



Le musée de la Contrefaçon « suit le vrai à la trace » à travers l'art de faire fusionner lutte anti-contrefaçon et nouvelles technologies.

La technologie au service de la traçabilité

8,8 millions... C'est le nombre d'articles de contrefaçon saisis par les douanes françaises en 2014, contre 7,6 millions en 2013. Cette augmentation de 5,4 % traduit l'accroissement de ce fléau, aujourd'hui aux mains de criminels qui n'hésitent plus à investir dans cette activité illicite internationale et multisectorielle.

Mais qu'est-ce que la contrefaçon ? Elle se définit comme la reproduction, l'imitation ou l'utilisation, totale ou partielle d'une marque, d'un dessin, d'un brevet, d'un logiciel ou d'un droit d'auteur, sans l'autorisation de son titulaire, en affirmant ou laissant présumer que la copie est authentique. L'usage indique qu'il y a contrefaçon dès qu'il y a un risque de confusion pour les consommateurs.

Dès lors, il est apparu évident à l'Union des fabricants (Unifab), association française de promotion et de défense de la propriété intellectuelle qui regroupe plus de 200 entreprises issues de tous les secteurs d'activité, de devoir informer les consommateurs à travers un musée.

Le musée de la Contrefaçon a donc été créé en 1951 et dédié actuellement son exposition temporaire aux nouvelles méthodes technologiques de traçabilité, afin d'aider les entreprises à mieux maîtriser leurs réseaux de distribution, les agents de contrôle à affiner leur ciblage et les consommateurs à pouvoir se repérer lors de leurs achats.

Le musée s'ouvre au digital

Le musée de la Contrefaçon, seul musée qui collectionne les faux, s'est établi dans un hôtel particulier situé en plein cœur du 16^e arrondissement de Paris. Derrière une immense porte de style haussmannien, se trouvent de nombreuses vitrines, alimentées au gré des diverses saisies de la douane, qui contiennent une grande quantité de contrefaçons. Ces divers produits assurent la représentation de toutes les industries touchées par la contrefaçon dans cette exposition permanente. Plus loin, un nouvel espace digital s'ouvre aux visiteurs : « Contrefaçon et piratage, la riposte du monde numérique ». Ce titre évocateur démontre, par

* Directrice générale de l'Unifab (Union des fabricants)



l'intermédiaire de tablettes, que des algorithmes intelligents, issus de la recherche et du développement, « apprennent » à reconnaître des sites Internet vendeurs de contrefaçons ainsi que ces annonces frauduleuses qui parasitent la toile. Ces enquêteurs 2.0 ont pour vocation de stopper les produits illicites à la source et d'empêcher leur prolifération, en limitant les dangers sur la santé des internautes, l'économie et l'environnement. C'est aussi dans ce cadre que le travail des industries culturelles contre le piratage et ses risques (contenus pornographiques, propagande...) est expliqué, tout comme celui des prestataires de services comme la Poste, qui s'est beaucoup investie dans la protection de l'authentique, ou eBay, qui travaille en lien étroit avec les entreprises pour protéger les consommateurs des contrefaçons.

Innovations révolutionnaires

Juste en face, sous la grande arche rouge, s'est bâti un univers alliant histoire et technologies pour la nouvelle exposition temporaire du musée de la Contrefaçon : « Suivez le vrai à la trace... ». Cette rétrospective évoque, au travers du temps et de l'espace, les stratégies d'identification de produits imaginées par les entreprises. Un sceau, une impression particulière, un logo, un code-barres, des puces, des QR codes ou des hologrammes permettent aujourd'hui d'éviter toute reproduction non autorisée par les titulaires de droits, et sont destinés à assurer au consommateur la légalité du produit qu'il achète sans être exposé au risque de duperie. Un risque qui peut paraître banal, mais qui en réalité, sur beaucoup de produits, peut entraîner de lourdes conséquences sur sa santé et sa sécurité, ainsi que sur la réputation de l'entreprise qu'il affectionne.

Le musée de la Contrefaçon fait ici un inventaire à la Prévert des nouveaux moyens technologiques destinés à empêcher les contrefacteurs de produire des articles et de les distribuer en toute impunité, via les réseaux classiques ou sur Internet. Quelles sont ces innovations révolutionnaires ? Comment les entreprises deviennent-elles capables de lutter efficacement contre la contrefaçon à l'aide de la technologie ? La réponse à ces questions s'inscrit dans une évolution historique sans précédent. Dans un

premier temps, comme à l'époque de Charlemagne est présenté le sceau personnalisé qui certifie la provenance des correspondances, cette allégorie permet de mettre en avant l'authentification comme mode primaire de reconnaissance.

Aujourd'hui, cet acte de protection a bel et bien évolué. Il passe par des technologies complexes, basées sur de la recherche pointue et un développement technologique innovant. Ces méthodes sont destinées à faciliter le travail de reconnaissance des vrais et des faux produits, notamment pour les agents opérationnels qui, sur le terrain, pourront quasi instantanément être fixés sur l'authenticité de ce qu'ils contrôlent. Par exemple, avec les entreprises Authentication et Gén'Etiqu, l'apposition d'un liséré métallique sur le logo de la marque ou sur l'étiquette de l'article, l'incorporation de fibres dans le papier, invisibles à l'œil nu et détectables uniquement par l'utilisation d'outils de haute qualité, imaginés et créés par des entreprises telles que Contrast Technologies ou Arjowiggins, viennent sécuriser et garantir l'authenticité de billets de banque ou de documents officiels. Plus encore, avec la technologie développée par Advanced Track and Trace, certaines marques peuvent se prémunir de procédés évolués tels que la photocopie de l'emballage du produit afin de prendre son empreinte digitale. Chaque objet est désormais pourvu d'une signature identitaire unique, rendant impossible tout type de reproduction.

Ce voyage technologique vers la conquête d'outils modernes, destinés à assurer l'authentification des produits, continue de surprendre. Les divers *corners* de cette exposition pointent du doigt les procédés mis en place afin de ne pas laisser matière à la copie. Mélangé aux sociétés spécialisées, se trouve l'espace « Titulaires de droits », compartimenté en quatre espaces dédiés à la mise en application de ces méthodes. L'automobile, avec l'encre à couleur variable utilisée sur certains produits, est un savoir-faire unique qui échappe la plupart du temps aux compétences des contrefacteurs, le textile avec des étiquettes truffées d'informations inimitables, le médicament avec des solutions invisibles permettant l'instantanéité de l'authentification ou bien des outils en ligne qui retracent à travers le monde la contrefaçon sur un planisphère. Ces nouvelles stratégies de protection des produits sonnent comme de réelles avancées dans la certification de l'authentique, source de pérennité et de stabilité économique.

On n'arrête pas le progrès ! ■

