



[Extension de la charte Brochand/Sirinelli à d'autres partenaires du e-commerce](#)

[Politique](#) | 07 Février 2012

La première assemblée générale de la charte de « lutte contre la contrefaçon sur Internet, » s'est tenue, ce 7 février 2012, à Bercy. Elle a été l'occasion, en présence de nombreuses personnalités des entreprises et de l'administration, d'évaluer son efficacité et d'accueillir de nouveaux signataires.

Cette charte V1, instituée en décembre 2009, visait plus particulièrement à favoriser le dialogue et la coopération entre les plateformes d'e-commerce et les ayants-droit signataires.

Cette manifestation marquait aussi la clôture de la seconde mission Brochand/Sirinelli, dont l'objet était d'élargir la collaboration à d'autres acteurs concernés en élaborant deux nouvelles chartes : une V2 qui s'adresse aux opérateurs postaux et une V3 aux sites de petites annonces.

Pour Bernard Brochand, député-maire de Cannes et président du CNAC, ces chartes de bonnes pratiques, élaborées avec le concours technique de l'INPI, visent à réguler le commerce électronique sur la base d'une coopération volontaire entre les acteurs.

Pour Christian Peugeot, président de l'Union de fabricants (Unifab), qui réunit 200 entreprises victimes de la contrefaçon, la charte de 2009 a permis « *de changer d'état d'esprit et de favoriser le dialogue entre les signataires, en passant de la défiance à la confiance* ». La charte définit un standard de règles et de bonnes pratiques dont les signataires peuvent se prévaloir. En somme, ceux qui n'ont pas encore signé cette charte prennent le risque d'apparaître de plus en plus comme des moutons noirs du e-commerce et de susciter la méfiance des consommateurs. Il reste maintenant encore à impliquer les acteurs du fret-express, les transporteurs et les opérateurs de moyens de paiement électronique et à formuler des recommandations au législateur européen.

En apportant son témoignage, Nathalie Moullé-Berteaux, directrice juridique de Lacoste, a expliqué que la première charte avait permis d'améliorer considérablement la coopération avec les plateformes signataires, en instaurant dans la durée, une démarche de coopération « *préventive et proactive* » qui facilite les notifications et le retrait des articles douteux. Elle constitue aussi un précédent majeur qui améliore le dialogue et la coopération au niveau de l'Union européenne et à l'international. Il n'en reste pas moins que la contrefaçon continue de progresser. En 2011, les saisies contrefaisantes de produits Lacoste ont progressé de 172 % par rapport à 2010 !

Le professeur Pierre Sirinelli (Université Panthéon-Sorbonne) estime que les signataires ont constaté « *un effet charte* ». Son texte, « *qui va au-delà de la loi*, » renforce la confiance et apporte la sérénité. Les plateformes signataires (hélas encore trop peu nombreuses) rapportent une baisse significative des contrefaçons détectées. Ce qui laisse aussi supposer que les contrefacteurs ont migré vers d'autres sites plus laxistes...

Les nouvelles chartes V2 et V3 reprennent à 90 % les dispositions de la V1. Elles s'adaptent simplement aux spécificités des acteurs postaux et des petites annonces. « *Une « soft law » n'est pas une loi molle, son but est d'accroître l'efficacité du droit en lui apportant une certaine plasticité. Il s'agit d'étendre les bonnes pratiques, de dépasser les antagonismes, d'être réaliste et proactif, de mieux protéger les consommateurs sans pour autant porter atteinte au développement du commerce électronique,* » a-t-il déclaré.

Pour Olivier Aizac, le PDG du site « Le bon coin.fr », qui traite 500 000 petites annonces par jour, cette charte permet de travailler en bonne intelligence avec les titulaires de droit et de s'inscrire dans une logique de modération et de qualité du contenu.

Pour sa part, Jean-Paul Bailly, le président du Groupe La Poste, a rappelé que la lutte anti-contrefaçon était un engagement de longue date, une priorité de sécurité publique et une question de notoriété. En tant que vice-président de l'Union postale universelle (UPU) le Groupe a fait inscrire les produits de contrefaçon dans la catégorie des envois non-admissibles. Ce qui donne une base juridique internationale précieuse pour agir, notamment en collaboration avec la douane.

En conclusion, Éric Besson, ministre chargé de l'Industrie, de l'Énergie et de l'Économie numérique, a rappelé les excellents chiffres du commerce électronique : un chiffre d'affaires multiplié par 2,5 depuis 2007, plus de 100 000 sites marchands en France et 60 000 emplois créés.

La lutte anti-contrefaçon ne doit pas de casser cette dynamique. Nous devons cependant veiller à ce que l'espace numérique soit digne de confiance. Pour cela, il faut endiguer les mauvais usages, lutter contre l'économie souterraine et la concurrence déloyale. Il y va de la santé et de la sécurité des consommateurs. C'est tout l'enjeu de la démarche de concertation instaurée par ces chartes d'engagement. Il reste encore à impliquer les intermédiaires du paiement en ligne, de la publicité et à inciter les associations de consommateurs de s'impliquer. La contrefaçon est un frein à la créativité et à la compétitivité de France a conclu le ministre.

Pour *Contrefaçon Riposte* ces chartes marquent un incontestable progrès. Cependant leur limite est de s'adresser à des sites et des acteurs licites, volontaires et coopératifs qui distribuent des contrefaçons à leur insu. Qu'en est-il des milliers de sites champignons frauduleux et illicites qui vendent volontairement des contrefaçons ? Pour ces sites criminels, les autorités américaines pratiquent largement la saisie des noms de domaine. Pourquoi n'en est-il pas de même en France ?

Philippe Collier

Nouveaux signataires de la charte V1

- ***Les plateformes de commerce électronique suivantes :***

- vestiairedecopine.com
- instantluxe.com
- videdressing.com
- ugotawish.com

Celles-ci s'ajoutent notamment à PriceMinister et 2Xmoinscher.

- ***Les titulaires de droit suivants :***

- La Fondation Giacometti (1er représentant des ayants droit du secteur de l'art)
- Le Groupe Clarins (cosmétiques)
- Longchamps (sacs, mode)
- Procter & Gamble France (produits de grande consommation)
- Adobe (logiciels)
- la FIFAS (Fédération française des industries du sport et des loisirs)

Signataires des nouvelles chartes V2 et V3 (opérateurs postaux et petites annonces)

- La Poste
- LeBonCoin.fr (petites annonces)
- Trefle.com (petites annonces Groupe La Poste)
- La majorité des titulaires de droit signataires de la charte V1.