

LES PME ET LA CONTREFAÇON

La contrefaçon est l'action de reproduire par copie ou imitation une œuvre littéraire, artistique ou industrielle au préjudice de son auteur, de son inventeur. Elle revêt de multiples formes, bien souvent à l'insu du consommateur de bonne foi.

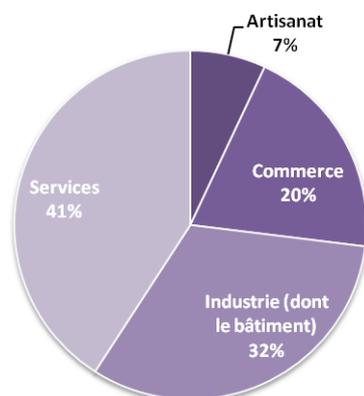
Les PME sont particulièrement touchées par ce fléau et le dépôt de titres de propriété intellectuelle ne suffit pas toujours à les préserver de la contrefaçon. Aujourd'hui, tous les secteurs sont concernés par ce phénomène.

Cette étude a pour principal objet de dresser un bilan des obstacles réels des PME face à la contrefaçon et de proposer des solutions pour permettre aux entreprises de lutter ou de se prémunir plus efficacement contre ce fléau.

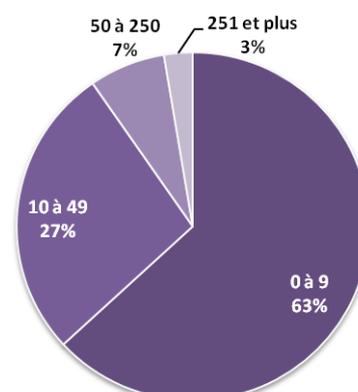
Elle a été réalisée via le site Internet de la CGPME entre le 21 septembre et le 23 octobre 2011. Au total, 115 entreprises ont répondu à cette enquête.

I- Votre entreprise

Secteur d'activité



Taille de l'entreprise



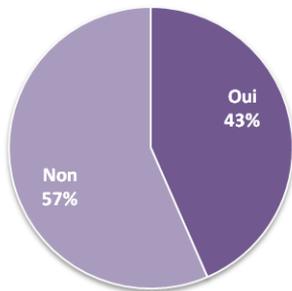
Les secteurs les plus représentés dans cette étude sont les services (41 % des répondants), l'industrie (32 %), le commerce (20 %) et, dans une moindre mesure, l'artisanat (7 %).

Les micro-entreprises (employant moins de 10 salariés) constituent près des 2/3 du panel des répondants. Elles sont suivies par les petites entreprises (employant entre 10 et 49 salariés ; 27 %) et les entreprises de taille moyenne (7 %). A la marge, se trouvent les entreprises de plus de 250 salariés.

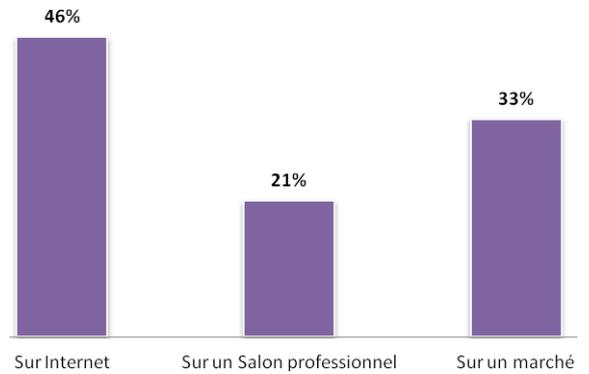
Ces résultats montrent que l'ensemble des secteurs se sentent concernés par ce sujet.

II- Votre entreprise et la contrefaçon

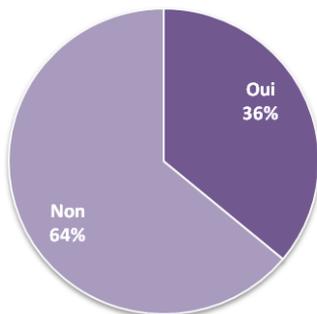
Dans le cadre de votre activité, vous a-t-on déjà contrefait un de vos produits ?



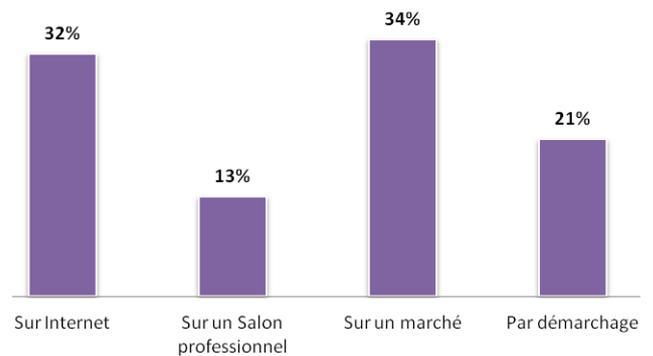
Si oui, comment l'avez-vous découvert ?



Vous a-t-on déjà proposé des contrefaçons ?



Si oui, par quels canaux ?



Les entreprises sont régulièrement confrontées à la contrefaçon. En effet, 43 % d'entre elles ont déclaré avoir subi la contrefaçon d'un de leurs produits et 36 % se sont vues proposer des produits contrefaits.

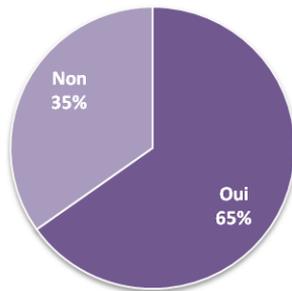
Il semble que les canaux privilégiés par les contrefacteurs sont :

- Internet :
 - 46 % des entreprises ont découvert la contrefaçon d'un de leurs produits par ce biais ;
 - Il a été proposé des produits contrefaits par ce canal à 32 % des entreprises.
- Les marchés :
 - 33 % des entreprises se sont aperçues qu'un de leurs produits avait été contrefait en se rendant sur un marché ;
 - 34 % des entreprises se sont vues proposer des produits contrefaits par ce canal.
- Les salons professionnels :
 - 21 % des entreprises se sont aperçues qu'un de leurs produits avait été contrefait à l'occasion d'un salon professionnel ;
 - Il a été proposé des produits contrefaits par ce canal à 13 % des entreprises.

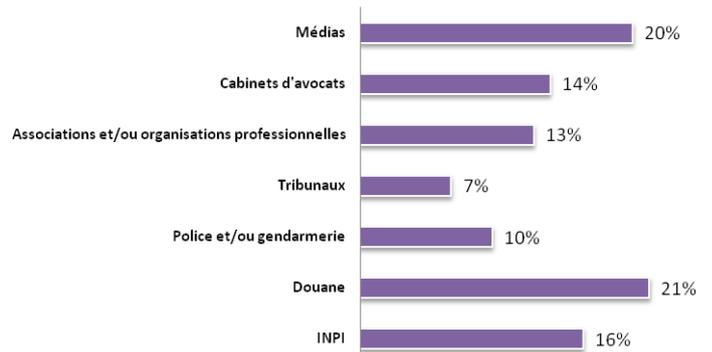
Ainsi, la cyber-contrefaçon est l'un des vecteurs privilégiés par les contrefacteurs. Par conséquent, la CGPME estime que l'instauration d'une campagne de sensibilisation est l'un des moyens de lutte contre la contrefaçon à mettre en place prioritairement. De plus, un renforcement de l'information du consommateur sur la provenance de l'objet vendu sur internet (et sur les conséquences, notamment, en perte d'emplois en France) peut être de nature à éduquer les gens sur cette problématique.

III- Votre entreprise et la lutte anti-contrefaçon

Avez-vous eu connaissance d'opérations menées en matière de lutte anti-contrefaçon ?



Si oui, par quels intermédiaires ?

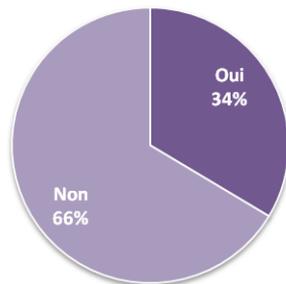


Les PME semblent assez bien informées en matière de lutte anti-contrefaçon puisque pratiquement 2/3 d'entre elles ont connaissance d'opérations menées en matière de contrefaçon. Ces chiffres démontrent que les campagnes de sensibilisation sont plutôt positives.

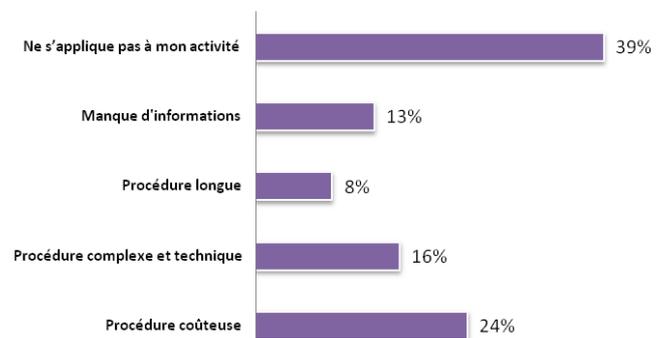
La Douane, ainsi que les médias arrivent en tête de leurs sources d'information (cités respectivement par 21 % et 20 % des entreprises).

Dans une moindre mesure, l'INPI (16 %), les cabinets d'avocats (14 %) et les organisations professionnelles constituent les autres sources d'information les plus souvent citées.

Afin de protéger vos produits, déposez-vous des titres de propriété intellectuelle systématiquement ?



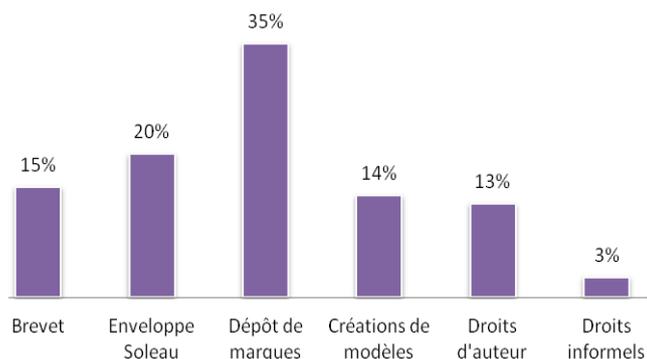
Si non, pourquoi



Toutefois, malgré ce niveau d'information, les PME ne déposent pas systématiquement des titres de propriété intellectuelle. Outre le fait que 39 % des entrepreneurs estiment que cela ne s'applique pas à leur activité, 24 % dénoncent une procédure coûteuse quand 16 % évoquent sa complexité.

Le sentiment de complexité de la procédure s'explique par le fait que les petites entreprises n'ont pas les moyens de se faire assister par un conseil en propriété intellectuelle.

Avez-vous déjà utilisé un moyen de protection tel que :



Le dépôt de marque est le moyen de protection le plus souvent cité par les PME (35 % des cas), suivi par l'enveloppe Soleau (20 % des cas).

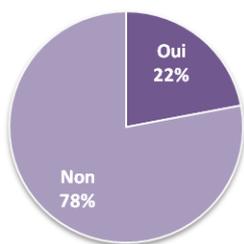
L'utilisation des autres moyens de protection est plus équilibrée :

- 15 % des PME ont déjà déposé un brevet ;
- 14 % d'entre elles ont créé des modèles ;
- 13 % ont eu recours aux droits d'auteurs.

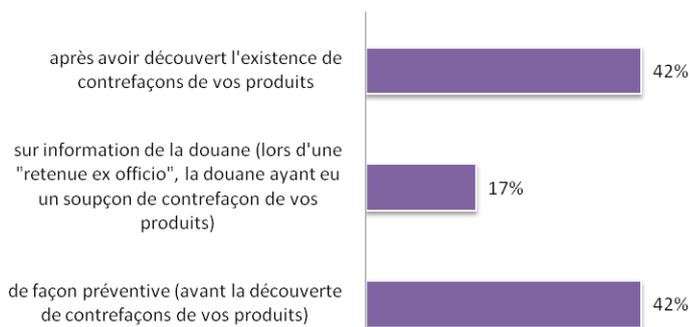
Seul le recours aux droits formels est marginal.

On peut supposer que l'enveloppe Soleau est privilégiée par rapport au brevet dans la mesure où celle-ci ne constitue pas un coût pour l'entreprise.

Plus particulièrement, connaissez-vous les possibilités offertes par la retenue en douane des marchandises suspectées de contrefaçons pour protéger gratuitement les entreprises, quelle que soit leur taille ?

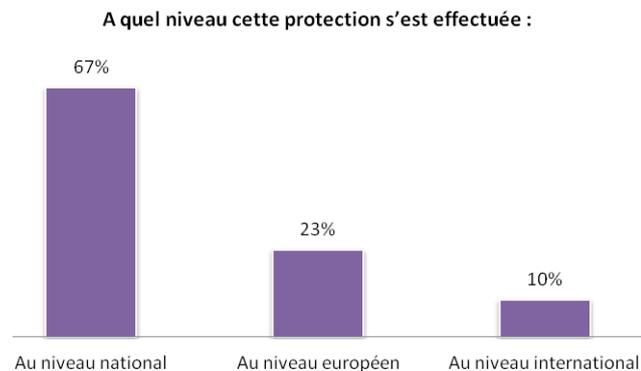


Si oui, l'avez-vous fait :



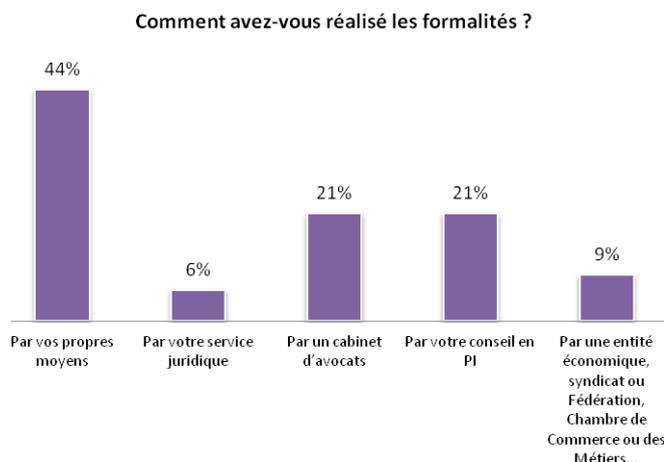
Il est important de noter que près d'un quart des PME connaît les possibilités offertes par la retenue en Douane. La plupart du temps, l'utilisation de cette possibilité est le fait de l'entreprise :

- soit de manière préventive (42 % des cas) ;
- soit de manière ex-post, c'est-à-dire après la découverte de l'existence de produits contrefaits (42 % des cas).



Ces résultats reflètent la composition du commerce international français, en particulier celui des micro-entreprises. La protection s'effectue :

- D'abord, au niveau national (67 % des cas) : il s'agit avant tout de se protéger des produits que l'on importe;
- Ensuite, au niveau européen (23 % des cas) : les exportations françaises s'orientent en premier lieu vers les pays de l'Union européenne. Il s'agit donc de protéger les produits que l'on exporte. Cette observation confirme l'intérêt du brevet unitaire ;
- La protection se fait à l'international mais de manière plus marginale (10 % des cas), les exportations françaises des micro-entreprises ne dépassent pas souvent les frontières européennes.



Etant donné que les PME ne disposent pas, dans la plupart des cas, de service juridique dédié à la protection des produits, ces formalités sont le fait de l'entreprise elle-même :

- 44 % des entreprises indiquent avoir effectué ces démarches par leurs propres moyens, quand seules 6 % sont passées par leur service juridique dédié ;
- 21 %, ont effectué ces démarches par le biais de leur cabinet d'avocats ;
- 21 % ont consulté leur conseil en propriété intellectuelle.

Ainsi, on constate que près de la moitié des PME réalisent ces formalités par leurs propres moyens. En effet, en prenant le seul cas du brevet, une entreprise doit payer certaines taxes ainsi que les honoraires des spécialistes pour se protéger. On peut rappeler que le coût moyen d'un dépôt de brevet est de l'ordre de 5 000 €, dont 536 € de taxes au minimum. De plus, pour le maintenir en vigueur, l'entreprise devra acquitter des « annuités ». Ainsi, si ces dernières s'élèvent à 36 € la seconde année, elles augmentent progressivement pour atteindre 720 € la 20^{ème} année. Le coût du dépôt reste donc élevé pour une petite entreprise pour que celle-ci puisse se protéger.

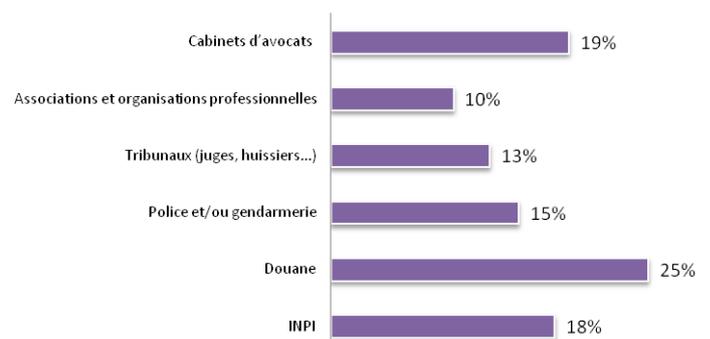
Il convient de noter qu'une réduction de 50 % sur les principales redevances de procédures et de maintien en vigueur des brevets en France est accordée par l'INPI aux PME de moins de 1000 salariés ainsi qu'aux organismes à but non lucratif.

Or, les chiffres de notre enquête montrent que ces aides spécifiques restent insuffisantes pour que l'ensemble des PME investissent dans la Propriété Intellectuelle (PI). En effet, on constate qu'elles sont pratiquement 44 % à réaliser leurs formalités par leurs propres moyens et que seulement 15 % des entreprises interrogées déposent un brevet. Pour éviter que les questions financières soient une cause de découragement des entreprises dans l'investissement en matière PI, il est primordial que la totalité des redevances soient prises en charge par l'Etat.

Connaissez-vous les intervenants face à ce type de délinquance ?



Si oui, lesquels ?

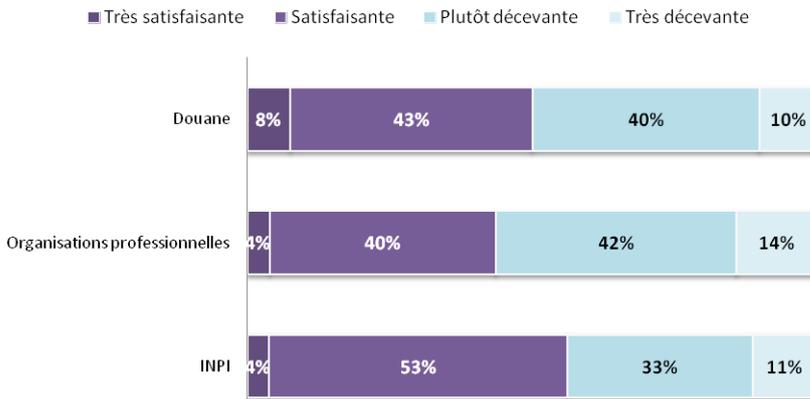


Plus de 56 % des personnes interrogées connaissent les intervenants pour faire face à la contrefaçon. La Douane, les cabinets d'avocats et l'INPI, sont les vecteurs d'informations les plus souvent cités par les entreprises (dans, respectivement, 25 %, 19 % et 18 % des cas).

Toutefois, ces résultats montrent que si la majorité des PME se déclarent bien informées quant aux intervenants de la lutte anti-contrefaçon, on peut constater que 44 % des entreprises interrogées ne connaissent pas du tout les intervenants, ce qui démontre que le dirigeant se trouve « désarmé » face à ce type de délinquance. Il est donc nécessaire de continuer à communiquer sur cette thématique.

IV. Comment jugez-vous l'efficacité des intervenants dans la lutte anti-contrefaçon? (Très satisfaisante/satisfaisante/plutôt décevante/très décevante)

Dans le cadre du conseil et de la sensibilisation

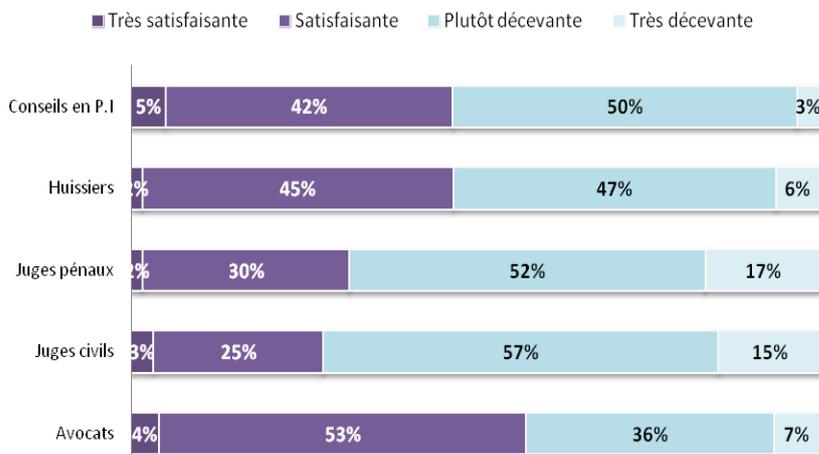


On peut constater que les entreprises interrogées sont partagées même si elles s'estiment satisfaites, dans l'ensemble, du conseil et de la sensibilisation :

- De la Douane, dans 51 % des cas ;
- De l'INPI, dans 57 % des cas.

Les réponses montrent, néanmoins, que les efforts doivent être poursuivis pour que les besoins des entreprises en matière de conseil et de sensibilisation soient mieux pris en compte.

Concernant les moyens d'actions



Concernant les moyens d'action, les PME sont plus partagées.

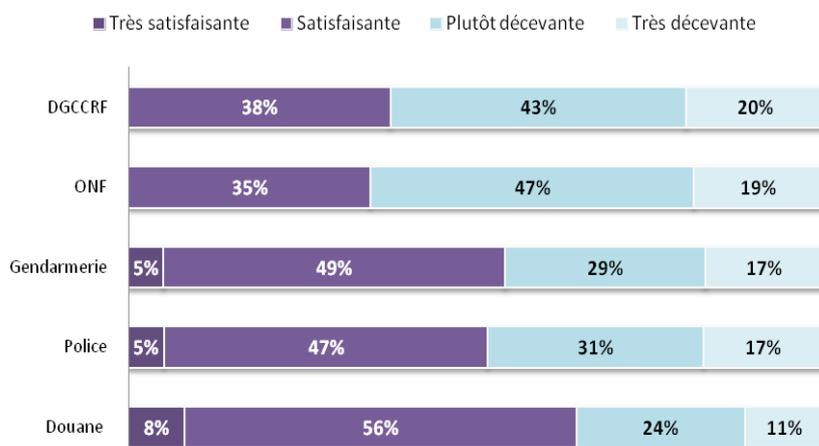
- 57 % d'entre elles s'estiment satisfaites de l'action des avocats ;
- 47 % sont satisfaites de l'action des huissiers ;
- 68 % et 72 % des PME dénoncent des moyens d'actions décevants de la part des juges pénaux et des juges civils.

On observe que l'avocat devance légèrement le Conseil en Propriété Intellectuelle, notamment en raison de ses compétences qui lui autorisent de « porter l'affaire » devant les tribunaux, compétence que ne détiennent pas les Conseils en Propriété intellectuelle (CPI). Il est donc logique que les avocats et les CPI arrivent en tête des choix des chefs d'entreprises, l'huissier et le juge (civil ou pénal) n'intervenant qu'en « deuxième phase » de la procédure : celle de l'exécution.

Il semblerait que les juges, pénaux ou civils, n'ont pas une vision suffisamment tournée vers la réalité du monde entrepreneurial. Il en résulte le sentiment général que le juge pénal, et dans une moindre mesure le juge civil, n'ont pas les moyens ou ne sont pas suffisamment spécialisés dans ce type de contentieux pour pouvoir mener une action efficace afin de réparer le préjudice de l'entreprise victime de contrefaçon et cela alors même que les textes ont évolué. Ainsi, une sensibilisation supplémentaire des magistrats aux enjeux de la lutte anti-contrefaçon est essentielle.

De ce fait, pour la CGPME, il est nécessaire de former les magistrats à la gestion des contentieux compte tenu de la technicité de la PI et des problèmes de contrefaçon. La proposition, issue du rapport d'information sur l'évaluation de la loi n° 2007-1544 du 29 octobre 2007 de lutte contre la contrefaçon datant du 9 février 2011, tendant à « améliorer la formation des magistrats par l'obligation de suivre une formation spécialisée préalable, continue de haut niveau en matière de propriété intellectuelle » est une piste qui ne doit pas être écartée.

En matière de répression



Dans 64 % des cas, les chefs d'entreprise jugent leur action efficace. La Douane est naturellement plébiscitée, la lutte anti-contrefaçon étant une compétence quasi exclusive de ses services.

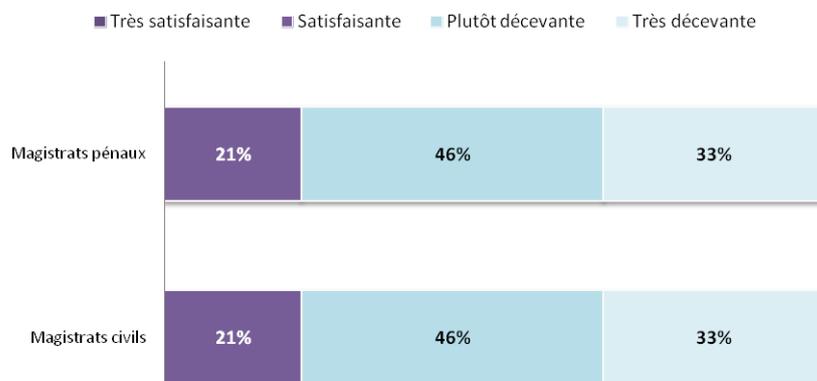
Même si la majorité des entreprises considèrent que l'action de la Douane est efficace, elles ont conscience des limites actuelles de sa compétence notamment en matière de coopération entre les entreprises et ses services. Or, il s'agit d'une condition essentielle à la bonne application de cette procédure.

Une réflexion pourrait donc être ouverte sur la mise en place d'une base de données commune aux douanes et autres corps de contrôle des 27 Etats membres.

Les dirigeants de PME sont également satisfaits des actions de répression menées par la gendarmerie (54 % des cas) et la police (52 % des cas).

En revanche, ils considèrent comme inefficaces les actions de répression menées par la DGCCRF (63 % des cas) et l'ONF (66 % des cas). Ces chiffres s'expliquent certainement par le fait que leurs actions sont de proximité.

En matière d'indemnisation



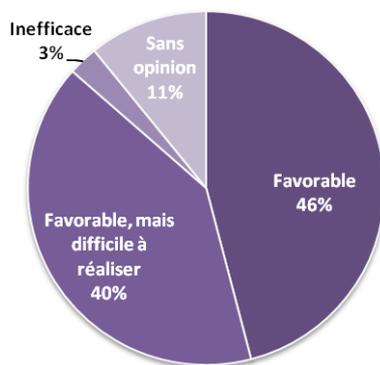
A titre liminaire, 79 % des chefs d'entreprise ne se considèrent pas suffisamment indemnisés, que la procédure soit lancée au pénal ou au civil. Ces résultats démontrent que l'entreprise n'est pas indemnisée à la hauteur du préjudice subi.

On peut ainsi en déduire que le contrefacteur sort « vainqueur » de la procédure puisqu'il n'est pas dissuadé financièrement de ses agissements. Par conséquent, la CGPME plébiscite une réflexion autour de l'indemnisation du préjudice.

La lutte contre la contrefaçon reste souvent problématique, notamment pour les PME/PMI, dont les moyens humains et financiers sont insuffisants : coût des procès, issue juridique incertaine, puissance de certains contrefacteurs.

De plus, en pratique, lorsque l'issue du procès est favorable, l'indemnisation proposée ne couvre généralement pas les frais engagés ce qui peut dissuader pour partie certaines entreprises à faire valoir leur droit. Ainsi, une définition des préjudices plus large permettra certainement une hausse à terme des indemnisations proposées.

V. Cellule d'alerte – proposition CGPME



Cette proposition est plébiscitée par 86 % des chefs d'entreprise, même si 40 % estiment que la mise en place d'une telle cellule sera difficile à réaliser.

A l'image d'une grande entreprise (ou une concentration d'entités commerciales) qui instaure un département de veille de ses produits sur le marché, les PME doivent avoir recours à un système de prévention similaire, autrement dit à une cellule d'alerte.

Celle-ci instituée au niveau départemental, serait composée d'acteurs privés et publics coordonnant leurs efforts auprès des PME afin de repérer les produits contrefaisants (baisse de l'activité par la perte des marchés, veille sur les salons professionnels,...) et d'opérer une mutualisation des connaissances entre les PME (formation au sein de la PME du personnel en propriété intellectuelle, échanges entre les entreprises des parades trouvées pour prévenir la contrefaçon, mise à disposition d'un juriste...)

VI. Autres moyens de lutte anti-contrefaçon évoqués par les PME

Les chefs d'entreprise interrogés ont souligné :

- le manque de sanctions envers les contrefacteurs ;
- leurs difficultés à mener une action au niveau international pour poursuivre le fraudeur ;
- la nécessité de renforcer la mutualisation des connaissances en matière de propriété intellectuelle ainsi que la mise en place d'un service de veille approprié ;
- Le manque d'informations sur les produits contrefaits (notamment en provenance des douanes et par pays) ;
- Une meilleure prise en compte du coût de la protection (brevet, marque, etc.) notamment au niveau international.

De même, pour les PME interrogées, le brevet unitaire est un enjeu crucial. La CGPME tient à réaffirmer sa demande forte quant à la création d'un brevet "unitaire, économique et compétitif" permettant aux PME de valoriser leurs innovations avec, en parallèle, la création d'un système juridictionnel clair, rapide, efficace, accessible et à un coût raisonnable.