



*Avec le soutien de la  
Commission Européenne*

# *Combattre la contrefaçon*



*Un guide pratique à l'usage des  
sociétés industrielles européennes*

Octobre 2001

# *Combattre la contrefaçon*

## **Un guide pratique à l'usage des sociétés industrielles européennes**

**Note pour la version française :** dans cette version des expressions anglaises ont été maintenues ; on a préféré les conserver lorsque les équivalents français n'existent pas soit parce que la langue française n'a pas la concision de l'anglais soit parce que le droit anglo-saxon comporte des notions inconnues dans le droit français spécialement dans le domaine de la propriété intellectuelle. Les seules applications de ces deux motifs sont « get up » pour le premier et « design patent » et « passing off » pour le deuxième.



# AVANT PROPOS



## Le mot du Président de l'Orgalime

En mars de cette année, j'ai eu le plaisir de présider le premier atelier de l'Orgalime consacré à la contrefaçon. Ceci a été rendu possible, grâce à la fois aux efforts d'un groupe dynamique d'experts appartenant aux sociétés et à leurs organisations professionnelles travaillant avec le secrétariat de l'Orgalime qui a fourni l'impulsion et à la Commission européenne qui a soutenu le projet. Je voudrais les remercier tous pour leurs formidables efforts.

Qu'est-ce que l'Orgalime ? L'Orgalime qui fut créée en 1954, représente les intérêts de 31 fédérations professionnelles nationales de 21 pays européens au niveau de l'UE. Les membres de l'Orgalime représentent plus de 100.000 entreprises des industries mécaniques, électriques, électroniques et du travail des métaux.

La contrefaçon est un problème capital. Si nous sommes bien informés sur la contrefaçon des produits de marque de luxe, les sociétés industrielles vont être aussi concernées de manière croissante pour des produits utilisés par l'industrie et les consommateurs :fiches et douilles, fusibles, relais, appareillages domestiques et leurs dispositifs de contrôles, outils à main et de mesure, articles de cuisine, serrures, robinets et soupapes, moteurs, pompes, et bien d'autres produits. Nous croyons qu'il est important de lutter contre cette contrefaçon en fournissant aux sociétés les conseils de base et une règle de conduite pour les appliquer. L'atelier de l'Orgalime a permis aux entreprises de comparer leur expérience et les problèmes pratiques qu'elles ont rencontrés lorsqu'elles ont été confrontées à la contrefaçon. Elles ont aussi discuté des étapes que toute société doit ou devrait suivre. Le premier résultat est ce guide. Je souhaite que vous le trouviez utile.



## Le mot de la Commission

La compétitivité de l'Europe est fondée sur l'innovation et la qualité. La contrefaçon de nos brevets, de nos marques et de nos dessins et modèles de produits par des contrefacteurs extérieurs cause à l'économie européenne un dommage considérable. En valeur des estimations conduisent à attribuer 5 à 7 % de part de marché aux produits contrefaisants. Ceci constitue une distorsion considérable de compétitivité globale et un sérieux handicap pour nous.

On doit se battre et il faut le faire, contre la contrefaçon, le piratage des produits et d'autres violations de droits de propriété industrielle (DPI) par tous les moyens juridiques à notre disposition.

La lutte contre la contrefaçon occupe un rang élevé dans l'agenda de la Commission. Plusieurs services sont activement impliqués dans cette tâche. La Direction Générale - Commerce combat la contrefaçon des produits européens sur les marchés extérieurs et défend l'application correcte de l'accord ADPIC de l'OMC, qui pose les règles minimums de la protection des droits de propriété intellectuelle. Les Directions Générales - Marché intérieur - Fiscalité et Union Douanière- combattent en collaboration avec les Etats membres de l'UE contre les contrefaçons qui tentent de pénétrer le marché européen et élaborent des propositions de législation communautaire en matière de DPI. La Direction Générale – Recherche- développe de nouveaux instruments et techniques afin de contrer la contrefaçon. La Direction Générale - Entreprise, que je représente, agit comme point de contact de la Commission en ce qui concerne les affaires de contrefaçon, lance des initiatives anti-contrefaçon en les soutenant financièrement et co-ordonne les activités de la Commission dans ce domaine.

Récemment la Commission et l'Orgalime avons conjugué nos efforts contre la contrefaçon de produits industriels avec, entre autre, une campagne d'information, un atelier, le lancement d'une base de données et ce guide que je recommande chaleureusement à toutes les entreprises industrielles et en particulier aux PME. Je voudrais remercier le Groupe de Travail Anti-contrefaçon de l'Orgalime pour la tâche importante accomplie et je l'encourage à continuer le combat.



# Combattre la contrefaçon

## *Un guide pratique à l'usage des entreprises industrielles européennes*

### TABLE DES MATIERES

<b>1. Introduction</b>		8
<b>2. Qu'est-ce que la contrefaçon ?</b>	Définition de la contrefaçon	9
<b>3. Comment reconnaître le problème?</b>	Check liste	11
<b>4. Protection juridique</b>	Marques de commerce et nom commercial	13
	Protection de l'emballage non-enregistré / "Get up" / ou désignation d'un produit	14
	Protection par brevets, modèles d'utilité, dessins et modèles, "Design Patents"	15
	Protection par le droit d'auteur	16
	Pays d'origine	17
	Mise en oeuvre des droits de propriété intellectuelle	17
<b>5. Protection par la technologie</b>	Check liste	19
<b>6. Action directe contre les contrefacteurs</b>	Une politique anti-contrefaçon	21
	Action juridique sur le marché	22
	- Mesures préparatoires	
	- Etapes suivantes	
	- Action dans les foires expositions	
	- Coopération avec les autorités douanières européennes	
<b>7. Action indirecte/politique</b>	L'importance d'une action politique Contribution à la base de données de l'Orgalime Base de données CE	26
<b>8. Faire naître une prise de conscience dans le public</b>		27

---

<b>9. Histoires de succès</b>	-	Opération "Dragon Electrique"	28
	-	Combat contre 7 différentes contrefaçons d'autocuisseurs	30
	-	Combat contre les produits contrefaisants et protection de la sécurité des produits	32

---

<b>10. Annexe</b>	35
-------------------	----

---

<b>11. Bibliographie</b>	39
--------------------------	----

---

# 1. INTRODUCTION

Pour beaucoup de sociétés industrielles en Europe, la contrefaçon de produits constitue un problème sérieux et qui ne fera que s'accroître et, dans les années futures, si une action rapide et efficace n'est pas entamée de plus en plus de sociétés souffriront de cette activité criminelle. Il est plus que vraisemblable que votre société est dans ce cas. Un groupe de travail comprenant des représentants des trois secteurs de l'Orgalime – industries mécaniques, industries électriques/électroniques et industries du travail des métaux – a étudié ce problème et produit ce guide qui est fondé sur l'expérience des entreprises grandes et petites qui ont déjà eu à lutter contre des contrefacteurs. Le but de ce guide est d'offrir des conseils pratiques aux sociétés, en particulier aux petites et moyennes entreprises, qui sont impliquées dans la fabrication de produits industriels à l'intérieur de l'Espace Economique Européen. Ces conseils s'étendent de l'information sur la façon de détecter un problème de contrefaçon, à quelles mesures prendre pour s'assurer autant que faire se peut, que les produits sont protégés contre la contrefaçon.

Ces mesures comprennent la prise de droits de propriété intellectuelle, l'usage de technologies anti-contrefaçon, la sécurité des transactions, les opérations durant les foires exposition, la mise en œuvre des droits de propriété intellectuelle et la puissance de la coopération en réseau et le partage des renseignements.

Ce guide s'adresse typiquement à la direction d'une petite entreprise et ne prétend pas être un guide détaillé et approfondi comme l'est celui de la Chambre de Commerce Internationale(CCI)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> CCI Bureau de Renseignements sur la contrefaçon, *Countering Counterfeiting – Un guide pour la Protection et la mise en œuvre des droits de propriété intellectuelle* Avril 1997

## 2. QU'EST CE QUE LA CONTREFAÇON ?

La contrefaçon est la reproduction/imitation illégale de produits.

Une telle reproduction/imitation n'est illégale que parce qu'un droit de propriété intellectuelle (DPI) a été violé, entre autre :

- une marque de fabrique ou de commerce enregistrée ou un nom commercial, et/ou
- un droit réservé et non enregistré sur les « emballages » ou « get up » ou sur la désignation d'un produit, et/ou
- un brevet, un modèle d'utilité, et/ou un dessin et modèle ou un « design patent », et/ou
- un droit d'auteur.

Il y a violation de l'un des DPI ci-dessus listés dans l'une des circonstances suivantes :

- ❑ *Marque enregistrée ou nom commercial* : les copies portent une marque ou une désignation qui est identique ou fallacieusement similaire à celle d'un produit revêtu de la marque enregistrée ou du nom commercial.
- ❑ *Emballage non enregistré / « get up »/ désignation* : ces termes désignent les copies de produits qui ont une forme et une apparence visuelle, ou portent une désignation qui sont reconnus par le public comme distinctives et appartenant clairement à un producteur déterminé. Le public peut alors être conduit à croire faussement que les copies proviennent de la même source que les produits originaux.
- ❑ *Brevet, modèle d'utilité, dessin et modèle* : ici, une ou plusieurs parties du produit original sont protégés par des brevets valables, et/ou des modèles d'utilité et/ou des dessins et modèles (au USA ceci s'appelle « design patent »), et ces parties protégées sont présentes dans la copie du produit.
- ❑ *Droit d'auteur* : la copie du produit est un texte (prospectus publicitaire, livre, brochure, manuel, etc...) ou une photographie, un film, un son, ou un programme d'ordinateur, ou des documents techniques et des schémas<sup>2</sup>, qui sont fondamentalement identiques au produit original.

On doit noter que la reproduction ou l'imitation d'un produit n'est pas illégale, si aucun DPI n'est violé. En fait même la « copie servile » d'un produit est autorisée, si aucun DPI en relation avec le produit imité n'est violé. D'un autre côté, si un DPI est contrefait, le droit et les autorités de la plupart des pays dans

---

<sup>2</sup> Voir publication Orgalime « *Drawings & Technical documents* », Juin 1993

le monde donnent au titulaire de ce DPI des armes efficaces pour éliminer du marché les produits contrefaisants. Cette situation n'est pas satisfaisante car les copies serviles peuvent représenter de sérieux dangers pour le fabricant et c'est pourquoi l'Orgalime use de son influence sur les autorités législatives européennes afin d'obtenir une meilleure protection contre de telles copies.

Les DPI ici évoqués seront expliqués plus en détail au chapitre 4 de ce guide.

### 3. COMMENT RECONNAÎTRE LE PROBLÈME ?

De nombreuses sociétés ignorent la contrefaçon ou ne la considèrent pas comme une menace sérieuse pour leurs affaires préférant croire que c'est un problème dont souffrent les autres sociétés mais qui ne les touche pas. De nombreuses raisons sont données pour justifier une telle attitude telles que « *nous sommes trop petits* », « *c'est un problème qui ne touche que les grands noms* », ou « *nous ne vendons que sur des marchés que nous connaissons bien et à travers d'agents dans lesquels nous avons confiance* ». De tels arguments sont souvent utilisés comme excuse pour éviter d'affronter le fait que si vous mettez sur le marché un produit qui remporte du succès et que vous avez développé une réputation même sur un petit marché de niche vous êtes susceptible soit par votre marque soit par le dessin et modèle de votre produit d'être la victime d'un contrefacteur.

Bien qu'il soit décisif pour un fabricant de ne nommer que des agents honnêtes et sérieux, c'est un fait qu'une minorité de distributeurs déloyaux vendent des faux à l'insu de leurs fournisseurs de sorte qu'avant de signer un contrat il est important de se renseigner sur les antécédents d'un distributeur et de le contrôler régulièrement durant le cours du contrat.

Il existe d'autres contrôles que vous pouvez aisément entreprendre régulièrement et qui peuvent être un indice que vous avez un problème. C'est notamment

- ❑ une baisse soudaine de part de marché, spécialement à l'exportation,
- ❑ une augmentation des réclamations de clients sur votre produit
- ❑ une activité croissante dans le secteur des foires commerciales par de nouveaux exposants, venant spécialement de l'extrême Orient ou du Moyen Orient
- ❑ une information reçue de votre organisation professionnelle ou de concurrents ou de partenaires dans la chaîne d'approvisionnement, notamment des distributeurs qui sont souvent les premiers à découvrir des indices de contrefaçon sur leur marché national.
- ❑ d'autres sources d'information telles que la radio, les journaux, internet, ainsi que des revues techniques et commerciales.

Si ces contrôles révèlent que vous avez un problème, vous devriez envisager de prendre les mesures indiquées dans les chapitres suivants. Si vous décidez d'ignorer le problème vous risquez de perdre plus que votre part de marché : la réputation de votre société pourrait être en jeu et pour comble de malheur selon

un avis juridique si vous avez été informé ou auriez dû raisonnablement l'être que votre marque de commerce a été utilisée par des contrefacteurs et que vous n'avez rien fait pour l'empêcher, vous pourriez être tenu pour responsable au titre de la législation sur la responsabilité du fait des produits des dommages causés aux personnes et aux biens provoqués par les produits falsifiés.

Nous décrivons ci-après les étapes que vous pouvez suivre pour tenter de prévenir le problème, et si vous ne pouvez agir ainsi, les options qui s'offrent à vous pour le combattre.

## 4. PROTECTION JURIDIQUE

### 4.1. Protection par une marque de commerce et un nom commercial

Une marque de fabrique ou de commerce, ou un nom commercial est un des plus utiles outils de marketing mis à la disposition des fabricants. Ils représentent le fonds de commerce, la réputation et l'image qu'une société aime entretenir avec le public sur le marché.

Il existe des systèmes juridiques efficaces à travers le monde pour protéger les marques de fabrique de commerce et les noms commerciaux. De fait, les pays membres de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) sont engagés par l'Accord sur les Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce (ADPIC) à fournir des systèmes efficaces d'enregistrement et de mise en œuvre qui incluent des procédures pénales et des dommages-intérêts.

Cependant, les fabricants ne peuvent bénéficier de ces systèmes que si les marques de fabrique, de commerce et les noms commerciaux sont enregistrés dans le pays où ils commercent.

Sans l'enregistrement de la marque dans un pays donné :

- vous ne pouvez engager une action juridique contre quelqu'un qui utilise la marque
- vous ne pouvez empêcher un tiers, quelque fois même votre agent ou distributeur local, d'enregistrer la marque sous son propre nom et à son propre bénéfice
- il sera plus difficile et quelque fois impossible pour la douane et les autres autorités d'agir contre des produits contrefaisants.

Du fait de l'activité transfrontalière de la plupart de sociétés i.e. la « globalisation » de l'économie mondiale, il ne suffit pas d'enregistrer seulement dans votre pays vos marques ou d'autres désignations de produits. Toutes les sociétés devraient avoir une stratégie d'enregistrements de marques.

Vous devriez donc enregistrer de préférence des marques dans :

- tous les pays dans lesquels vos produits sont commercialisés ou le seront dans le futur
- dans tous les pays qui, vraisemblablement, sont la source de produits contrefaisants.

Bien sûr, de tels enregistrements sont coûteux. Cependant de telles dépenses sont modérées, surtout en comparaison de la perte de part de marché due aux copies de produits, ou au coût des procédures judiciaires, si un tiers a enregistré pour lui-même une(des) marque(s).

C'est pourquoi, afin de maintenir au minimum le coût encouru, de nombreux Etats dans le monde ont conclu des accords multilatéraux qui permettent, par une seule demande, d'obtenir l'enregistrement des marques dans de nombreux pays (ainsi nommée « Union de Madrid » ou « Protocole de Madrid »). Dans l'Union européenne (UE) on peut obtenir une « Marque communautaire » qui offre une protection dans tous les Etats membres.

L'enregistrement d'une marque a une validité initiale de dix ans et par paiement d'une redevance elle peut être renouvelée indéfiniment, de sorte qu'une marque peut subsister indéfiniment.

Un conseil en brevet et en marque peut vous aider dans ce domaine.

Il est recommandé comme mesure simple et peu coûteuse, afin d'informer le public de la présence d'une marque protégée, d'apposer le signe ® à toute marque qui est enregistrée.

#### **4.2. Protection par l'emballage non enregistré / le « Get up »/ ou la désignation d'un Produit.**

---

L'emballage spécifique, le « get up » ou la désignation d'un produit peut également faire l'objet de l'enregistrement d'une marque ou d'un dessin et modèle. Dans un tel cas les règles exposées aux 4.1 et 4.3 sont applicables.

Si, cependant, aucun enregistrement n'a été délivré, vous pouvez obtenir tout de même une protection juridique dans les circonstances suivantes :

- ❑ l'emballage/le « get up »/ la désignation doivent être reconnus comme distinctifs par les acheteurs et désigner un producteur particulier
- ❑ les copies de produit sont (intentionnellement ou non) présentées de façon trompeuse de sorte que le public est conduit ou supposé être conduit à croire que les copies proviennent de la même source que les produits originaux
- ❑ l'imitateur copie ces caractéristiques sans motif raisonnable
- ❑ le producteur des produits originaux doit subir ou est vraisemblablement supposé subir un dommage dû à la croyance erronée du public concernant la source de production.

Le fondement juridique d'une telle protection est la doctrine du « Passing Off » dans les pays de common law (e.g. le Royaume Uni), la loi sur les marques et/ou la loi sur la concurrence déloyale dans la plupart des autres pays.

On devrait cependant noter que, comparée à celle fondée sur une marque enregistrée, la mise en œuvre de cette protection juridique est très difficile et incertaine et que des différences existent de pays à pays. On ne doit l'envisager que comme un moyen d'urgence et l'enregistrement de la marque devrait être préféré partout où cela est possible. Comme il a été dit plus haut, l'Orgalime continue à soutenir l'harmonisation des législations dans ce domaine.

### **4.3. Protection par brevets, modèle d'utilité, dessins et modèles/ « Design patents »**

---

*Brevets* ils protègent des caractéristiques nouvelles d'un produit ou un procédé, s'ils ont été demandés pour un pays et ont été délivrés par l'autorité compétente, souvent après examen de la nouveauté et de la hauteur inventive. Leur durée de vie est au maximum de 20 ans dans la plupart des pays et ne peut être prolongée.

*Modèles d'utilité* n'existent que dans certains pays, par exemple en Allemagne, et peuvent être considérés comme des « petits brevets ». Ils sont officiellement enregistrés comme droits après une demande à l'Autorité compétente et peuvent durer pendant 10 ans.

*Dessins et modèles/ « Design Patents »* protègent la forme, considérée comme une apparence esthétique nouvelle d'un produit. La protection est réservée à la forme visible du produit qui n'est pas imposée par sa fonction technique. Dans la plupart des pays les dessins et modèles doivent être également enregistrés auprès de l'Autorité Etatique compétente. La durée de vie est limitée par les différentes lois nationales et varie d'un pays à l'autre.

Comme les marques enregistrées, ces DPI sont inclus dans l'accord ADPIC, de sorte que tout membre de l'OMC a l'obligation de fournir un enregistrement et un système de mise en œuvre efficaces. De plus, il existe en Europe et au niveau global des systèmes puissants de brevets, par lesquels une protection par brevet peut être obtenue dans plusieurs Etats par une seule demande.

On doit relever que ces types de DPI s'appliquent à des éléments qui ne doivent pas être rendus publics avant le dépôt de la demande auprès de l'Autorité compétente. Les brevets, modèles d'utilité ou dessins et modèles /brevets sur des objets qui ne sont pas nouveaux au moment du dépôt de la demande ne sont

pas valables dans la plupart des pays. Seuls quelques uns accordent une « période de grâce ».

Le coût d'obtention de la protection par brevet est plus élevé que celui de l'enregistrement des marques. Toutefois, lorsque le producteur d'une copie de produit n'utilise ni une marque ni un emballage protégé du produit original, mais « seulement » les caractéristiques techniques et esthétiques du produit original, les brevets et/ou dessins et modèles peuvent seuls permettre de parer aux copies de produit.

Dans tous les cas, les fabricants doivent aussi avoir une stratégie concernant ces types de DPI. En particulier ils devraient déposer une demande :

- dans les pays où il est possible de fabriquer des copies de produits
- dans les pays où les produits seront commercialisés.

#### **4.4. Protection par le droit d'auteur**

---

Le droit d'auteur protège les travaux littéraires et artistiques originaux, par exemple des textes, des photographies, des films, des sons, des programmes d'ordinateur ou des dessins et documents techniques. L'enregistrement auprès d'une Autorité Nationale n'est pas nécessaire, mais, s'il est souhaité, il peut être obtenu aux USA. En principe obtenir la protection par le droit d'auteur ne coûte rien.

Le droit d'auteur protège la forme ou l'expression d'une chose, mais ne protège pas une idée, une méthode, un algorithme ou quelque chose de similaire. Sa durée de validité est de 70 ans après le décès de l'auteur.

De même que les marques, brevets, et dessins et modèles, le droit d'auteur fait partie de l'accord ADPIC et les pays membres de l'OMC ont donc des obligations à ce titre.

Il est recommandé, mais pas obligatoire, d'assortir tout travail pour lequel la protection par le droit d'auteur est réclamée, d'un « avis de droit d'auteur ». Un tel avis se compose des éléments suivants :

- le © symbole ou le mot « Copyright » ou l'abréviation « Copr. »
- l'année de la première publication du travail
- le nom du titulaire du copyright sur le travail, ou une abréviation de ce nom, ou tout autre désignation alternative au moyen de laquelle le nom du titulaire peut être reconnu.

## 4.5. Pays d'origine

---

Bien que le marquage du pays d'origine ne soit pas nécessaire pour les produits vendus dans l'UE, d'autres marchés, tels que les USA l'exigent. Beaucoup de contrefacteurs utilisent frauduleusement ce marquage et c'est pourquoi l'usage légitime du marquage par le fabricant d'origine peut être considéré comme une protection additionnelle de facto pour leurs produits.

## 4.6. Mise en œuvre des droits de propriété intellectuelle

---

Si la copie du produit est en fait une contrefaçon, i.e. si un DPI est violé, il existe de puissants moyens pour mettre en œuvre vos droits et pour poursuivre en justice le contrefacteur.

Les moyens de mise en œuvre des DPI, ainsi que les conditions auxquelles ils sont soumis, sont fournis par l'accord ADPIC de l'OMC et comporte, parmi d'autres, des mesures provisoires, des procédures civiles et administratives ainsi que des réparations incluant des mesures d'interdiction, des exigences spéciales liées à des mesures à la frontière ainsi que des procédures pénales. Pour de plus amples informations, se reporter à l'accord ADPIC<sup>3</sup>.

Les moyens de mise en œuvre des DPI sont, en principe, à la disposition des titulaires des droits et des sociétés dans tous les Etats membres de l'UE.

Les sanctions qui peuvent être infligées à un contrefacteur sont :

- interdiction de poursuivre la fabrication de produits contrefaisants
- saisie des produits contrefaisants
- destruction des produits contrefaisants
- réparation du dommage subi par le fabricant original
- peines, éventuellement de prison.

Ces sanctions ne peuvent être encourues que suite à une instance judiciaire.

Avant d'engager un procès, vous devriez dénoncer l'infraction à la police. Quelque fois, l'activité de contrefaçon peut être arrêtée par des mesures administratives.

---

<sup>3</sup> OMC accord ADPIC IIIème Partie : Mise en œuvre des droits de propriété intellectuelle : l'accord ADPIC peut être téléchargé à l'adresse : <http://www.wto.org/english/docs-e/legal-e/27-trips.wpf>

Si vous devez aller en justice, il vous faudra connaître l'(les) autorité(s) compétente(s) en matière de contrefaçon des DPI et comment vous devez formellement porter plainte et la suivre.

**Il est recommandé d'agir en justice pour protéger vos droits de propriété intellectuelle dès que vous avez connaissance d'une possible contrefaçon car tout retard compromettrait la possibilité de mettre en œuvre vos DPI.**

Vous pouvez également utiliser le Règlement sur les barrières au commerce<sup>4</sup>, un mécanisme communautaire destiné à la fois aux sociétés prises individuellement et aux secteurs industriels rencontrant un problème de commerce international, pour demander l'intervention en votre nom de l'UE. Une vaste gamme de restrictions au commerce sont couvertes par le Règlement, et parmi elles les droits de propriété intellectuelle. Les sociétés peuvent déposer une plainte formelle à la Commission pour qu'elle enquête. Si la plainte est jugée recevable et que l'enquête de la Commission a révélé qu'une barrière contraire aux règles internationales existe et qu'un préjudice ou des effets défavorables ont été subis par l'industrie communautaire ou une société, la Commission ouvre des discussions avec le gouvernement concerné ou soumet le cas à la procédure de règlement des litiges de l'OMC.

---

<sup>4</sup> Règlement du Conseil (CE) N° 3286/94 du 22 décembre 1994. Le document peut être téléchargé à l'adresse : <http://europa.eu.int/comm/trade/policy/traderegul/index-en.htm> Pour de plus amples informations sur la procédure, voir « Qu'est ce que le Règlement communautaire sur les barrières commerciales ? L'ouverture de nouvelles opportunités pour les entreprises communautaires » Office des publications officielles des Communautés européennes (OPOCE).

## 5. PROTECTION PAR LA TECHNOLOGIE

A côté de la protection juridique dont bénéficient les produits, il existe aussi des dispositifs techniques que vous pouvez utiliser pour protéger votre produit. Ceux-ci incluent des hologrammes, des cartes à puce, des bandes magnétiques, des encres spéciales, des étiquettes microscopiques<sup>5</sup> (ces dispositifs bénéficient également d'une certaine protection législative)<sup>6</sup>.

Il existe un certain nombre de critères à prendre en considération quand vous sélectionnez votre méthode de protection :

- vous devriez en avoir l'exclusivité
- elle devrait être attachée de façon inséparable à votre produit
- elle devrait combiner des éléments visibles et invisibles
- il devrait être impossible de la copier, de la supprimer ou de la détériorer
- elle devrait avoir un coût acceptable.

L'usage de la technologie doit toujours s'accompagner d'un plan rigoureux de sécurité interne à la société ayant les caractéristiques suivantes :

- il doit être sans faille couvrant l'entrée des matières premières de sécurité, la production, l'installation et la commercialisation
- toutes ces phases, ainsi que le personnel de l'entreprise, devraient être soumises à des contrôles de sécurité
- tous les déchets devraient être collectés et détruits de manière sûre
- l'amélioration continue de la technologie utilisée est essentielle afin d'avoir toujours une étape d'avance sur les contrefacteurs.

Il est essentiel que les autorités douanières soient conscientes de vos efforts pour protéger vos produits et que des fonctionnaires reçoivent une formation suffisante afin de les aider à détecter des contrefacteurs.

On doit estimer que la protection technologique est quelque chose qui devrait venir en plus des autres actions mentionnées dans ce guide. Ce n'est pas une solution totale en elle-même. On doit se souvenir que le plus grand avantage des contrefacteurs est qu'ils peuvent se permettre de vendre le produit à une

---

<sup>5</sup> Guide de la CCI *Countering Counterfeiting* (1997) p. 25 – 28 (technologie disponible). CCI *International Anti-Counterfeiting Directory 2001*, p.77 – 123 (firmes produisant des technologies anti - contrefaçon).

<sup>6</sup> Directive 2001/29/CE sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la Société de l'Information, Art.6. Le document peut être téléchargé à l'adresse : [http://europa.eu.int/eur-lex/en/lif/dat/2001/en\\_301L0029.html](http://europa.eu.int/eur-lex/en/lif/dat/2001/en_301L0029.html)

fraction de votre prix économique et que beaucoup de leurs clients peuvent ne pas souhaiter y regarder de trop près pour savoir si les produits ou les marques sont d'origine.

## 6. ACTIONS DIRECTES CONTRE LES CONTREFACTEURS

Si en dépit des actions conseillées ci-dessus, vous vous trouvez face à un problème de contrefaçon il existe un grand nombre d'actions que vous serez nécessairement conduit à entreprendre.

Celles ci peuvent être divisées en plusieurs domaines, comme suit :

### **6.1. Une politique Anti-Contrefaçon de votre société**

---

La première étape dans la lutte contre la contrefaçon est de reconnaître l'existence ou la possible existence d'un problème. La seconde étape est l'établissement d'une politique anti-contrefaçon. Bien qu'il soit essentiel que la politique soit instaurée et soutenue par la direction elle sera mise en œuvre à tous les niveaux dans la société. La mise en œuvre de la politique devrait être coordonnée par une personne spécialement chargée de cette tâche et directement responsable envers la haute direction.

La politique devrait inclure les aspects suivants :

- le développement du produit
- le contrôle de la production
- le pilotage du marché
- l'information de la direction et spécialement la sécurité des communications électroniques
- la coopération avec les concurrents
- la coopération avec les autorités
- la coopération avec les distributeurs et leur éducation détecter les contrefacteurs sur le marché.

De plus amples informations sur la façon de mettre en œuvre un plan anti-contrefaçon dans une entreprise sont disponibles dans le guide de la CCI<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> CCI Bureau des renseignements sur la contrefaçon, *Countering Counterfeiting – A guide to Protecting and Enforcing Intellectual Property Rights*, (Avril 1997, p. 39-54.

## 6.2. Action juridique sur le marché

---

### 6.2.1 MESURES PRÉPARATOIRES

Pour des produits protégés par un droit de propriété intellectuelle (DPI) le titulaire du droit est la seule personne habilitée à intenter une action en vue de défendre ses droits. Très vraisemblablement vous aurez besoin de l'aide d'enquêteurs, de juristes et certainement des autorités nationales du pays dans lequel les produits contrefaisants sont fabriqués ou commercialisés. Les étapes à prendre varieront considérablement selon la nature et le lieu de la contrefaçon, mais elles peuvent être résumées de la façon suivante :

- ❑ Effectuer des enquêtes dans les pays où les produits contrefaisants sont commercialisés pour établir qui les vend. Il est important de tenter d'établir la source de production et la chaîne de commercialisation de ces produits
- ❑ Collecter des preuves montrant des détails sur les produits contrefaisants (p.e. par des échantillons, par des notices publicitaires, etc...) dans la mesure où ces détails sont pertinents pour vos DPI. Par exemple obtenir des preuves que les copies de produits portent votre marque ou une désignation distinctive, ou que la copie utilise la forme et l'apparence de vos produits associés à votre société par les consommateurs.
- ❑ Préparer une documentation attestant de vos DPI p.e. certificats d'enregistrement pour les marques, les brevets, les dessins et modèles etc..., ou la preuve que vos produits bénéficient d'une distinctivité et d'une réputation chez les clients quant à leur forme et leur apparence qui est utilisée dans les copies de produits.
- ❑ Etablir des liaisons avec des avocats locaux et/ou des enquêteurs et/ou des autorités spécialisées dans la poursuite judiciaire des produits de contrefaçon<sup>8</sup> et leur demander leur opinion sur les mesures qui ont le plus de chances d'être couronnées de succès.

Bien que le titulaire ait besoin d'être partie prenante dans ces actions, il est souvent plus efficace et économique de faire œuvrer ensemble contre les contrefacteurs plusieurs sociétés du même secteur concerné. Il faut se souvenir que les contrefacteurs ne sont pas limités à une seule marque, ils peuvent à leur guise en changer et ils le font, et qu'en travaillant ensemble on peut restreindre leurs options.

Les organisations listées en annexe peuvent donner des conseils et/ou appuyer les sociétés.

---

<sup>8</sup> Pour de plus amples informations concernant les cabinets d'avocats, les enquêteurs, et les producteurs de dispositifs anti-contrefaçon voir : CCI Bureau de renseignements sur la contrefaçon *L'annuaire international anti-contrefaçon (2001)*.

## 6.2.2 ETAPES SUIVANTES

Si les mesures préparatoires ont conduit à penser que les actions judiciaires contre le(s) contrefacteur(s) seront probablement couronnées de succès, notamment si la source d’approvisionnement est identifiée et si l’opinion de votre juriste est que vous avez une bonne chance de faire prévaloir vos DPI contre les produits contrefaisants, il faut envisager les mesures suivantes :

- ❑ votre juriste local doit aviser les autorités locales et travailler avec elles afin de prévoir une perquisition dans l’usine, la saisie des produits contrefaisants et en conséquence leur destruction
- ❑ envisager une action civile afin d’obtenir réparation des dommages dont vous avez souffert
- ❑ envisager une procédure pénale afin que le contrefacteur soit puni d’une amende et/ou d’une peine de prison.

Dans le cas où les produits ne sont pas protégés par des droits enregistrés ou par le droit d’auteur, il est encore possible dans certains pays d’engager une action fondée sur la concurrence déloyale, le « passing off », ou la contrefaçon de marque contre un produit qui est une imitation à l’identique si les conditions décrites au chapitre 4.2 ci-dessus s’appliquent.

Si vous estimez que de telles circonstances peuvent être prouvées, les actions décrites ci-dessus pourraient être engagées mais vous devriez savoir qu’obtenir un jugement peut être plus difficile voire impossible dans certains pays. Un avis juridique devrait être pris avant de s’engager dans une telle action.

## 6.2.3 Actions durant les foires expositions

Les foires expositions sont souvent utilisées par les contrefacteurs pour attirer l’attention des acheteurs légitimes sur leurs produits. Si c’est le cas dans votre secteur de marché, il existe plusieurs actions que vous pourriez entreprendre.

### Avant la foire

- ❑ rassembler un dossier de documents d’enregistrement concernant brevet, marque, ou dessin et modèle
- ❑ informer le bureau de dédouanement sur les produits exposés que vous soupçonnez d’être des contrefaçons. Le bureau peut saisir les contrefaçons avant l’ouverture de la foire
- ❑ obtenir des copies d’avertissements antérieurs ou décisions judiciaires à l’encontre des contrefacteurs
- ❑ contacter un avocat local ou l’avocat attaché à la foire pour vous assurer de son soutien rapide durant la foire

- ❑ si vous êtes sûr que des produits de contrefaçon seront exposés durant la foire, vous devriez alerter les autorités douanières

#### **Durant la foire**

- ❑ rassembler des preuves (produits, catalogues, cartes professionnelles, photographies)
- ❑ empêcher d'autres présentations durant la foire
- ❑ obtenir des informations sur le fabricant
- ❑ obtenir de l'exposant qu'il signe une déclaration d'abandon
- ❑ contacter le bureau du représentant de l'Etat dans la foire, s'il existe, pour tenter de négocier une intervention administrative.

#### **Après la foire**

- ❑ obtenir une décision judiciaire
- ❑ empêcher des ventes ultérieures sur le marché
- ❑ empêcher une présentation lors de futures foires

FWI, le syndicat allemand des fabricants d'outils, a élaboré un guide qui contient des modèles et spécimen sur le sujet, qui pourraient vous intéresser<sup>9</sup>.

## **6.2.4 Coopération avec les autorités douanières européennes**

Il est essentiel que vous établissiez de bons contacts de travail avec les autorités douanières compétentes surtout dans le cas où les contrefaçons de vos produits pénètrent dans l'UE à partir de l'extérieur. Conformément au Règlement 3295/94, les Autorités Douanières sont habilitées à saisir à la frontière les produits suspectés d'être des contrefaçons, pourvu que certaines conditions soient réalisées :

- ❑ une demande soit déposée par le titulaire des droits
- ❑ une contrefaçon soit suspectée
- ❑ les procédures douanières aient été respectées.

Le titulaire des droits est la personne qui détient la marque commerciale, le brevet, un droit d'auteur ou le dessin et modèle.

A la réception de la demande comportant l'information nécessaire et l'acquiescement d'une redevance, les autorités douanières vont travailler avec le titulaire des droits pour évaluer la demande et, si elle est acceptée, aviser les

---

<sup>9</sup> Le guide *Fighting Product and Trade Mark Piracy* par Fachverband Werkzeugindustrie e.V peut être commandé à partir de [www.werkzeug.org](http://www.werkzeug.org) (disponible en anglais et en allemand).

douaniers pour surveiller les produits contrefaisants. Les produits suspectés seront alors gardés en attente d'une décision définitive sur la saisie. La décision doit être prise dans les 10 jours ouvrables (max. 20) après la détention des biens.

Nous encourageons fortement les sociétés à faire une demande d'intervention des douanes, car en pratique, il est essentiel que les autorités douanières soient intervenues.

Les formulaires de demande et les informations supplémentaires comme les procédures à suivre, les adresses des bureaux centraux dans les Etats membres, et beaucoup d'autres sont disponibles sur le site web du Bureau Central des droits de propriétés intellectuels : [www.grenzbeschlagnahme.de](http://www.grenzbeschlagnahme.de) .

## 7. ACTION INDIRECTE/POLITIQUE

### 7.1. Importance d'une action politique

---

Même si l'action la plus réussie est seulement de lutter contre l'incendie, il est important que les titulaires de droits intentent les actions ci-dessus décrites afin de se protéger ainsi que leurs produits contre les abus par les contrefacteurs. Afin d'agir à long terme sur la capacité des contrefacteurs d'opérer et d'entrer dans la chaîne d'approvisionnement il est nécessaire d'atteler la puissance de l'Union Européenne à notre cause car elle est l'un des plus grands blocs commercial du monde.

### 7.2. Contribution à la banque de données de l'Orgalime

---

Les problèmes de contrefaçon l'industrie européenne ne seront vraiment pris au sérieux que si nous sommes en mesure d'en montrer l'échelle et de fournir les données nécessaires aux officiels de l'UE afin qu'ils les utilisent durant les négociations avec les pays tiers permettant aux contrefacteurs d'agir sous leur juridiction. Il est dès lors important d'établir une base de données afin de fournir le plus possible d'informations pertinentes. L'information contenue dans cette base de données pourrait aussi être d'un utile secours pour les sociétés du même secteur. Les sociétés sont alors encouragées à contribuer à cette base de données, dont les détails peuvent être obtenus auprès de votre organisation professionnelle<sup>10</sup> ou directement auprès de l'Orgalime ([www.orgalime.org](http://www.orgalime.org)).

### 7.3. Base de données CE

---

Sur un plan plus général, il existe une base de données sur l'accès au marché CE. Cette base est interactive et fournit aux sociétés une possibilité commode d'informer les décideurs politiques sur les problèmes rencontrés sur les marchés tiers. Munie de l'information sur les barrières commerciales, l'UE peut s'en saisir sur un plan multilatéral ou bilatéral. La base de données sur l'accès au marché est accessible par : <http://mkaccdb.eu.int/>

---

<sup>10</sup> Voir la liste donnée en annexe

## **8. FAIRE NAÎTRE UNE PRISE DE CONSCIENCE DANS LE PUBLIC**

Il est vital que le public comprenne que, à côté de la perspective de performances décevantes, les faux présentent de réels dangers pour la sécurité.

Des pièces détachées contrefaites pour les moteurs d'avions aux vannes à gaz, des outils aux accessoires électriques, les faux peuvent être mortels. Pour atteindre le niveau correct de prise de conscience il est essentiel que l'industrie promeuve activement la diffusion d'informations sur les produits de contrefaçon.

## 9. HISTOIRES DE SUCCES

### 9.1. Opération dragon électrique

---

L'opération dont le nom de code est « Dragon Electrique » est un exemple des bénéfiques qui peuvent être retirés d'une action conjointe. Les sociétés impliquées dans le projet étaient aussi bien de grandes multinationales que des PME.

**1. Le problème** - Sur une période de deux ans il était devenu évident à plusieurs sociétés que des accessoires électriques et des disjoncteurs portant leur marque et copiant leurs dessins et modèles, mais n'étant pas de leur fabrication, circulaient sur de nombreux marchés extérieurs. Quelques-unes de ces sociétés intentèrent une action en leur nom propre contre le vendeur et le fabricant de ces produits, mais il était devenu clair que la pratique était déjà répandue et s'étendait. En plus, les perquisitions effectuées dans les usines montraient que les contrefacteurs s'apprêtaient à copier et en fait produisaient une large gamme de produits de copie portant la marque leader de l'un des titulaires, mais du fait que les perquisitions ne touchaient qu'un seul ensemble de d'entrepôts la majeure partie du stock des contrefaçons n'avait pas été touchée.

**2. La réaction** – Dans le cadre de l'Association des Fabricants d'Equipement d'Installation Electrique (AFEIE) fut faite une proposition d'action conjointe dirigée contre les contrefacteurs chinois des produits des sociétés adhérentes, ainsi naquit l'opération Dragon Electrique. Huit sociétés participèrent à ce projet se partageant les coûts d'un enquêteur professionnel, et les coûts juridiques et logistiques consécutifs. On espérait partager aussi les bénéfices d'une efficacité accrue.

**3. L'opération** – Les enquêteurs commencèrent par examiner les activités des commerçants de l'EAU pour essayer d'identifier ceux qui voulaient fournir des faux produits et, à travers eux, de remonter la chaîne d'approvisionnement jusqu'aux usines pirates en Chine. En plus, un travail d'enquêtes fut entrepris à l'Exposition des Exportations Chinoise des Marchandises qui se tient deux fois par an à Guangzhou et plus connue sous le nom de Foire de Canton. L'exposition attire plus de 7000 stands et environ 100.000 visiteurs de 175 pays. A la suite de ces enquêtes, furent sélectionnées 25 usines cibles dans la région de Wenzhou pour des perquisitions sur site, parmi elles, 20 furent jugées capables de fabriquer des contrefaçons.

**4. Les perquisitions** – Avec la coopération des fonctionnaires du Bureau d'Etat de Supervision Technique (BST) 17 usines firent l'objet d'une perquisition sur une période de trois jours principalement la nuit et durant le week-end. Ces usines étaient par nature clandestines et souvent protégées par des gangs armés et il fut nécessaire d'organiser, d'informer et de transporter sur le site un grand nombre de fonctionnaires. Les Autorités chinoises furent utiles, coopératives et efficaces à la fois dans la production des mandats nécessaires et dans la réalisation des perquisitions. Les usines perquisitionnées étaient diverses en taille et sophistication mais toutes fonctionnaient très en dessous des normes requises de santé et de sécurité. Les produits saisis étaient généralement de qualité inférieure aux normes ; en fait beaucoup de copies baptisées disjoncteurs n'étaient que de simples relais.

**5. Les résultats** – Plus de 500.000 produits de contrefaçon furent identifiés et la plupart furent saisis. En plus, 25 gabarits et 4 plaques d'impression furent détruits ainsi que de nombreux moules dont quelques-uns furent détruits sur place.

On a estimé que la capacité de production totale des usines perquisitionnées s'est élevée à 1.850.000 composants de relais et 1.500.000 accessoires par mois, et que cette capacité a été sérieusement réduite.

Aujourd'hui 7 sociétés ont été déclarées coupables et condamnées à des amendes dont le montant varie de 25.000 à 250.000 RMB. Plus de 380.000 des produits saisis ont été détruits ainsi que 20 moules. L'action se poursuit contre les autres sociétés dont les propriétaires n'ont pas encore été retrouvés ou qui ont fait appel. Des visites de suivi ont montré qu'aucune des usines qui ont été perquisitionnées ne sont à présent en production.

**6. Nouvelles étapes** – Dragon Electrique 2 est déclenchée en ce moment et, muni de l'expérience tirée de la phase 1, on s'attend à une issue davantage couronnée de succès.

## **9.2. Le combat contre sept différentes contrefaçons d'autocuseurs**

---

Cette opération est l'exemple d'une réponse résolue d'une société à la contrefaçon, en coopération avec les syndicats nationaux et les autorités locales étrangères.

**1. Le problème** – Une société française, fabricant d'autocuseurs, découvrit des contrefaçons de ses produits les plus renommés, sur de nombreux marchés (Turquie, Liban, Arabie Saoudite, Grèce, Pays Bas,...). La société découvrit que les produits étaient exposés aux foires de Hiwu et Guangzhu en Chine. De larges publicités étaient déployées à l'entrée de l'une de ces foires.

Les copies étaient des contrefaçons de brevets et de dessins et modèles enregistrés et aussi de marques.

**2. La stratégie** – La société, adhérente à la Fédération des Industries Mécaniques (FIM) et membre de l'Association des Fabricants Anti - contrefaçon, demanda d'abord au bureau en Chine de cette dernière association comment procéder pour s'informer sur les autorités locales et sur la législation. En Chine, deux autorités sont principalement responsables des poursuites judiciaires contre les contrefacteurs :

- l'Autorité Administrative pour les Affaires de Brevets (AAB), qui s'occupe des brevets et des dessins et modèles
  - l'Administration de l'Industrie et du Commerce (AIC) pour les marques.
- Aux foires principales il existe un Bureau de l'Administration d'Etat.

La société fonda essentiellement sa stratégie sur une intervention lors de la foire de Gangzhou.

**3. L'opération** – Lors du premier jour de la foire, les produits des exposants furent examinés ; le résultat fut que, sur 10 des 12 stands, on trouva des produits de contrefaçon. Contact fut pris avec les officiels de la foire, pour leur demander d'intervenir. Les attestations de droits de propriété furent bien sûr produits (brevets, dessins et modèles, marques). Après une discussion, l'autorité accepta de déléguer un huissier, qui vint sur les stands accompagné de représentants de la société et entrepris plusieurs retraits de produits (c'est à dire une confiscation de produits et non un simple constat d'huissier).

**4. Le suivi juridique et ses Résultats** - La société entama alors des poursuites judiciaires avec l'AAB, mais avant la comparution, elle réussit à signer une transaction avec les sociétés concernées, par laquelle elles s'engagèrent à arrêter la fabrication des contrefaçons.

A l'audience de l'AAB, le juge homologua la transaction approuvant la saisie et l'arrêt de fabrication des contrefaçons. (L'AAB n'est pas, dans la plupart des cas, autorisée à attribuer des compensations financières au plaignant, mais dans un autre cas une société a obtenu 8000 Yuan de dommages-intérêts).

#### **5. Observations**

- Plusieurs actions en justice furent entamées, quelques-unes avec l'AIC. Le résultat fut la saisie de nombreuses contrefaçons dont les moules furent détruits.
- La difficulté essentielle consiste à trouver l'emplacement des usines parce que, premièrement, les exposants à la foire ne sont en général que des commerçants et des vendeurs, et que deuxièmement, quelques fabricants ne sont que des sous-traitants. Les fabriques de contrefaçons furent localisées dans la région de Zhejiang (à 200 kilomètres au sud de Shanghai).
- De telles actions ne sont totalement couronnées de succès que si les contrefaçons sont des copies serviles, et ne réussiront pas s'il existe des différences, fussent-elles légères, entre l'original et sa copie.

### **9.3. La lutte contre les contrefaçons et la protection de la sécurité des produits**

---

**1. Le problème** – Strix, un fabricant d'appareils de contrôles et d'interfaces sans fil pour des bouilloires, des cruches et pour une large gamme d'appareils à eau bouillante, souffre – et lutte agressivement – de contrefaçons de ses droits de propriété intellectuelle et agit aussi pour défendre la sécurité des produits. Les copies chinoises des produits Strix sont des imitations proches, mais la plupart sont commercialisées sous le nom du fabricant chinois. Les producteurs sont incapables de satisfaire les exigences techniques, de performance, de qualité, et de sécurité applicables à des produits critiques du point de vue sécurité. Les actions de Strix ont pour cible la nature dangereuse de bouilloires électriques équipées de copies de composants. Cette approche présente plusieurs avantages, en particulier celui de la rapidité. Quand un service chargé de la surveillance du marché comprend que le consommateur court un risque, il peut provoquer le rappel du produit aux frais de l'importateur. Dès qu'un détaillant a compris le problème il peut immédiatement agir. C'est en conséquence une solution coûteuse évitant d'onerux procès.

**2. La solution** – Il n'existe pas de solution standard ; celle-ci variera selon les pays, le cas et le produit. Le fondement essentiel de toute action réside dans les Normes Internationales de Sécurité. Les éléments variables qui ont une influence sur le succès sont les lois locales, le niveau de corruption, les comportements et préjugés des particuliers, les budgets consacrés à la surveillance du marché, l'interprétation des normes, le revenu disponible du consommateur, et la réputation de la chaîne d'approvisionnement.

#### **3. Le processus**

- Attaquer la source. Une fois que les produits sont exportés, les problèmes sont multipliés. Les actions s'appuient sur les normes locales et leur mise en œuvre par le gouvernement local.
- Evaluer les conséquences. Selon le pays de réception, ceci peut mettre en œuvre la législation sur le contrôle des importations, la surveillance du marché et les normes locales, l'information de la chaîne d'approvisionnement et l'information du consommateur.
- Développer des alliances (par exemple les ministères gouvernementaux, les associations professionnelles, les organisations de consommateurs, les concurrents de bonne foi, et les commerçants de bonne réputation, distributeurs, grossistes et revendeurs).

#### 4. Les résultats : 2001

**Chine** – Le VDE (l’Institut allemand leader de la certification et des Essais pour les produits électrotechniques) et Strix ont organisé un séminaire dans les centres d’essais chinois, mettant en lumière les faiblesses essentielles. L’Administration Chinoise d’Etat pour le Contrôle à l’Entrée et à la Sortie et la Quarantaine (ACESQ), a entrepris des enquêtes auprès des fabricants de bouilloires non sûres et d’autres dispositifs, empêchant leur exportation. L’ACESQ a rendu visite en Europe accompagnée d’une délégation conduite par son Vice-Ministre.

Une délégation européenne conduite par la Direction Générale Entreprise, s’est déplacée en Chine afin de renforcer la coopération entre l’Europe et les autorités chinoises chargées du contrôle des importations et exportations.

**République Tchèque** – Les bouilloires électriques non sûres sont l’objet actuellement d’une enquête financée par le gouvernement. Ceci a fait suite au retrait de 15 différentes marques des plus importantes chaînes de supermarchés. Carrefour a retiré des bouilloires Beam de ses rayons.

**Russie** – Les bouilloires sont l’objet d’une enquête. 320 centres d’essais et de certification sont alertés sur des bouilloires munies de dispositifs de contrôle contrefaisants. SPROS (le magazine des consommateurs russes) a comparé les performances de bouilloires équipées de dispositifs de contrôles d’origine à celles équipées de dispositifs de contrôle contrefaisants.

**Pays Bas** – L’Inspection pour la Protection de la Santé Publique et Vétérinaire a retiré de la circulation les bouilloires électriques Tristar en utilisant la clause de sauvegarde de la directive « Basse Tension ». Cependant l’importateur a remplacé la bouilloire dangereuse par une version légèrement modifiée qui ne remplit pas les normes de sécurité, et les autorités néerlandaises en ont autorisé la vente.

**Belgique** – Les magasins Kruidvat ont cessé la vente des bouilloires Tristar. Celles-ci avaient remplacé les bouilloires objet de la clause de sauvegarde invoquée par les Pays Bas qui en dépit de leur non-conformité en avait autorisé la vente. Les Pays Bas avaient, semble-t-il, craint une action des importateurs. Ces bouilloires sont des contrefaçons des DPI de Strix.

**Royaume Uni** – Tesco a envoyé à tous ses magasins des instructions pour ne plus approvisionner de bouilloires électriques équipées de dispositifs de contrôle contrefaisants. Le service des normes du commerce a retiré des bouilloires de 24 volts importées des Pays Bas après qu'un utilisateur se soit brûlé. Ces bouilloires étaient équipées de contrefaçons du dispositif de contrôle Strix. Des copies d'une bouilloire Kenwood équipées de dispositifs de contrôle contrefaisants ont été détectées sur les docks de Felixstowe et ont été retournées en Chine.

**Malaisie** – La production de bouilloires Elba et Sanyo équipées de dispositifs de contrôle contrefaisants a été arrêtée. 7 marques différentes ont été prouvées non sûres et devraient être éliminées.

**Hongrie** – Les bouilloires Katomo ont été retirées de la vente dans les magasins Metro.

**Pologne** – Les bouilloires Eldom et Domix sont soumises à des enquêtes gouvernementales.

## 10. ANNEXE

### ASSOCIATIONS MEMBRES DE L'ORGALIME

#### ALLEMAGNE

**VDMA** Lyoner Straße 18

D - 60528 Frankfurt/Main

Tel : (49).69.660.30 - Fax : (49).69.660.31.511

e-mail : [puoe@vdma.org](mailto:puoe@vdma.org) - web site : [www.vdma.org](http://www.vdma.org)

**WSM** Goldene Pforte 1

D - 58093 Hagen/Emst

Tel : (49).2331.9588.12 - Fax : (49).2331.9587.12

web site : [www.wsm-net.de](http://www.wsm-net.de)

**ZVEI** Stresemannallee 19

D - 60591 Frankfurt/Main

Tel : (49).69.630.21 - Fax : (49).69.630.23.17

e-mail : [zvei@zvei.org](mailto:zvei@zvei.org) - web site : [www.zvei.de](http://www.zvei.de)

#### AUTRICHE

**FMWI** Wiedner Hauptstraße 63

A - 1045 Wien

Tel : (43).1.50.10.50 - Fax : (43).1.505.09.28

e-mail : [fmwi@fmwi.at](mailto:fmwi@fmwi.at) - web site : [www.fmwi.at](http://www.fmwi.at)

**FEEI** Mariahilfer Straße 37/39

A - 1060 Wien

Tel : (43).1.588.39.0 - Fax : (43).1.586.69.71

e-mail : [fvi19@feei.at](mailto:fvi19@feei.at) - web site : [www.feei.at](http://www.feei.at)

#### BELGIQUE

**AGORIA** "Diamant Building", 80, Bld Reyers

B - 1030 Bruxelles

Tel : (32).2.706.78.00 - Fax : (32).2.706.78.01

web sit : [www.agoria.be](http://www.agoria.be)

#### DANEMARK

**DI** H.C. Andersens Boulevard 18

DK - 1787 Copenhagen V

Tel : (45).33.77.33.77 - Fax : (45).33.77.33.00

e-mail : [di@di.dk](mailto:di@di.dk) - web site : [www.di.dk](http://www.di.dk)

## **ESPAGNE**

**CONFEMETAL** Principe de Vergara 74  
E - 28006 Madrid

Tel : (34).91.562.55.90 - Fax : (34).91.562.84.77

e-mail : [confemetal@confemetal.es](mailto:confemetal@confemetal.es) - web site : [www.confemetal.es](http://www.confemetal.es)

**SERCOBE** Calle Jorge Juan, 47  
E - 28001 Madrid

Tel : (34).91.435.72.40 - Fax : (34).91.577.09.10

e-mail : [sercobe@sercobe.es](mailto:sercobe@sercobe.es)

## **FINLANDE**

**MET** Etelaräntä 10, SF - 00131 Helsinki 13

Tel : (358).9.192.31 - Fax : (358).9.624.462

web site : [www.met.fi](http://www.met.fi)

**SET** Etelaräntä 10, SF - 00131 Helsinki 13

Tel : (358).9.192.31 - Fax : (358).9.635.855

web site : [www.electroind.fi](http://www.electroind.fi)

## **FRANCE**

**FIM** Maison de la Mécanique  
F - 92 038 Paris la Défense Cedex

Tel : (33).1.47.17.60.00 - Fax : (33).1.47.60.16

e-mail : [fim@mail.fimeca.com](mailto:fim@mail.fimeca.com) - web site : [www.fim.net](http://www.fim.net)

**FIEEC** rue Hamelin 11  
F - 75 783 Paris Cedex 16

Tel : (33).1.45.05.70.70 - Fax : (33).1.45.53.03.93

e-mail : [comm@fieec.fr](mailto:comm@fieec.fr) - web site : [www.fieec.fr](http://www.fieec.fr)

## **GRANDE BRETAGNE**

**BEAMA** Westminster Tower - 3 Albert Embankment  
GB - London SE1 7SL

Tel : (44).207.793.30.00 - Fax : (44).207.793.3003

e-mail : [info@beama.org.uk](mailto:info@beama.org.uk)

**GAMBICA** Westminster Tower - 3 Albert Embankment  
GB - London SE1 7SW

Tel : (44).207.793.30.44 - Fax : (44).207.793.7635

e-mail : [assoc@gambica.org.uk](mailto:assoc@gambica.org.uk) - web site : [www.gambica.org.uk](http://www.gambica.org.uk)

**METCOM** Carlyle House 235/237 Vauxhall Bridge Rd.  
GB - London SW1V 1EJ  
Tel : (44).207.233.70.11 - Fax : (44).207.828.06.67  
e-mail : [ecampbell@metcom.org.uk](mailto:ecampbell@metcom.org.uk) - web site : [www.metcom.org.uk](http://www.metcom.org.uk)

### **IRLANDE**

**IEEF** Confederation House 84/86  
Lower Baggot Street, IRL - Dublin 2  
Tel : (353).1.605.16.76 - Fax : (353).1.638.16.76  
e-mail : [ieef@ibec.ie](mailto:ieef@ibec.ie)

### **ITALIE**

**ANIE** Via Gattamelata 34, I - 20149 Milano  
Tel : (39).02.32.642.42 - Fax : (39).02.32.642.12  
e-mail : [daniel.kraus@anie.it](mailto:daniel.kraus@anie.it) - Web site : [www.anie.it](http://www.anie.it)

**ANIMA** Via Battistotti Sassi 11, I - 20133 Milano  
Tel : (39).02.739.71 - Fax : (39).02.739.73.16  
e-mail : [anima@anima-it.com](mailto:anima@anima-it.com) - web site : [www.anima-it.com](http://www.anima-it.com)

### **LUXEMBOURG**

**ILTM** Rue Alcide de Gasperi 7, BP 1304  
L - 1013 Luxembourg  
Tel : (352).43.53.661 - Fax : (352).43.23.28  
e-mail : [fedil@fedil.lu](mailto:fedil@fedil.lu)

### **NORVEGE**

**TBL** Oscars Gate 20, P.O. Box 7072  
N - 0306 Oslo 3  
Tel : (47).22.59.00.00 - Fax : (47).22.59.00.01  
e-mail : [tbl@tbl.no](mailto:tbl@tbl.no) - web-site : [www.tbl.no](http://www.tbl.no)

### **PAYS-BAS**

**FME-CWM** Boerhaavelaan 40  
Postbus 190 NL - 2700 AD Zoetermeer  
Tel : (31).79.353.11.00 - Fax : (31).79.353.13.65  
e-mail : [bur@fme.nl](mailto:bur@fme.nl) - web-site : [www.fme.nl](http://www.fme.nl)

**METAALUNIE** Einsteinbaan 1  
Postbus 2600 NL - 3439 Nieuwegein  
Tel : (31).3060.533.44 - Fax : (31).3060.531.22  
e-mail : [info@metaalunie.nl](mailto:info@metaalunie.nl) - web-site : [www.metaalunie.nl](http://www.metaalunie.nl)

### **PORTUGAL**

**ANEMM** Estrada do Paço do Lumiar  
Polo tecnologico de Lisboa, Lote 13 - P - 1600 Lisboa  
Tel : (351).1.715.21.72 - Fax : (351).1.715.04.03  
e-mail : [anemm@anemm.pt](mailto:anemm@anemm.pt) - web-site : [www.anemm.pt](http://www.anemm.pt)

**SUEDE**

**VI** Storgatan 5 Box 5510, S - 114 85 Stockholm  
Tel : (46).8.782.08.00 - Fax : (46).8.782.09.41  
e-mail : [vi@vi.se](mailto:vi@vi.se) - web-site : [www.vi.se](http://www.vi.se)

**SUISSE**

**SWISSMEM** Kirchenweg 4, Case Postale  
CH - 8032 Zürich  
Tel : (41).1.384.41.11 - Fax : (41).1.384.42.42  
e-mail : [info@swissmem.ch](mailto:info@swissmem.ch) - web-site : [www.swissmem.ch](http://www.swissmem.ch)

**HONGRIE**

**MAGOSZ** Kuny Domokos u.13-15, H – 1012 Budapest  
Tel : (36) 1 202 39 85 – Fax : (36) 1 356 00 40  
e-mail : [magosz@dbassoc.hu](mailto:magosz@dbassoc.hu) - Web-site : [www.dbassoc.hu/magosz](http://www.dbassoc.hu/magosz)

**SLOVENIE (Associate member)**

**MPIA** Dimiceva 13, SL – 1000 Ljubljana  
Tel : (386) 1589.8309 - Fax : (386) 61 1898 100  
e-mail : [infolink@gzs.si](mailto:infolink@gzs.si) - web-site : [www.gzs.si](http://www.gzs.si)

**REPUBLIQUE TCHEQUE (Observer associate)**

**ELA** Dacickeho 10 – CZ – 14000 Praha 4  
Tel : (420) 2 6121 3623 – Fax : (420) 2 6121 3626  
e-mail : [ela@ncip.cz](mailto:ela@ncip.cz) - web-site : [www.electroindustry.cz](http://www.electroindustry.cz)

**ESTONIE (Observer associate)**

**EML** Mustamae tee 4 – EE – 10621 Tallinn  
Tel : (372) 611 5893 – Fax : (372) 656 6640  
e-mail : [eml@ltnet.ee](mailto:eml@ltnet.ee)

**POLOGNE (Observer associate)**

Federation of the Economic Chambers of the Electromechanical Industries of Poland  
ul. Pozaryskiego 28 - PL - 04-703 Warszawa  
Tel : (48) 22 812.20.35 - Fax : (48) 22 812.20.35  
e-mail : [seruga@iel.waw.pl](mailto:seruga@iel.waw.pl)

**AUTRES ASSOCIATIONS POUVANT FOURNIR DES CONSEILS ET/OU DE L'AIDE AUX ENTREPRISES**

Une liste d'autres associations pouvant fournir des conseils et/ou de l'aide aux entreprises est disponible sur le site web Orgalime : [www.orgalime.org](http://www.orgalime.org)

# 11. BIBLIOGRAPHIE

## I. Guides et annuaires anti-contrefaçon

Fachverband Werkzeugindustrie, *Fighting Product and Trade Mark Piracy*.

Ce guide peut être obtenu à l'adresse suivante : [www.werkzeug.org](http://www.werkzeug.org) (disponible en anglais et allemand).

ICC Counterfeiting Intelligence Bureau, *The International Anti-Counterfeiting Directory 2001*.

Cet annuaire peut être obtenu à l'adresse e-mail suivante : [ccs@icc-ccs.org](mailto:ccs@icc-ccs.org) – Site internet : [www.icc-ccs.org](http://www.icc-ccs.org).

ICC Counterfeiting Intelligence Bureau, *Anti-Counterfeiting Technology – A Guide to Protecting and Authenticating Products and Documents*. ICC Publication No 630. ISBN 92.842.1293.6.

Cette publication peut être obtenue à l'adresse e-mail suivante : [ccs@icc-ccs.org](mailto:ccs@icc-ccs.org) – Site internet : [www.icc-ccs.org](http://www.icc-ccs.org).

ICC Counterfeiting Intelligence Bureau, *Countering Counterfeiting – A Guide to Protecting and Enforcing Intellectual Property Rights*, April 1997. ICC Publication No. 574 ISBN No 92.842.1231.X

Ce guide peut être commandé à l'adresse suivante : [ccs@icc-ccs.org](mailto:ccs@icc-ccs.org) – Site internet : [www.icc-ccs.org](http://www.icc-ccs.org).

Publication Orgalime, *Drawings and technical documents : Ownership and protection against improper use*, June 1993. Cette publication peut être obtenue via [www.orgalime.org](http://www.orgalime.org) (disponible en anglais et français).

Publication de la Commission européenne, *What is the Community's Trade Barriers Regulation? Opening new trade opportunities for European business*, Office for official publications of the European Communities, L - 2985 Luxembourg.

*Ceci est une publication de l'Orgalime.*

*Orgalime regroupe les fédérations des industries mécaniques, électriques, électroniques et de la transformation des métaux dans vingt et un pays européens et assure la liaison entre ces organisations dans les domaines juridiques, techniques et économiques.*

Tous droits réservés  
© 2001 ORGALIME

Editeur responsable : Adrian Harris, Secrétaire Général  
Couverture : avec la gracieuse permission de Strix Ltd

ORGALIME  
(Liaison group of the European mechanical, electrical, electronic and  
metalworking industries)