



# ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

## commerce électronique

Question écrite n° 111863

### Texte de la question

M. Jean-Claude Guibal attire l'attention de M. le secrétaire d'État auprès de la ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation, sur la contrefaçon sur internet. Le poids des articles achetés sur internet dans les saisies douanières croît de façon exponentielle. En France, il est passé de moins de 2 % des saisies en 2004 à plus de 16 % en 2010. Plus d'un million de faux destinés aux internautes français ont été saisis par les douanes au fret express l'an dernier sur un total de 6,2 millions de produits contrefaits. En outre, un produit contrefait sur quatre sur internet concerne une marque française. La directive sur l'e-commerce date de 2000. Seule la législation européenne sur les médicaments a été renforcée fin mai. Les pays européens doivent dès lors transposer dans leur droit national ces nouvelles règles qui visent à assurer une nouvelle traçabilité des produits. Il lui demande de lui indiquer les mesures que le Gouvernement entend mettre en oeuvre pour lutter contre ce fléau.

### 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, mais il donne aussi l'occasion aux contrefacteurs de diffuser leurs produits. 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. 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. Les ventes de contrefaçons sur Internet ont pris une ampleur considérable et l'économie souterraine qu'elles alimentent représente une concurrence déloyale pour les entreprises. C'est pourquoi les administrations de contrôle sont particulièrement mobilisées pour lutter notamment contre la commercialisation de produits de contrefaçons sur Internet. La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) contribue à cette lutte, en particulier au travers de l'action du 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 contrefaçons de marques, 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. 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. Le caractère supranational du commerce de contrefaçons sur Internet nécessite en tout état de cause des actions au niveau européen et mondial. Le gouvernement français oeuvre à cet effet. Les pouvoirs publics poursuivent en particulier 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. Un groupe de travail du Comité national anti-contrefaçon (CNAC), réunissant professionnels et administrations, a été précisément chargé d'une réflexion sur le sujet. En décembre 2009, une mission sur la contrefaçon sur Internet, confiée à M. Bernard Brochand, député-maire de Cannes et président du CNAC, et à M. Pierre Sirinelli, professeur à l'université Paris-1 (Panthéon-Sorbonne), a débouché sur la signature d'une charte d'engagements et de coopération associant un nombre significatif de titulaires de droits et des plates-formes de commerce électronique. La mise en oeuvre de cette charte a déjà abouti à des résultats très encourageants qui confirment la nécessité d'une coopération étroite entre tous les acteurs concernés par ce phénomène. Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et le ministre chargé de l'industrie, de l'énergie et de l'économie numérique ont décidé en février 2011 de prolonger cette première mission afin d'étendre l'application de la charte à de nouveaux acteurs qui sont également impliqués dans la vente sur Internet. L'objectif est double : étendre les principes contenus dans la charte aux sites de petites annonces et associer les acteurs intermédiaires du commerce sur Internet que sont les opérateurs postaux, de transport express et les organismes de paiement à distance, afin de rechercher avec eux des solutions concrètes pour endiguer les flux physiques de contrefaçons. Au niveau européen en particulier, la France a préconisé l'adoption d'une approche globale pour lutter contre la contrefaçon et le piratage. Dans ce cadre, a été créé un Observatoire européen de la contrefaçon et du piratage rassemblant partenaires publics et privés et devant permettre une évaluation régulière de l'ampleur du phénomène et le développement d'actions de sensibilisation et de communication. En outre, dans le cadre du plan douanier européen anti-contrefaçon adopté en 2009, la Commission européenne s'est engagée fin 2010 à mettre en place un groupe d'experts pour lutter contre la contrefaçon sur Internet, sur la base de onze recommandations dites de « la Villette » initiées par la douane française. La Commission travaille également à la conclusion d'une charte entre plates-formes du commerce électronique et titulaires de marques pour lutter contre la contrefaçon sur Internet. Par ailleurs, les pouvoirs publics français appellent régulièrement l'attention des consommateurs au moyen de campagnes d'information sur les risques liés à l'achat de contrefaçons et sur les précautions à prendre pour éviter de tels achats, notamment sur Internet. À cet égard, une collaboration étroite avec les associations de consommateurs sera recherchée dans le cadre d'une prochaine campagne de communication sur la contrefaçon sur Internet, afin de mieux sensibiliser les consommateurs aux risques encourus. Au début de l'année 2010, une nouvelle initiative a été prise avec une exposition sur la contrefaçon organisée par la Cité des sciences et de l'industrie en relation avec les pouvoirs publics, des organismes institutionnels, des organisations professionnelles et des entreprises, pour sensibiliser le grand public et notamment les jeunes à ce phénomène. Cette exposition qui a rencontré un succès important s'est prolongée jusqu'en février 2011 pour prendre ensuite la forme d'une exposition itinérante. Concernant plus particulièrement la lutte contre la commercialisation de contrefaçons de médicaments sur Internet, une opération internationale « PANGAEA III », destinée à lutter contre la vente illicite de médicaments sur Internet, a impliqué plus de 40 pays, dont la France. Cette opération s'est déroulée du 5 au 12 octobre 2010 et a donné lieu à des arrestations dans le monde entier ainsi qu'à la saisie de milliers de médicaments potentiellement dangereux. Les actions entreprises en France ont été coordonnées par l'Office central de lutte contre les atteintes à l'environnement et à la santé publique (OCLAESP), en partenariat avec l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (AFSSAPS). Elles ont également impliqué les services de la police, les unités de gendarmerie territorialement compétentes ainsi que les services des douanes.

## Données clés

**Auteur :** [M. Jean-Claude Guibal](#)

**Circonscription :** Alpes-Maritimes (4<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 111863

**Rubrique :** Ventes et échanges

**Ministère interrogé :** Commerce, artisanat, PME, tourisme, services et consommation

**Ministère attributaire :** Commerce, artisanat et consommation

**Date(s) clé(s)**

**Question publiée le :** 21 juin 2011, page 6435

**Réponse publiée le** : 26 juillet 2011, page 8104