNATIONAL FEDERATION OF PHARMACEUTICAL MANUFACTURERS ASSOCIATION (1997), Commentaires sur la contrefaçon des produits pharmaceutiques.
- INTERNATIONAL INTELLECTUAL PROPERTY ALLIANCE (1996), Bulletin sur les industries fondées sur le droit d'auteur aux États-Unis.
- JACKSON, James O. (1994), "Time Bombs on the Tarmac", *Time*, 7 février, États-Unis.
- JAYASURIYA, D.C. (1997), "Counterfeit Medicines: Strategies to Deal with a Commercial Crime", *Journal of Financial Crime*, Vol. 5, No. 1, Royaume-Uni.
- KHUR.Anette (1997), "The Potential Role of the Community in the Combat against Counterfeiting", Étude préparée pour la Commission européenne (DGXV), Munich, août.
- LABEL & TAG SECURITY INTERNATIONAL (1995), *Product and Image Security: A Techno-economic Review*, Royaume-Uni.
- LOWE, Peter (1994), "Counterfeiting Kills", *ICC World Business and Trade Review*, France.
- MAURICE, Paul (1989), "Fake Jet Parts Scare", *The Daily Mail*, Royaume-Uni, 20 novembre.
- McCORMICK, Ginger (1995) "Updating the IP Wardrobe? Consider Trade Dress", *Trade Mark Yearbook 1995, Managing Intellectual Property*, Royaume-Uni.
- MENEZ, Joël (1996) "Stratégies pour la prévention et pour la mise en application des lois", communication présentée à la Conférence de la CCI sur la contrefaçon, Paris, 13 mars.
- MORAN, Jean (1993) "Counterfeit Medicines – Problems and Prevention", *Script Magazine*, Royaume-Uni, février.
- MOTION PICTURE ASSOCIATION (MPA) (1998), *Estimations de la MPA sur la piraterie, 1995–97, États-Unis*.
- MOTION PICTURE ASSOCIATION et MOTION PICTURE ASSOCIATION OF AMERICA (1998), Bulletin conjoint sur la piraterie dans l'industrie cinématographique, Estimations 1995–97, États-Unis.
- OMS/FIIM (1992), "Les contrefaçons de médicaments", Rapport d'un atelier conjoint.
- ORGANISATION MONDIALE DES DOUANES, "Saisies des douanes liées aux DPI au Royaume-Uni, en Belgique, aux États-Unis et en Italie", janvier 1996 à janvier 1997.

- ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE (1996), *Statistiques sur le commerce mondial (1990–1995)*, Recherche et analyse économiques, Suisse.
- PEARSON, Hilary et Clifford MILLER (1990), *Commercial Exploitation of Intellectual Property*, Blackstone Press Ltd., Royaume–Uni.
- PHILLIPS, Jeremy (1994), “Unwanted Rivals”, *Managing Intellectual Property, Trade Mark Yearbook*, Royaume–Uni, juin.
- PRICE WATERHOUSE (1994), *Contribution of the Packaged Business Software Industry to the European Economies*, Royaume–Uni.
- PUDDEPHATT, Richard (1996), “The Corporate Approach to Fighting Fakes”, communication présentée à la Conférence PIRA sur la protection contre les produits de contrefaçon, Royaume–Uni.
- RECONNAISSANCE HOLOGRAPHICS (1995), *Holo–Pack\*Holo–Print Guidebook and Business Directory*, 1995/96 et 1997/98, Royaume–Uni.
- SERVICE DE PRESSE DE REUTERS (1990–97), Divers articles et statistiques sur la contrefaçon.
- SERVICE DES STATISTIQUES INDUSTRIELLES, *La Contrefaçon dans l’industrie*, éditions 1994 et 1995, France.
- SINNOTT, John (1994), “Pharmaceutical IP Portfolios”, *Managing Intellectual Property, Trade Mark Yearbook*, Royaume–Uni, janvier.
- SOCIETY OF MOTOR MANUFACTURERS AND TRADERS (1992), *Fake Spares are Danger to Life & Jobs*, Royaume–Uni.
- SPRINGETT, Pauline (1997), “Earn it. See it. Buy it. Flaunt it”, *The Guardian*, Royaume–Uni, 25 janvier.
- SWEENEY, John F., Scott D. GREENBERG et Margaret H. BITLER (1994), “Heading Them Off at the Pass–Can Counterfeit Goods of Foreign Origin be Stopped at the Counterfeiters Border?”, *The Trademark Reporter*, vol. 84, États–Unis.
- TAGLIABUE, John (1997), “Fakes Blot a Nation’s Good Names”, *New York Times*, États–Unis, 3 mars.
- TAKIZAWA Hiroaki (1997), “Enforcement and International Co–operation”, Economic and Financial Crime Unit Interpol, communication présentée à la Conférence sur la protection contre les produits de contrefaçon (PCP), Royaume–Uni, avril.
- TREIS, Michael (1993), “Protect your Packaging, Labels and Containers”, *Managing Intellectual Property, Trade Mark Yearbook*, Royaume–Uni, octobre.
- UNION DES FABRICANTS (1995), *Les chiffres de la contrefaçon*.

UNITED STATES CUSTOMS SERVICE (1997), *Seizures of Counterfeit Goods 1994–95*, Department of the Treasury, États–Unis.

UNITED STATES CUSTOMS SERVICE (1998), *Seizures of Counterfeit Goods 1996–97*, Department of the Treasury, États–Unis.

UNITED STATES TRADE REPRESENTATIVE, (1997), “*Special 301*” *Decisions*, États–Unis.

WARNE, A.E. et D.G. BROWN (1977), *Industrial Security*, Barry Rose Publishers, Ltd, Royaume–Uni.

WOOSNAM, Peter (1997), “Customs: Your Ally in Combating Counterfeiting”, Organisation mondiale des douanes, communication présentée à la Conférence sur la protection contre les produits de contrefaçon (PCP), Royaume–Uni, avril.