



Objectifs

- Repérer les diverses formes prises par la contrefaçon.
- Prendre conscience des conséquences du phénomène.
- Mesurer les risques pris par le consommateur non vigilant.
- Amener à une attitude citoyenne au regard de la contrefaçon.



Prérequis

Les notions de base sur la propriété intellectuelle.



Déroulement

Le travail proposé peut être conduit par les élèves soit de façon autonome en classe ou au CDI, soit sous forme de travail personnel. Les élèves peuvent également consulter en cas de besoin les documents 29 et 30 de la documentation générale. Les questions 2, 3 et 4 peuvent être éventuellement réparties entre les élèves en vue d'une restitution orale. L'exploitation du cas et de la documentation peut aussi donner lieu à un débat.



Corrigé des questions

- ▶ **1. Montrez que les bonnes affaires réalisées ou envisagées par vos camarades ne sont qu'un leurre et qu'elles peuvent leur causer des ennuis sérieux. Relevez ce qui aurait dû les alerter. Appuyez-vous sur l'annexe 1.**

Tous les articles évoqués dans le cas sont des contrefaçons. Ils ne présentent pas les qualités que la marque garantit normalement à l'acheteur.

Le caractère dérisoire du prix aurait dû alerter vos camarades car il ne s'agit pas simplement d'une réduction pouvant s'expliquer par l'existence d'une fin de série. Par ailleurs, le lieu de vente ne correspond pas au standing des marques et, enfin, on assiste à une véritable explosion des ventes de contrefaçon sur Internet. Une vigilance plus grande aurait permis de s'apercevoir que les produits achetés ne présentent pas exactement les mêmes caractéristiques que ceux qu'ils contrefont (forme du crocodile, nombre de rayures, emballage différent, par exemple).

Acheter une contrefaçon n'est jamais une bonne affaire. Les risques pris par les acheteurs sont de trois ordres :

- sécurité : les produits contrefaisants sont de moins bonne qualité, ils peuvent même être dangereux pour la santé et s'avérer inutilisables. Les acheteurs n'ont pas vraiment réalisé une économie ;
- garanties : lors de l'achat d'une contrefaçon, aucune garantie sur la conformité du produit n'est accordée au consommateur, aucun service après-vente n'est assuré ;
- sanctions : l'acheteur et l'utilisateur sont considérés comme des contrefacteurs et à ce titre peuvent être sanctionnés.

- ▶ **2. Récapitez toutes les sanctions encourues par les contrefacteurs.**

Est contrefacteur le fabricant, le revendeur, l'acheteur et l'utilisateur d'une contrefaçon.

Le contrefacteur encourt trois types de sanctions :

- être condamné à payer à l'entreprise victime de la contrefaçon des dommages et intérêts (sanction civile) ; ce type de sanction s'applique surtout au fabricant et au vendeur ;
- être condamné à une sanction pénale de trois à cinq ans de prison et à une amende pouvant atteindre 500 000 euros ;
- être condamné par la douane à la confiscation de la marchandise contrefaisante, à payer une amende de une à deux fois la valeur du produit contrefait et à une peine de prison pouvant atteindre trois ans.



▶ **3. Listez les principales mesures destinées à lutter contre la contrefaçon. Donnez des arguments qui justifient ces mesures.**

- Des campagnes de sensibilisation en direction de nombreux publics, dont les jeunes, doivent alerter l'opinion publique afin de responsabiliser les consommateurs et de leur faire prendre conscience des dangers et des conséquences économiques négatives de la contrefaçon.
- Une amélioration du dispositif légal de lutte contre la contrefaçon, notamment par des sanctions pénales destinées à dissuader.
- Un renforcement des contrôles (création d'une cyberdouane), de la coopération entre les services répressifs (douane, police, gendarmerie, DGCCRF) et de la coopération entre ces services et les entreprises victimes de la contrefaçon.
- Un développement de la coopération internationale, en vue d'harmoniser le droit, d'échanger des informations et des bonnes pratiques, doit permettre une mobilisation à grande échelle contre la contrefaçon.

▶ **4. Réalisez une plaquette destinée à sensibiliser les jeunes consommateurs à l'évolution du phénomène de la contrefaçon. Appuyez-vous sur l'annexe 2.**

Les idées suivantes seront mises en évidence :

- La contrefaçon est un fléau mondial.
- Le domaine de la contrefaçon s'est élargi au-delà du secteur du luxe : tous les secteurs de la consommation et tous les secteurs industriels sont touchés par le fléau de la contrefaçon.
- La contrefaçon constitue un grave danger pour la santé et la sécurité des consommateurs.
- La contrefaçon détruit des emplois.
- La contrefaçon constitue une perte de recettes fiscales pour l'État.
- La contrefaçon porte atteinte à l'innovation et à l'image des entreprises.
- La contrefaçon sur Internet constitue un problème croissant d'une ampleur considérable.
- L'Union européenne renforce la lutte contre la contrefaçon (Plan européen global de lutte contre la contrefaçon).