

Déclaration de M. Eric Woerth, ministre du budget, des comptes publics et de la fonction publique, sur les deux axes (prévention et sanction) de la politique de lutte contre la contrefaçon, Paris le 30 avril 2009.

Lancement de la campagne anti-contrefaçon 2009 menée par la Douane et le Comité Colbert, à Paris le 30 avril 2009

Site d'origine : <http://www.budget.gouv.fr>, le 5 mai 2009

Madame la Présidente,

Madame la Déléguée générale,

Mesdames et Messieurs les membres du Comité Colbert,

Monsieur le Directeur général des douanes et droits indirects,

Mesdames et Messieurs,

C'est avec un grand plaisir que j'annonce aujourd'hui le lancement de la campagne anti-contrefaçon 2009 menée par la douane et le Comité Colbert.

En faisant le choix de manier l'humour et les slogans chocs, les affiches de ces campagnes nationales font réfléchir nos concitoyens aux dangers de la contrefaçon.

C'est une sensibilisation qui les renvoie à la mauvaise qualité des produits qu'ils risquent d'acheter et qui leur donne une information utile sur les sanctions encourues. En quelques mots, les choses sont dites clairement.

On apprend qu'en achetant une contrefaçon, on commet un délit, qui est assimilable à un vol, que pour une somme modique on peut devenir receleur, que les sanctions que l'on risque sont lourdes et que la douane veille à travers ses contrôles à ce que les voyageurs ne rapportent pas de contrefaçons de leurs voyages à l'étranger.

Ces campagnes sont organisées à l'initiative du Comité Colbert, avec le soutien des douanes et sont placées sous l'égide du CNAC, le Comité national anti-contrefaçons. Elles permettent, mieux que les discours officiels ou les textes de loi, de faire comprendre aux consommateurs que la contrefaçon est un véritable fléau économique.

Et je pense que nos concitoyens seront d'autant plus sensibles à ce message dans une période de crise, durant laquelle chacun mesure l'importance de la protection de nos emplois et donc de nos marques et de nos industriels.

La lutte contre la contrefaçon doit reposer sur deux actions complémentaires : la prévention - c'est l'objet de cette campagne - mais aussi la répression - qui est la mission de l'administration des douanes.

I - Les services douaniers sont particulièrement mobilisés dans la lutte contre la fraude et je voudrais revenir sur les résultats qu'ils ont obtenus en 2008 dans le domaine des contrefaçons.

I.1 - Les chiffres des saisies n'ont jamais été aussi élevés.

En 2008, les agents des douanes ont intercepté 6,5 millions d'articles contrefaits, ce qui représente une augmentation de

leurs saisies de 41 % par rapport à 2007. La valeur des contrefaçons saisies a été estimée à 467 Meuros.

La première catégorie en nombre d'articles saisis est celle des produits textiles, les vêtements et accessoires du vêtement, qui représentent 18 % du total des saisies, avec près de 1 200 000 articles. L'autre secteur fortement touché est celui de l'industrie de la chaussure avec près de 710 000 paires saisies, dont la plupart étaient des chaussures de sport ou de loisir.

En ce qui concerne le secteur des articles de luxe, dont la France est le premier producteur mondial, si l'on considère la bijouterie, l'horlogerie, la maroquinerie, le lunetterie et la parfumerie, ce sont 1,3 million d'articles qui ont été saisis par les douanes, soit près de 20% du total. L'industrie française du luxe est donc toujours fortement touchée par le phénomène de la contrefaçon, qui provient, dans ce domaine comme dans d'autres, essentiellement de Chine.

Alors que la diffusion des contrefaçons, tous secteurs confondus, a pris une dimension mondiale, ce sont les entreprises françaises qui sont aujourd'hui les plus touchées.

L'industrie de la contrefaçon est internationale et elle est aux mains de réseaux structurés de criminalité organisée.

C'est pourquoi j'attache une grande importance à ce que les saisies douanières puissent être suivies par des enquêtes du service national de douane judiciaire, qui consacre actuellement plus du tiers de son activité au démantèlement des réseaux de vente de contrefaçons.

La douane doit également faire face aux acheminements de plus en plus nombreux de contrefaçons via le fret postal ou le fret express, qui sont le plus souvent la conséquence des achats opérés par des particuliers sur Internet. J'ai d'ailleurs inauguré il y a deux mois un nouveau service dénommé « Cyberdouane » chargé de surveiller les transactions sur Internet et d'identifier les fraudeurs.

La « cyberdélinquance » dans le domaine de la contrefaçon représente en effet aujourd'hui près de 10 % des saisies réalisées par les services douaniers en France. C'est un vecteur de fraude qui explose, car le nombre d'articles saisis est passé de 244 000 en 2007 à plus de 623 000 en 2008, soit une augmentation de 155 % en un an.

I.2 - Comment peut-on interpréter cette évolution des saisies ?

Que reflètent ces résultats en forte hausse par rapport à l'ensemble du phénomène ?

Certes les services douaniers ont amélioré leurs techniques de ciblage et font preuve d'une grande efficacité, en valorisant l'expérience acquise les années précédentes et en adaptant constamment leur dispositif de contrôle à l'évolution des méthodes des fraudeurs. Leurs pouvoirs juridiques ont également été renforcés par la loi anti-contrefaçon du 29 octobre 2007.

Pour autant, l'augmentation des saisies est aussi très certainement le reflet de l'accroissement des flux et donc de l'explosion dans le monde de la diffusion des contrefaçons. Face à une telle situation, il ne faut surtout pas baisser les bras et j'ai fixé à la douane des objectifs ambitieux pour 2009. Elle devra en particulier doubler ses résultats dans la lutte contre la fraude sur Internet.

Je suis également avec attention la mise en oeuvre du plan d'action douanier européen douanier 2009-2012, bâti lors de la Présidence française de l'Union européenne et adopté le 16 mars 2009. Ce plan permettra de répondre aux principaux défis qui sont devant nous : la lutte contre les contrefaçons dangereuses, le démantèlement des réseaux de criminalité organisée,

l'appréhension de la dimension mondiale du phénomène et l'interception des ventes de contrefaçons par Internet.

Ce plan européen est décliné au niveau national par un plan d'action spécifique, car la douane française doit contribuer à une véritable dynamique auprès des douanes des autres Etats membres.

II - Lutter efficacement contre la diffusion des contrefaçons nécessite une implication coordonnée des différents acteurs, à la fois dans la lutte contre la fraude et dans les actions de prévention.

II.1 - Je salue l'action du Comité Colbert, qui participe activement à l'information de nos concitoyens, avec le soutien de la douane.

Première victime de la contrefaçon et premier secteur industriel à avoir alerté les pouvoirs publics dans les années 1990, le secteur de l'industrie du luxe a su engager une relation de coopération fructueuse avec l'administration des douanes.

A cet égard, les entreprises membres du Comité Colbert ont dispensé des actions de formation à des agents des douanes, dans le but d'accroître la capacité autonome de détection par les douanes des produits de contrefaçon lors des contrôles.

Ce partenariat me paraît exemplaire d'une collaboration public-privé qui fonctionne bien, dont le but est de protéger l'innovation des entreprises, au service de la compétitivité économique de notre pays.

Ce travail de la direction générale des douanes et droits indirects avec le Comité Colbert a également abouti à ces campagnes nationales de communication visant à la prévention et à l'information. Cette démarche a été encouragée par le CNAC, le Comité national anti-contrefaçons.

La lutte contre la contrefaçon dans son ensemble est bien sûr plus efficace si le consommateur est averti au préalable des risques qu'il encourt en cédant à l'achat de contrefaçons.

II.2 - La campagne 2009 que nous lançons aujourd'hui a une vocation d'information générale, tout en insistant sur les dangers de la contrefaçon.

Ce que nous souhaitons en lançant cette campagne d'information aujourd'hui, c'est que les français puissent demeurer des citoyens responsables, en étant des consommateurs avertis, en particulier lorsqu'ils voyagent à l'étranger et qu'on leur propose à bas prix toutes sortes de produits de contrefaçon. Cette campagne va s'appuyer sur 10 000 affiches apposées dans les aéroports français, qui auront l'ambition d'accrocher le regard des voyageurs, qu'ils soient français ou étrangers.

Notre but est en effet de lutter contre la banalisation du phénomène de la contrefaçon à l'échelle mondiale. Les slogans seront donc présentés en français et en anglais, pour s'adresser également aux touristes étrangers qui passent par nos aéroports. En France, nous avons opté pour la « tolérance zéro » en matière de contrefaçon. Et il faut le faire savoir.

Il faut aussi insister sur la dangerosité des produits de contrefaçon, qui sont fabriqués et distribués en dehors de tous les circuits de vérification de qualité et de sécurité. Les dangers de la contrefaçon sont donc multiples et cela doit être souligné.

Une contrefaçon sur le territoire français, c'est ce qu'on appelle une « marchandise prohibée à titre absolu ». C'est à dire qu'elle est qualifiée de la même manière dans le code des douanes qu'un produit stupéfiant, par exemple. Et c'est parce que tout produit de contrefaçon est prohibé à titre absolu que les douanes procèdent systématiquement à la destruction des

objets qu'elles saisissent.

La destruction de 4 000 paires de lunettes de soleil de contrefaçons à laquelle nous allons assister tout à l'heure, dans la cour du ministère, participe de la prise de conscience de la dangerosité de ce genre de produits, qui ne doivent jamais être utilisés, même de manière occasionnelle.

C'est ce que vous expliquerez d'ailleurs les experts douaniers du service commun des laboratoires de Bercy, qui ont déplacé leur matériel au rez-de-chaussée de ce bâtiment. Ils réaliseront devant vous des analyses qui mettront en évidence la qualité médiocre de filtration des rayons ultraviolets de lunettes de contrefaçon saisies par les douanes.

Chacun comprendra qu'on peut perdre beaucoup plus que quelques euros en achetant ce genre de produit, car on met directement sa santé ou celle de ses proches en danger.

En conclusion, je suis convaincu que c'est l'alliance de la volonté de tous les acteurs qui permettra la réussite de notre combat légitime contre le développement de la contrefaçon, dans une période marquée par les difficultés économiques. La douane est et restera en 2009 très impliquée dans la lutte contre les contrefaçons, mais elle n'accomplira efficacement sa mission qu'avec le concours quotidien et l'appui des entreprises titulaires de droits et des fédérations professionnelles qui les représentent.

Cette campagne 2009 du Comité Colbert est une manifestation tangible de ce partenariat, qui place le consommateur face à ses responsabilités, en prenant le parti de l'informer.

Je vous remercie de votre attention.

Et je passe maintenant la parole à la présidente du Comité Colbert : Mme Françoise MONTENAY.

Source <http://www.budget.gouv.fr>, le 5 mai 2009