

Le fléau de la contrefaçon

La contrefaçon touche aujourd'hui tous les produits de la vie courante.

Le grand marché chinois de Xiang yang, à Shanghai, a été fermé en 2006. En plein centre-ville, on y trouvait toutes sortes de produits contrefaits. Désormais, il subsiste des marchés similaires dans cette ville, mais ils sont disséminés et de taille plus modeste. (Photo : A.A)



Le sac en toile Monogram Louis Vuitton est sans conteste le produit emblématique de la contrefaçon. A tel point que s'afficher aujourd'hui avec une de ses innombrables copies, c'est un peu une façon de revendiquer le faux sur l'original. Une façon de dire aux marques : « Le jour où vous pratiquerez des prix raisonnables, peut-être que j'achèterai vos produits ». Si l'on peut penser que le secteur du luxe aura toujours les reins suffisamment solides pour survivre à ce marché parallèle, ce n'est sans doute pas le cas pour tous les secteurs d'activité. Car, de nos jours, la contrefaçon touche tous les biens de consommation de la vie courante : le textile, bien sûr, mais aussi l'électroménager, l'automobile, les CD et DVD, l'alimentaire ou même les médicaments. La liste est longue...

Profitant de la mondialisation des échanges, la contrefaçon s'est industrialisée et profes-

sionnalisée. De l'Inde à la Chine, c'est l'Asie toute entière qui est montrée du doigt dans ce trafic. Avec, en toile de fond, des conditions de travail (des enfants parfois) sans commune mesure avec les standards des pays riches premiers consommateurs de produits contrefaits. Comme pour toute activité illégale, l'évaluation quantitative de la piraterie et de la contrefaçon pose des problèmes de fiabilité. Les seules données tangibles proviennent des interventions et saisies opérées par les douanes (*lire article ci-dessous*). Selon certaines estimations prudentes, les douanes mondiales intercepteraient entre 10 et 15 % des faux en circulation. Le marché de la piraterie et de la contrefaçon générerait ainsi quelque 500 milliards d'euros de profits occultes par an. Soit un marché noir qui représenterait près de 8 % du commerce mondial offi-

ciel comptabilisé par l'OCDE. Les trafics d'armes et de drogue étant durement sanctionnés, les réseaux mafieux et criminels semblent de plus en plus se reporter sur la contrefaçon.

Les chemises Boss et Armani à 4 euros

Qu'il ait conscience ou non de la gravité de son acte, le consommateur, lui, pense avant tout à son porte-monnaie. Et sur ce critère, comment ne pas céder à la tentation ? En Chine, à Shanghai, on négocie par exemple au coin de la rue les sacs Vuitton, Prada et Chanel environ 15 euros, les répliques "exactes" de chemises Armani ou Boss à 3 ou 4 euros, ou encore les baskets à la mode chez les jeunes environ 10 euros. Sans parler des CD et DVD qui coûtent en général moins de 2 euros. En l'occurrence, l'acheteur sait qu'il prend

le risque de rapporter un produit de piètre qualité - ce qui n'est pas toujours le cas -, illégal de surcroît.

Comment vérifier en effet qu'un garagiste facture à prix fort un accessoire ou une pièce automobile de contrefaçon ? Dans d'autres cas, la copie est si bien faite qu'on a l'impression de faire une bonne affaire. Mais quel est le degré de sécurité d'une cocotte minute copiée, d'un produit de cosmétique n'ayant fait l'objet d'aucun test dermatologique, ou d'un jouet pour nouveau-né qui lui perforerait l'œsophage s'il l'avalait par mégarde ? Et que dire encore lorsqu'il s'agit de médicaments ? Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), la contrefaçon représenterait 10 % du marché mondial des produits pharmaceutiques. Et dans certains pays pauvres, 60 % des médicaments diffusés sont des contrefaçons. Mais on est prêt

En +

Les opinions mondiales face à la contrefaçon.

Une étude Ipsos sur les produits de contrefaçon a été menée en 2006 en France, Allemagne, Royaume-Uni, Espagne, Italie et Etats-Unis (l'échantillon global tient compte du poids de chaque pays). Elle révèle que près de 4 personnes sur 10 (38 %) ont déjà acheté un produit de contrefaçon. Et, parmi celles qui n'en ont jamais acheté, plus d'1 personne sur 5 (23 %) se dit prête à s'en procurer si l'occasion se présentait. Les vêtements sont à la fois les plus achetés et les plus susceptibles de l'être par les non acheteurs. Parmi les produits de contrefaçon les plus achetés, après les vêtements (17 %), on retrouve les CD (14 %), les DVD (13 %), les chaussures (11 %), les parfums ou produits cosmétiques (11 %) et les produits alimentaires (10 %). Les comportements divergent selon les pays. Les acheteurs déclarés de produits contrefaits sont nettement plus nombreux en Espagne (56 % des habitants ont déjà acheté au moins un produit) et en Allemagne (51 %). "Seuls" 30 % des Français seraient déjà passés à l'acte. En 2005, ils étaient 35 %...

à tout pour se soigner ! Ce qui pose alors la question des groupes pharmaceutiques qui refusent, pour certains, la production de leurs médicaments en génériques.

■ Olivier Fermé