

## CONTREFAÇONS EN CHINE : LE RAPPORT DES CONSEILLERS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

La commission vins et spiritueux des conseillers du Commerce extérieur a initié, voici deux ans, sous la houlette de son président de l'époque, James de Roany, une enquête sur la contrefaçon des vins et spiritueux en Chine.

par François Boucher

« document est solennel et semble marseur chinois à l'égard des vins français ». Quel avoir suscité moult oppositions. Le qu'il, en soit, James de Roany, ex-président de la direction vient avant tout du constat, commission enquêteur, juge que « les autorités Pour les rapporteurs, en effet, « une chinoises, parfaitement conscientes du problème, proportion significative des bou- sont décidées à agir : il en va de la santé publique, tentes de vin marquées "France" sont, en Chine, car certaines contrefaçons peuvent se révéler des contrefaçons ». Et le phénomène s'angolifierait, toxiques, des Français du pays – le manque à gagner varie s'industrialiserait, les premiers contrefac- en taxes est considérable – et des intérêts de ses teurs étant « les importateurs et distributeurs ». propres entreprises, également victimes du fléau ». Si la plupart des acteurs de la filière reconnaissent, l'assurance par ailleurs que la Chine « voit dans un problème insaisissable à nier, certains se France, premier exportateur de vin en Chine, un in- remanant, comme tel importateur de Shanghai, terlocuteur privilégié pour engager le combat », si « élargir au grand jour de telles affirmations ne Le rapport recommande le recours à une combinai- contribuera pas à renforcer la délicate du consom- son d'outils technologiques, juridiques et pédagogi-

### CONSEILS À UN PRODUCTEUR NOVICE SUR LE MARCHÉ CHINOIS

Impérativement enregistrer sa marque avant d'entreprendre toute prospection commerciale ! Trop de producteurs et négociants négligent de le faire. Et, en cas de « pépin », faire flèche de tout bois : se défendre non seulement sur le terrain de la violation de sa marque ou de son IS, mais aussi ouvrir d'autres fronts, comme l'atteinte à la santé publique si le produit contrefait est nocif, l'atteinte aux règles sur l'étiquetage et la protection des consommateurs, le non-respect des normes de qualité des produits ou encore la concurrence déloyale.

Thomas Aytten, représentant du CMB en Chine

ques, ainsi que la mutualisation des moyens engagés. Édouard Marienbach, co-rapporteur souligne ainsi que « les solutions technologiques ne peuvent être efficaces que si elles sont mises en œuvre de façon concertée par les acteurs concernés, via leurs fédérations de marques ou leurs interprofessions, éventuellement soutenues par les pouvoirs publics, pour se doter d'une plate-forme minimale commune de sécurité – comme l'ont fait les industries de l'équipement automobile et de la pharmacie ». La Chine elle-même doit être impliquée. « Plusieurs solutions technologiques sur le marché aujourd'hui sont chinoises », souligne Édouard Marienbach. De fait, Moutai, le leader du baijiu, a co-fundé à Shenzhen une joint-venture qui développe des solutions anti-contrefaçon. Ces outils techniques devraient en outre être « équipés avec un système de traçabilité publique », pour, suit le rapport, évoquant une possible coopération entre services douaniers chinois et français et/ou européens en la matière.

Sur le front juridique, le texte préconise d'affirmer la législation chinoise pour « rendre les revendications responsables juridiques de la qualité et de l'origine des produits qu'ils mentent sur le marché ». La matière est néanmoins complexe, semble estimer Paul Ranjard, avocat spécialiste du sujet (lire son interview ci-dessus).

Reste le volet formation. Le rapport énonce que « la Chine considère que des matières de ses fonctionnaires devraient être formés : douanes, répression des fraudes, services sanitaires, droit des marques... ainsi que les magistrats ». Le pays attendrait même « une proposition de la France » pour l'y aider et « y consacrer un budget ». Une délégation de service public (DSP) est suggérée pour, côté français, répondre à la demande.

Le succès passe enfin par l'éducation du consommateur et des professionnels. Et le rapport émet des recommandations à « renforcer les actions de communication... pour leur apprendre à distinguer un vrai produit d'un faux ».

## PACKAGING

### LA SCOTCH WHISKY ASSOCIATION FAIT CONDAMNER UN FABRICANT CHINOIS DE CAPSULES

La Scotch Whisky Association (SWA) a obtenu la condamnation de la société Anhui Guangyu Packaging Technology Company à des dommages et intérêts par un tribunal civil de la province de l'Anhui dans l'est de la Chine. Cette entreprise fabriquait des capsules où était gravée la dénomination « scotch whisky », qu'elle vendait ensuite à des contrefaçteurs. L'affaire marque le premier succès judiciaire de la SWA en Chine. Elle s'avère inédite en ce qu'elle touche un producteur d'emballages et non un « metteur en bouteille ». L'association envisagerait à présent d'engager une action pénale contre le directeur de la société.



## 3 QUESTIONS À PAUL RANJARD,

avocat chez Wan Hui Da, cabinet  
spécialisé dans la propriété  
intellectuelle

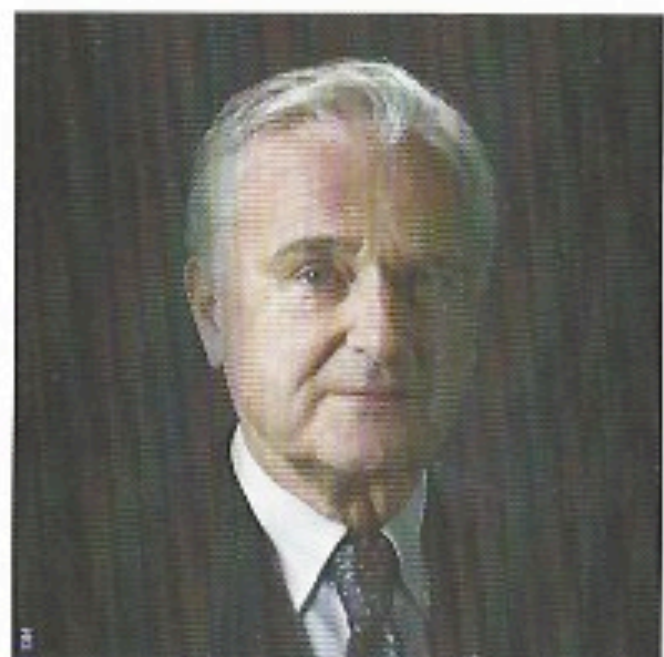
propos recueillis par François Goucher

V&S news : Quelles sanctions frappent ceux qui se livrent au commerce de contrefaçons ?

Paul Ranjard : Il faut distinguer les contrefaçons par imitation des contrefaçons à l'identique. L'imitation – par exemple du vin vendu sous une marque et un conditionnement créant un risque de confusion avec une marque enregistrée – n'est sanctionnée que par une action administrative (interdiction et amende) ou une action civile (interdiction et dommages-intérêts). La contrefaçon à l'identique – par exemple du vin en vrac reconditionné dans des bouteilles et sous l'étiquette originale d'une marque enregistrée – peut, au-delà d'un certain seuil de gravité, apprécié en fonction du chiffre d'affaires réalisé, être punie de peines d'amende et de prison. Mais cela ne concerne que les contrefaçons de marques, pas celles d'IG protégées pour lesquelles la police se refuse à agir et où seules les actions administrative ou civile sont possibles. Il faut prouver que le vin ne provient pas de la région mentionnée sur la bouteille, ce que seul un laboratoire de la région en question peut faire, mais on constate alors que les tribunaux chinois ne reconnaissent pas la validité des conclusions du labo étranger... L'établissement d'un système eurochinois de reconnaissance réciproque de ces analyses, effectuées par des laboratoires agréés, pourrait être une piste utile à creuser.

V&S news : La création d'un délit de recel de contrefaçons changerait-elle la situation ?

P. R. : La loi sur les marques précitée a ouvert un énorme problème en créant la notion de « distribu-



teur innocent » : le vendeur de marchandises contrefaites qui peut prouver qu'il ignorait qu'il s'agissait de contrefaçons et donne des informations sur qui lui a fourni les produits, non seulement ne sera pas condamné, mais surtout, se verra restituer son stock avec une simple interdiction de la vendre. Un délit de recel de contrefaçons ne verra donc pas le jour de sitôt en Chine.

V&S news : Et que dit la loi chinoise sur le trademark squatting ?

P. R. : La nouvelle loi chinoise sur les marques, entrée en vigueur en 2014, a clairement énoncé que la bonne foi doit présider à tout dépôt de marque. C'est un progrès, même si l'on ne peut fonder une demande d'opposition ou d'annulation sur cette seule notion et qu'il faille démontrer d'autres circonstances : relations contractuelles, géographiques ou autres, attestant que le squatteur connaissait l'existence de la marque qu'il entend déposer. Par ailleurs, les autorités tendent à retenir le dépôt de marques en grande quantité comme un élément perturbateur de l'ordre public, justifiant le rejet ou l'annulation. Enfin, la Cour Suprême a débouté l'an passé un titulaire de marque enregistrée au motif que sa marque avait été déposée de mauvaise foi, et ce sans attendre le résultat de l'action en annulation lancée par le défendeur. ■