

Algérie, Maroc, Tunisie : quelles réponses en matière de lutte contre la contrefaçon de marques ?

De nombreuses entreprises françaises sont déjà implantées en Algérie, au Maroc ou en Tunisie. Pour celles d'entre elles qui témoignent d'un fort intérêt pour l'un ou l'autre de ces marchés mais n'y ont pas encore investi, il semble que l'un des principaux freins soit le sentiment d'insécurité juridique, notamment en ce qui concerne la protection de la propriété intellectuelle.

Sièges d'une contrefaçon endémique touchant tout particulièrement les marques, ces pays sont conscients du fait qu'il est indispensable d'optimiser le respect des droits de propriété intellectuelle afin d'attirer les investisseurs étrangers. Aussi ont-ils pris le parti, ces dernières années, de mettre en phase leurs législations avec les normes internationales.

Mais le défi consiste à mettre la pratique en adéquation avec les textes. En effet, aucun secteur économique n'est épargné ; le trafic est considérable en provenance des pays asiatiques ; l'écoulement des produits illicites est facilité par un marché parallèle très actif. L'Algérie, le Maroc et la Tunisie doivent donc faire leurs preuves en matière de lutte contre la contrefaçon de marques...

Philippe Van Eeckhout

information@contratak.com

Après avoir exercé en tant qu'avocat spécialisé en droit de la propriété intellectuelle au Canada, Philippe Van Eeckhout a été en charge de la lutte anti-contrefaçon au sein de la société *Bic*, puis chez *LVMH Fashion Group Asia Pacific Region*. Il est aujourd'hui Président et Consultant anti-contrefaçon de la société *ContrAtak*, afin de développer et mettre en œuvre la meilleure stratégie possible pour résoudre les problèmes engendrés par les contrefaçons.

Les législations maghrébines en matière de marques présentent-elles une unité de conception ? ¹

Les réglementations marocaine, tunisienne et algérienne en matière de marques - et plus largement, de propriété intellectuelle - sont très proches, du fait de la tendance de ces pays à s'inspirer du droit français, provenant de leur héritage colonial.

Du fait qu'ils sont membres de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), le Maroc et la Tunisie ont adhéré à l'Accord ADPIC (Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce), lequel impose notamment aux États membres d'organiser un minimum de protection des différents droits de propriété intellectuelle, en leur laissant le choix des moyens pour y parvenir. C'est la raison pour laquelle la Tunisie, comme le Maroc, ont un environnement législatif moderne en matière de marques.

De son côté, l'Algérie, afin de préparer son accession à l'OMC, a initié un processus de réformes en vue de mettre en conformité sa législation avec les dispositions de l'Accord ADPIC.

Chacun de ces trois pays est doté d'un institut national de la propriété industrielle auprès duquel des formalités doivent être accomplies afin d'obtenir une protection sur une marque : l'Institut national algérien de la propriété industrielle (INAPI) ², l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC) ³ et, en Tunisie, l'Institut national de la normalisation de la propriété industrielle (INNORPI) ⁴.

Il faut toutefois souligner que seuls l'Algérie et le Maroc sont membres de l'Arrangement de Madrid ⁵. Les formalités de protection peuvent donc y être accomplies soit par un dépôt international unique auprès de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle ⁶,

(1) Propos recueillis le 23 juin 2009 par Catherine Druetz-Marie, Responsable du Département information de l'Institut de recherche en propriété intellectuelle (IRPI) de la CCIP, <http://www.irpi.ccip.fr/>

(2) <http://www.inapi.org/accueil/>

(3) <http://www.ompic.org.ma/section/home.xml>

(4) <http://www.innorpi.tn/>

(5) L'Arrangement de Madrid permet, par une seule opération, d'acquiescer une protection dans plusieurs États. Pour plus de détails, voir : *Accomex* (2008), *Marque d'entreprise. Diffuser et défendre son capital dans un univers globalisé*, n° 84, novembre/décembre ; IRPI (2009), *Le guide de la propriété intellectuelle, collection Parcours d'entrepreneurs*, éd. CCIP-Delmas.

(6) <http://www.wipo.int/portal/index.html.fr>

en désignant l'Algérie et/ou le Maroc, soit par des dépôts nationaux directement auprès de l'INAPI et/ou de l'OMPIC. En revanche, la Tunisie n'étant plus liée par cet instrument international depuis qu'elle l'a dénoncé en 1988, les entreprises françaises qui souhaitent y protéger leurs marques sont obligées de recourir aux services de l'INNORPI.

En réalité, en dépit d'un dispositif légal approprié pour protéger les marques, la contrefaçon a pris une ampleur telle dans ces trois pays qu'il reste difficile, pour les entreprises, d'y défendre leurs droits.

L'Algérie, la Tunisie et le Maroc sont-ils des pays producteurs de contrefaçons ou constituent-ils plutôt des cibles pour les réseaux de contrefaçon ?

Si l'Algérie, la Tunisie et le Maroc s'imposent en tant qu'espaces de consommation et de transit, le Maroc constitue, parmi ces trois pays, le seul véritablement identifié comme étant producteur de contrefaçons, pour certains secteurs tels que le textile et le cuir. Le Maroc est ainsi devenu un des hauts lieux de la contrefaçon dans le domaine de la mode ; il arrive même que soient démantelés des trafics portant sur de fausses étiquettes de créateurs, une pratique courante consistant à fabriquer des vêtements sans marque en un seul lot et produire les étiquettes sur place afin de les coudre à proximité du point de vente.

Du fait de la libéralisation du commerce extérieur et de la diversification des échanges, ces pays sont véritablement inondés de contrefaçons en provenance de pays tels que la Chine - l'Algérie importe 70 % de ses marchandises de Chine -, la Turquie ou Dubaï. Qu'il s'agisse de médicaments, de produits alimentaires, de cosmétiques ou de pièces de rechange, non seulement la contrefaçon gangrène les économies nationales mais elle est également source de dangers pour la santé et la sécurité des consommateurs. Aussi les constructeurs automobiles étrangers, par exemple, qui sont implantés de manière historique sur les marchés algérien, marocain ou tunisien, doivent-ils désormais non seulement tenir compte des avantages dont ils profitent en termes de coûts de production, mais également des inconvénients subis du fait des contrefaçons de pièces détachées.

Ces contrefaçons s'écoulent notamment dans les marchés informels. Il semble, en effet, qu'au lieu de régresser, le marché parallèle prend de l'ampleur. Dans certains quartiers sensibles, les magasins de portables, d'électroménager, de vêtements ou de jouets "poussent comme des champignons". Commerçants ou simples citoyens y achètent toutes sortes de produits et profitent de prix bas par rapport à ceux pratiqués dans les marchés officiels.

À quelles structures peuvent s'adresser les titulaires de marques pour faire constater une contrefaçon ?

La contrefaçon peut être établie par tout moyen de preuve, par exemple un constat d'huissier ou d'un agent de la police judiciaire, mais il existe, dans ces trois pays, une procédure privilégiée : la saisie-contrefaçon. Il s'agit d'une mesure qui permet, avant d'engager une action sur le fond, de se ménager des preuves ou des débuts de preuve quant à l'existence d'une contrefaçon. À cette fin, le titulaire de la marque, par l'intermédiaire d'un avocat, saisit par requête le tribunal compétent du lieu où la saisie doit être effectuée.

Par ailleurs, il faut souligner le rôle des douanes algériennes, marocaines et tunisiennes qui, soit de leur propre chef, soit à la demande des titulaires de marques, peuvent effectuer des saisies. Dans ce dernier cas, le titulaire de droit dépose une demande fondée sur un dossier justificatif (droit de propriété, description et localisation de la marchandise, etc.) ; lorsque la demande d'intervention est acceptée, la constitution d'une garantie destinée à couvrir d'éventuels frais peut être exigée ; à partir du moment où la retenue douanière est notifiée officiellement au demandeur, celui-ci dispose d'un délai pour saisir les autorités judiciaires.

Enfin, il existe une procédure spécifique à la Tunisie, simple et efficace, pour prouver une contrefaçon. En effet, une loi de 2006, entrée en vigueur en 2007, a créé une administration spéciale, composée d'agents de contrôle économique. Cette administration a pour mission de combattre la fraude de manière générale, ce qui inclut donc une activité de lutte anti-contrefaçon. Ainsi, ces agents peuvent, comme ceux, en France, de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), constater l'existence d'une contrefaçon. Leurs pouvoirs sont même plus étendus que ceux de leurs homologues français, dans la mesure où ils peuvent saisir les produits en vue de les conserver un mois (reconductible éventuellement pour une nouvelle période d'un mois), permettant ainsi au titulaire de la marque d'intenter une action judiciaire. À titre d'exemple, plus de 4,6 millions d'unités de produits contrefaisants ont été saisis dans ce cadre en Tunisie, entre 2006 et 2008. Enfin, les agents de contrôle économique ont aussi la possibilité d'introduire eux-mêmes une procédure en contrefaçon, à laquelle peut se joindre la victime.

Quels recours judiciaires peuvent être envisagés ?

Les trois pays ont prévu, dans leur législation relative aux marques, des sanctions civiles et pénales à

l'encontre des contrefacteurs. Aussi les titulaires de droits peuvent-ils soit intenter une action au civil, afin d'obtenir une réparation du préjudice subi, soit saisir les juridictions pénales s'ils souhaitent, en outre, que les agissements illicites soient sanctionnés par des amendes et/ou des peines de prison.

Il faut noter toutefois une particularité du Maroc : les tribunaux de commerce sont exclusivement compétents pour connaître des actions en contrefaçon, y compris en matière de brevets d'invention. En Algérie et en Tunisie, ce sont les tribunaux de grande instance auxquels ces contentieux sont soumis.

S'il est possible d'opter pour la voie civile ou la voie pénale, le bon sens veut que le titulaire de marque ait plutôt recours aux tribunaux civils, car il maîtrisera davantage la procédure.

Une action en concurrence déloyale peut, en outre, être intentée par le titulaire de la marque si, comme dans le système français, celui-ci prouve que des faits distincts de la contrefaçon lui ont causé un préjudice. La faute sera caractérisée le plus souvent par l'intention de détourner la clientèle du titulaire de la marque ou d'installer une confusion dans l'esprit de la clientèle quant à l'origine des produits. Le préjudice, quant à lui, est généralement matérialisé par une perte financière ou la perte d'une chance de développement économique.

Les réparations obtenues sont-elles à la hauteur des espérances des titulaires de droits ?

Il est plus juste de dire que les réparations sont à la hauteur du niveau de développement économique de ces trois pays, donc peu élevées aux yeux des Européens, mais représentant un montant non négligeable pour les Algériens, Marocains ou Tunisiens.

Comme en France, le principe veut que soit réparé le préjudice mais rien que le préjudice. Or, il est parfois extrêmement difficile de l'évaluer, car de nombreux contrefacteurs locaux ne tiennent pas de comptabilité. Aussi les tribunaux se basent-ils sur la saisie réalisée et sur le bénéfice du contrefacteur, ce qui peut s'avérer assez frustrant pour les titulaires de marques.

En réalité, les entreprises pour lesquelles la lutte contre la contrefaçon constitue un enjeu certain n'ont pas pour objectif premier d'obtenir une réparation adéquate : elles veulent avant tout que soit mis un terme aux faits délictueux. Or, sur ce point, elles peuvent obtenir satisfaction puisque les tribunaux prononcent systématiquement la destruction des produits contrefaisants.

Quelles perspectives envisagez-vous à moyen terme pour la lutte contre la contrefaçon dans ces trois pays ?

La prolifération des contrefaçons est justifiée par la demande croissante des consommateurs locaux, attirés par des prix défiant toute concurrence dans un contexte économique particulièrement difficile, générant, en Algérie par exemple au cours des dernières années, une baisse drastique du pouvoir d'achat.

S'il est vrai que les autorités algériennes et marocaines ont pris un certain nombre d'initiatives afin de résorber les contrefaçons, elles ne sont toujours pas engagées dans une véritable lutte anti-contrefaçon. D'une part, en raison du taux de chômage en Algérie, qui est tel qu'il s'agit de trouver un équilibre entre la répression des activités de contrefaçon et les préoccupations sociales, très vives. D'autre part, en raison du fait qu'il est impossible d'agir en contrefaçon contre des importateurs qui ont de l'argent et sont proches du pouvoir.

Si l'on voulait établir un classement des trois pays, du plus respectueux de la propriété intellectuelle au moins respectueux, la Tunisie arriverait en première position, le Maroc en deuxième et l'Algérie en troisième.

Pourrait-on envisager une loi uniforme maghrébine, comme il existe en Europe une loi Benelux régissant le droit des marques en Belgique, aux Pays-Bas et au Luxembourg ?

Pourquoi pas ? Cela serait pertinent, puisque les réglementations marocaine, tunisienne et algérienne en la matière présentent de nombreuses similitudes et que ces pays ont un intérêt commun à lutter contre la contrefaçon. On peut douter toutefois que l'entente entre ces États, notamment entre le Maroc et l'Algérie, soit telle qu'un projet de ce type puisse voir le jour.