



## La contrefaçon de nom expliquée par des étudiants

lundi 7 novembre 2016, par [lpe](#)

3 questions pour mieux comprendre une problématique, une expertise des étudiants en Master II droit et marketing de l'Université de Poitiers :

**La contrefaçon de produits est bien connue, mais leur nom peut lui-même être aussi contrefait. Peut-on citer quelques exemples ?**

Esquissons le scénario d'une journée d'achats divers et variés. Nous pouvons commencer par nous rhabiller pour le changement de saison en allant chez ZARE ou H&N. Puis nous déjeunons de morceaux de poulet pané chez KFG, avant d'aller commander une pâtisserie et un café chez Sunbucks Coffee. Ensuite, nous entrons dans une parfumerie pour acheter un flacon de n°15 de Chanel, puis nous passons acheter un nouveau téléphone portable dans un APPLA Store. Un cadeau à faire ? On pourra opter pour un survêtement FUMA ou PUMBA, ou encore AVIVAS, assorti à des chaussures MIKE, DIKE, BIKE ou même PIKE...

**Ces noms semblent trompeurs mais le consommateur ne repère-t-il pas facilement une simple erreur orthographique ?**

Les modifications ne portant que sur une lettre peuvent sembler très visibles pour un consommateur européen ou du continent américain, mais elles ne sont pas si aisément repérables pour un acheteur chinois par exemple, même s'il connaît l'alphabet latin. De la même manière, serions-nous capables d'identifier facilement une erreur partielle dans la reproduction d'un idéogramme chinois ? De plus, les couleurs, l'emballage et la présentation du produit contribuent à tromper le consommateur. Enfin, concernant les logos, les erreurs, mêmes modestes, sont particulièrement nombreuses : il suffit de voir le nombre de reproductions variables du petit crocodile Lacoste (gueule ouverte ou fermée, tête à droite ou à gauche, corps vert clair ou vert foncé, contour du corps souligné de noir ou pas... l'imagination du contrefacteur est souvent sans limites !).

**Combien de produits cela concerne-t-il sur une année ?**

La commission européenne estime qu'environ 100000 cas de contrefaçon sont identifiés chaque année en Europe, et que cela représente plus de 35 millions de produits, dont la valeur globale de revente avoisine les 700 millions d'euros. Les cigarettes sont les produits entrant en Europe qui sont le plus fréquemment contrefaits, suivis des jouets, des produits pharmaceutiques, des vêtements et des produits alimentaires. Concernant la France, pour en savoir plus il est possible de se renseigner sur le site du CNAC (Comité National Anti-Contrefaçon), placé sous l'égide du Ministre chargé de la propriété intellectuelle.

*Sous l'impulsion de Sophie Nivoix, Maître de conférences HDR en Sciences de gestion, le Master 2 Droit et marketing de l'Université de Poitiers publie dans le Petit économiste des articles liés aux recherches des étudiants. Cette collaboration s'effectue en parallèle du partenariat noué entre les DCF (Dirigeants Commerciaux de France) de Poitou-Charentes, le Petit économiste et le Master 2 Droit et Marketing de l'Université.*