



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

commerce électronique

Question écrite n° 50584

Texte de la question

M. Marcel Bonnot attire l'attention de M. le ministre du budget, des comptes publics et de la fonction publique sur les ventes de contrefaçons de verres de grandes marques sur Internet. La fraude sur Internet se multiplie dans le commerce international, notamment dans le domaine de l'optique. Il lui demande de lui indiquer les mesures qu'il entend prendre pour lutter contre ces pratiques délictueuses.

Texte de la réponse

L'essor des échanges sur Internet est une véritable opportunité pour développer l'activité économique, voire améliorer le pouvoir d'achat des consommateurs. Cet essor doit donc être accompagné de la mise en place de garanties offertes aux consommateurs, commerçants et utilisateurs, de manière à renforcer la confiance dans l'utilisation de ce vecteur d'échanges. À cet égard, la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique a consacré l'application du droit de la consommation sur Internet et apporté des éléments nouveaux tendant à mieux protéger le consommateur (notamment par l'obligation d'identification de tout vendeur en ligne). Elle a également expressément affirmé les limites à la liberté de la vente en ligne tenant notamment au respect des droits protégés par le code de la propriété intellectuelle. De façon générale, le droit existant est susceptible d'appréhender la plupart des comportements illégaux qui peuvent avoir lieu sur le réseau et qui impliquent des opérateurs nationaux, mais la multiplicité et la dispersion des échanges avec des opérateurs situés en dehors du territoire national impliquent d'aller au-delà de la mise en oeuvre des moyens traditionnels de contrôle, ce que les pouvoirs publics français ont entrepris depuis plusieurs années. La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a ainsi mis en place un centre de surveillance du commerce électronique (CSCE) qui a vocation à assurer une activité de veille et de recherche concernant les activités commerciales sur Internet, en vue notamment d'appréhender les pratiques portant atteinte aux intérêts des consommateurs. En matière de contrefaçon de marque, la DGCCRF est en mesure d'enquêter sur les plaintes qui lui sont adressées lorsqu'elles concernent des vendeurs professionnels situés sur le territoire français. Cette action est menée en relation avec d'autres services, comme les services douaniers, qui disposent d'un service spécialisé de surveillance de la fraude sur Internet « Cyberdouane » et opèrent des contrôles, notamment dans les centres de tri postaux et de fret express qui sont les modes d'acheminement privilégiés des produits commandés en ligne. La vigilance est particulièrement importante sur les produits pouvant poser des problèmes de sécurité. La collaboration avec les services douaniers s'inscrit dans le cadre de protocoles d'accords sur le commerce électronique et sur la lutte contre les contrefaçons de marques. Par ailleurs, le partenariat instauré entre la douane et les titulaires de droits permet d'assurer l'efficacité de l'action douanière contre la contrefaçon. Ainsi, préventivement, grâce à la demande d'intervention déposée gratuitement, par tout titulaire d'un droit de propriété intellectuelle, à la direction générale des douanes et des droits indirects (DGDDI) et portant sur des marques mais également des modèles ou des brevets en matière d'optique, les services douaniers peuvent mettre en retenue des marchandises suspectées de contrefaçon, dans l'attente de l'expertise du titulaire. L'action en justice qui suit la constatation de la contrefaçon protège le droit de propriété intellectuelle d'autant plus efficacement que la preuve de la contrefaçon est précisément rapportée. En

2008, 95 demandes d'intervention ont été déposées par les professionnels de l'optique et la douane a saisi, tous vecteurs confondus, 174 298 lunettes de contrefaçon. Parallèlement, les pouvoirs publics poursuivent leur coopération avec les professionnels (titulaires de droits et fournisseurs d'accès Internet, sites marchands) afin de mettre en place ou de perfectionner les outils permettant de lutter contre l'offre en ligne de produits de contrefaçons. À l'heure actuelle, un groupe de travail du Comité national anticontrefaçon (CNAC), réunissant professionnels et administrations, est précisément chargé d'une réflexion sur le sujet. Par ailleurs, le 20 février 2009, le secrétaire d'État chargé de l'industrie et de la consommation, porte-parole du Gouvernement, a demandé à Bernard Brochand, député-maire de Cannes et président du CNAC, et au professeur Pierre Sirinelli, spécialiste du droit de l'immatériel, d'élaborer un protocole d'engagements entre plates-formes de e-commerce, titulaires de droits de propriété intellectuelle et associations de consommateurs. Ce protocole doit définir les modalités de coopération et les moyens à mettre en oeuvre par les parties pour lutter efficacement contre la vente de produits contrefaisants sur Internet. Le caractère supranational du commerce de contrefaçons sur Internet nécessite également des actions au niveau européen et international. À cet égard, la préoccupation de la France concernant la protection des droits de propriété intellectuelle est partagée par les autres Etats membres de l'Union européenne (UE). À l'occasion de la présidence française en 2008, le Conseil a ainsi adopté, le 25 septembre 2008, une résolution sur un plan européen global de lutte contre la contrefaçon qui prévoit plusieurs dispositions importantes, dont la création d'un Observatoire européen de la contrefaçon et du piratage (mis en place officiellement le 2 avril 2009) et l'instauration d'un réseau d'échange rapide d'informations sur les produits et services contrefaisants entre les administrations de contrôle. Ces initiatives sont en parfaite cohérence avec la communication de la Commission européenne au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen, publiée le 16 juillet 2008 et intitulée « Une stratégie dans le domaine des droits de propriété industrielle pour l'Europe », dans laquelle plusieurs thèmes de travail sont proposés pour combattre la contrefaçon, y compris sur Internet. Enfin, les pouvoirs publics appellent régulièrement l'attention des consommateurs, au travers de campagnes d'information, sur les risques liés à l'achat de contrefaçons et sur les précautions à prendre pour éviter de tels achats. Le CNAC mène périodiquement des actions de communication-sensibilisation, financées en grande partie par le ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, pour mettre en garde les consommateurs contre les dangers de la contrefaçon. Il prépare actuellement sa prochaine campagne de communication et devrait se montrer particulièrement réceptif à la nécessité de sensibiliser très fortement les internautes.

Données clés

Auteur : [M. Marcel Bonnot](#)

Circonscription : Doubs (3^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 50584

Rubrique : Ventes et échanges

Ministère interrogé : Budget, comptes publics et fonction publique

Ministère attributaire : Économie, industrie et emploi

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 26 mai 2009, page 5035

Réponse publiée le : 13 octobre 2009, page 9711