



## Objectifs

- Identifier la contrefaçon.
- Percevoir les risques liés à la contrefaçon.
- Repérer les conséquences de la contrefaçon.
- Faire prendre conscience des dangers de la contrefaçon.



## Prérequis

- Les notions générales sur la propriété intellectuelle (cf. document 3 de la documentation générale).
- Les notions générales sur la contrefaçon (cf. document 29 de la documentation générale).



## Déroulement

La séance de travail sera structurée en quatre temps autour des questions suivantes :

- La contrefaçon, qu'est-ce que c'est ?
- Quelles sont les conséquences de la contrefaçon ?
- En tant que consommateur, suis-je concerné par la contrefaçon ?
- Comment éviter le piège de la contrefaçon ?

Ce dernier point peut donner lieu à un travail de groupes et à la maison.

Le professeur peut soit faire exploiter par les élèves le document 29 de la documentation générale, soit présenter lui-même les grandes lignes de ce qu'est la contrefaçon. En effet, c'est à ce prix que les élèves pourront valablement répondre au questionnaire qui vise à s'assurer de leur compréhension, de leur mémorisation et de leur capacité à mobiliser leurs connaissances en matière de propriété intellectuelle.



## Corrigé des questions

### 1. Quels sont les droits violés par la contrefaçon ?

Ce sont les droits de propriété intellectuelle.

### 2. Cochez la bonne réponse dans le tableau ci-dessous.

Propositions	Vrai	Faux
a) La reproduction d'un seul élément d'une marque n'est pas une contrefaçon (par exemple : utiliser le signe distinctif de Nike, la virgule, mais avec un autre nom).		X
b) La contrefaçon ne porte que sur des créations protégées par un titre de propriété industrielle ou par des droits d'auteur ou droits voisins.	X	
c) Pour qu'il y ait contrefaçon, celui qui la commet doit le faire volontairement.		X
d) Copier un logiciel de jeu pour le donner à un ami est une contrefaçon.	X	



Propositions	Vrai	Faux
e) On peut utiliser sur des rollers un système de fixation breveté, sans autorisation du propriétaire du brevet, si celui-ci ne l'utilise que sur des skis.		X
f) Utiliser des photos prises sur Internet pour les insérer dans une revue est une contrefaçon.	X	
g) Vendre des plaquettes de frein comme pièces d'origine d'un constructeur automobile alors qu'elles utilisent un matériau différent et ne portent pas la référence du constructeur est une contrefaçon.	X	
h) La vente sur Internet de médicaments censés traiter le diabète sous un nom proche d'un médicament connu est une contrefaçon.	X	
i) Trouver un jean Diesel vendu à la sauvette quatre fois moins cher fait supposer qu'il s'agit d'une contrefaçon.	X	
j) Utiliser un procédé d'emballage vu sur un article présenté dans un salon, mais n'ayant pas été déposé, est une contrefaçon.		X

*Le professeur pourra, au fur et à mesure de l'exposé des réponses, en faire exprimer oralement la justification (exemple : toute copie d'un logiciel autre qu'une copie de sauvegarde est illégale : l'exception de « copie privée » qui autorise à copier un CD audio ou un DVD pour un usage strictement privé et familial n'existe pas pour les logiciels de jeu vidéo).*

### 3. D'après l'annexe, la contrefaçon touche-t-elle seulement les produits de luxe ? Citez des types de produits particulièrement concernés.

La contrefaçon a touché pendant longtemps les articles de luxe (maroquinerie, parfums, vêtements haut de gamme), mais désormais presque tous les secteurs sont concernés (jouets, médicaments, pièces détachées, produits alimentaires, articles d'usage courant).

### 4. Comment la contrefaçon évolue-t-elle ? Est-elle en augmentation ou en diminution ?

La contrefaçon est en forte augmentation tant par le nombre de produits que par la nature des produits qui font l'objet de contrefaçon.

### 5. Citez quelques conséquences de la contrefaçon pour les entreprises.

Les entreprises subissent un manque à gagner dû aux ventes perdues du fait de l'existence de la contrefaçon. La baisse des ventes peut les amener à réduire leur activité de production et menacer l'emploi dans l'entreprise. La baisse des bénéfices peut limiter les sommes que l'entreprise souhaite consacrer à la recherche de produits nouveaux ou à l'amélioration de produits existants. La contrefaçon banalise la marque et nuit à son image de qualité.

Enfin, une contrefaçon forte dans un domaine peut étouffer toute la filière.

### 6. Citez quelques conséquences de la contrefaçon pour la France.

On estime à 30 000 le nombre d'emplois perdus du fait de la contrefaçon. Celle-ci nuit donc à la croissance de l'économie en mettant des entreprises en difficulté notamment dans certains secteurs plus vulnérables.

### 7. Relevez quelques conséquences de la contrefaçon pour le consommateur.

L'achat de produits contrefaisants fait peser des risques sur le consommateur (risques sur sa santé pour les médicaments, risques sur sa sécurité pour des pièces détachées automobiles par exemple) du fait d'une moindre qualité. En cas de défaillance du produit, il ne dispose pas de garantie.

### 8. Dans l'ensemble, les effets de la contrefaçon vous semblent-ils en faveur du consommateur ?

Non, car s'il a initialement l'impression de réaliser une bonne affaire en payant moins cher, le client prend des risques et n'obtient pas la même qualité. De plus, son comportement n'est pas civique puisqu'il ne respecte pas la loi (consciemment ou par manque d'information).

9. Rédigez une fiche présentant les « bonnes pratiques du consommateur attentif ». Vous y énumérerez quelques précautions à prendre ou quelques règles à observer pour ne pas vous faire complice des contrefacteurs.

Il n'est pas possible de donner un corrigé type, ni dans la forme ni dans la formulation. On peut espérer trouver quelques mots-clés :

- vigilance :
  - observation de la qualité du produit,
  - examen attentif des étiquettes, des notices présentant le produit ;
- méfiance :
  - à l'égard de modes de vente atypiques,
  - à l'égard de prix très bas ;
- attention ;
- précaution ;
- ne pas prendre de risques.

*Selon le niveau de la classe, le professeur peut faire traiter cette question par les élèves sans utiliser de texte support ; le texte ci-dessous peut alors servir de corrigé. Le professeur peut aussi choisir de fournir ce texte aux élèves pour alimenter leur réflexion.*

### Comment déceler un produit de contrefaçon ?

**Quand un consommateur a le moindre doute sur l'authenticité d'un produit qu'il envisage d'acheter, il doit l'examiner avec attention, de façon à s'assurer qu'il ne s'agit pas d'une contrefaçon. Il faut notamment tenir compte :**

→ de la qualité du produit

Les produits contrefaisants sont souvent de qualité très inférieure à celle des originaux. Il faut vérifier des points comme les coutures, la peinture du produit, la symétrie des lignes...

→ du prix

Il convient de se méfier des offres de prix anormalement basses et des « trop bonnes affaires », mais aussi des articles proposés sur des marchés parallèles pour un prix inférieur au prix habituellement pratiqué. Il s'agit parfois de contrefaçons dont on veut donner ainsi l'impression que ce sont bien des originaux.

→ de l'emballage et de l'étiquetage

L'emballage des produits contrefaisants est rarement bien étudié et bien fini. Une mauvaise qualité d'impression, notamment, révèle souvent une contrefaçon. Il faut également examiner avec attention les étiquettes, sur lesquelles doivent figurer un certain nombre de renseignements concernant le fabricant et le produit : toute erreur sur l'orthographe des noms de société et de la marque est révélatrice d'une contrefaçon. Les certificats d'authenticité, les conditions de garantie et le service après-vente proposés sont aussi des indices parlants...

→ du lieu de vente

À l'étranger, en particulier, il faut se méfier de lieux de vente qui n'ont pas pignon sur rue et se fier à la notoriété du vendeur. La plus grande vigilance s'impose sur Internet, notamment sur les sites d'enchères en ligne, qui proposent de très nombreuses contrefaçons. Si le doute persiste, le consommateur ne doit pas hésiter à contacter la société qui fabrique les produits authentiques qui pourra l'aider à détecter une éventuelle contrefaçon, voire à engager une procédure si le produit a déjà été acheté.

Source : Campagne de mobilisation nationale contre la contrefaçon :  
« Contrefaçon, non merci », INPI et CNAC, 2006.

