



Les actes de contrefaçon : tous victimes

Maître Corinne Champagner Katz dirige le cabinet CCK Avocats, spécialisé en propriété intellectuelle, qu'elle a créé en 1985. En complément de cette spécialisation, Corinne Champagner Katz est également consultante en intelligence économique auprès des pouvoirs publics et des entreprises privées. Elle nous apporte un éclairage précis et concret sur la réponse juridique aux cas de contrefaçon.

Vous êtes à la tête d'un cabinet d'avocats spécialisé en propriété intellectuelle. Quel est votre champ d'intervention ?

J'interviens pour les acteurs économiques qui créent des produits présentant une valeur ajoutée, soit parce qu'ils n'existaient pas antérieurement, soit parce qu'ils sont transformés. J'ai particulièrement à cœur de défendre des produits de consommation courante copiés, dont la paternité et le caractère original peuvent être démontrés. Cette notion d'originalité est assez subjective mais elle se mesure notamment par rapport à l'existant.

Pourquoi des produits «de consommation courante» ? Les industries de création et de production de ces produits sont des acteurs économiques importants. La défense de leurs produits l'est aussi par définition. Ce sont des entreprises qui commercialisent des biens dont le nom est parfois inconnu du consommateur final. Cependant ces entreprises sont très souvent la cible de leurs concurrents et à ce titre elles doivent se protéger encore plus que les entreprises propriétaires des marques notoires ou marques de luxe.

Le cabinet CCK Avocats s'intéresse à tous les produits de l'industrie de la mode, de la décoration, de la bijouterie, des arts de la table et plus généralement à tout contentieux de la propriété intellectuelle lié à la création, souvent éphémère ou saisonnière, ainsi qu'à la protection de toutes les marques de produits ou de services.

Ce domaine semble nécessiter des compétences autres que celles purement juridiques, quel est le profil de vos collaborateurs ?

J'ai une équipe de collaboratrices composée de trois avocates et de deux assistantes juridiques.

J'estime que l'avocat doit posséder une bonne connaissance du secteur d'activité dans lequel il intervient, il ne doit pas rester dans son cabinet mais être présent sur le terrain, comme les usines, les entreprises, les bureaux de style et connaître les marchés ; ma façon de travailler attire d'ailleurs beaucoup de postulants. Pour m'entourer je mesure d'abord évidemment la compétence juridique puis, l'intérêt et la sensibilité au domaine d'intervention de CCK Avocats. Je demande aussi un esprit très concret. On ne peut pas demander à un avocat qui sort de l'école d'avoir une expérience confirmée dans réflexion sur la création, en revanche, il doit montrer une réactivité et un sens de l'adaptation poussés. Une bonne autonomie est indispensable dans ce secteur et je considère qu'il faut aussi beaucoup de créativité dans la pratique du droit. L'état d'esprit créatif aide à faire face aux situations de conflit qui sont la nature de notre métier mais également dans notre mission de conseil. Le droit en tant que tel ne présente pas de finalité, c'est son utilisation en situation qui m'anime et me motive.

Quelles sont les cibles privilégiées par la contrefaçon ? Vos clients sont-ils tous de grandes marques renommées ?

Il ne faut pas croire que les contentieux de propriété intellec-

tuelle et de contrefaçon ne concernent principalement que les produits de luxe ou qui bénéficient d'une renommée particulière. La contrefaçon peut concerner, par exemple, une matière première, tel un tissu imprimé dont le motif, créé par un dessinateur, serait copié. Un créateur de tissu n'est généralement pas connu du grand public mais tout autant la cible des contrefacteurs. Les entreprises non connues du grand public qui créent des produits, se retrouvent face à des distributeurs lesquels sont connus par le consommateur. Ces distributeurs n'hésitent pas à chercher des coûts de production moindres et donc à acheter le même produit copié, souvent fabriqué en délocalisation. La majeure partie des procédures met en cause ces grands distributeurs ou de grandes centrales d'achat qui sont les donneurs d'ordre auxquels profite la contrefaçon. Celle-ci est très souvent franco-française ou franco-européenne.

Les médias abordent malheureusement souvent la contrefaçon sous le seul prisme du consommateur lésé par un achat sous le manteau. Cette vision très réductrice n'intéresse pas la vie économique. En revanche, aider les personnes qui créent et qui, de ce fait, contribuent à la vie économique du pays est important à mes yeux.

Quel type de préjudice est le plus fréquemment rencontré par vos clients ? Quels faits concrets déclenchent une procédure judiciaire ?

J'entretiens un rapport très franc et transparent avec mes clients et je refuse d'initier une procédure



©DR

Corinne CHAMPAGNER KATZ,
Directrice
du cabinet
CCK Avocats



autant de fois que j'accepte, en fonction de l'issue que j'estime positive ou non d'une procédure, ou quand le client n'a pas intérêt à l'engager.

Pour engager une procédure, il faut deux éléments préalables, d'une part que le plaignant soit le créateur avéré, c'est à dire que l'on puisse démontrer sa paternité du produit. D'où l'importance de la protection préalable de la création, soit par un dépôt à l'INPI (ndlr : Institut National de la Propriété Industrielle), soit par un constat d'huissier ; dater une création est indispensable et permet au créateur de prouver qu'elle existait avant que d'autres ne la produisent. D'autre part, la copie doit être manifeste, il faut qu'il y ait une confusion possible aux yeux du consommateur.

L'émergence d'internet a-t-elle favorisé la contrefaçon dans la mode ? L'internationalisation des réseaux rend-elle votre tâche plus difficile ?

Internet engendre une augmentation exponentielle des actes de contrefaçon qui existaient avec le commerce traditionnel et qui bénéficient aujourd'hui d'un second type de distribution qui est devenu indispensable au commerçant et au consommateur.

Internet accentue la visibilité d'un produit et donc sa reproduction. Comme il est très facile d'y vendre ce que l'on veut, cela multiplie aussi les distributeurs. Dans ce cas, il faut demander à l'AFNIC et/ou au Tribunal de lever l'anonymat des propriétaires d'un site pour intervenir sur un cas de contrefaçon et éventuellement retracer l'origine des produits.

Le commerce en ligne a été pris en compte très rapidement par la justice, des outils spécifiques ont été créés et nous avons de bons résultats pour y limiter les actes de contrefaçon. Mais la facilité d'acheter via la toile des produits qui sont vendus depuis l'étranger complique le travail de l'avocat et globalement de la justice.

Quand je suis saisie d'un contentieux qui concerne certains pays comme par exemple des pays asiatiques, il est souvent irréaliste de penser obtenir des résultats concrets aux procédures que nous allons engager. Mais même si nous savons que nous n'atteindrons pas un contrefacteur qui vient de l'extérieur de l'Europe, il est important d'agir juridiquement pour limiter la circulation de ses produits sur notre marché. Il ne faut jamais favoriser le «laisser faire».

©Photographies fournies par le Musée de la contrefaçon



La contrefaçon concerne à présent des secteurs très variés.

Quels résultats peut-on espérer d'un recours en justice ? La réponse judiciaire est-elle à la mesure du problème ?

Dans la très grande majorité des dossiers traités par le cabinet le client plaignant est satisfait, surtout lorsque l'on arrive à démontrer qu'une centrale d'achat par exemple, a eu en mains l'original d'un produit dont elle distribue des copies. La plupart du temps le contentieux se règle à l'amiable, avec une indemnisation négociée pour le créateur et l'arrêt de la distribution illicite, c'est d'ailleurs ce qu'il recherche prioritairement.

Mais au-delà, tant que la contrefaçon ne coûtera pas plus cher au contrefacteur que ce qu'elle lui rapporte, elle restera une pratique courante. La nouvelle loi d'harmonisation sur la contrefaçon, d'octobre 2007 a déjà modifié le montant des dommages et intérêts sans pour autant être encore assez dissuasive. L'aide efficace au créateur ou au propriétaire de marque serait de pouvoir lui allouer des dommages encore plus importants afin de considérer que celui qui copie a commis une faute qu'il doit réparer.

Nous n'appliquons pas en France les dommages punitifs qui existent en droit anglo-saxon et qui va au-delà de la seule réparation compensatrice du dommage subi.

Une peine pour punir l'auteur de la contrefaçon pourrait être prévue. La loi d'octobre 2007 apporte une prise de conscience réelle de la gravité des actes de contrefaçon et donc de leur sanction. Elle permet, notamment, au juge d'obtenir les éléments comptables du défendeur afin d'y évaluer les volumes effectués au titre des actes de contrefaçon et de mesurer le préjudice. La loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 (LME) attribue désormais compétence exclusive aux tribunaux de grande instance pour l'ensemble des contentieux liés à la Propriété Intellectuelle. Cette loi va dans le bon sens, nous attendons impatiemment ses premiers résultats.

Comment évolue votre activité ?

J'ai créé une méthode de travail concrète et proche des entreprises : «l'avocat présent dans les salons». Les salons professionnels



spécialisés sont des lieux propices pour que la contrefaçon se manifeste.

J'ai débuté cette expérience avec le salon «Première Vision», 1^{er} salon mondial du tissu destiné à l'habillement. Cette présence répond en temps réel aux demandes des exposants. Les entreprises sont satisfaites de cette présence et des actions engagées.

Elle est aujourd'hui reproduite dans d'autres domaines de création et conforte ma vision de la profession d'avocat et ma pratique au quotidien : Être proche de l'entreprise et aux côtés des créateurs. ■