



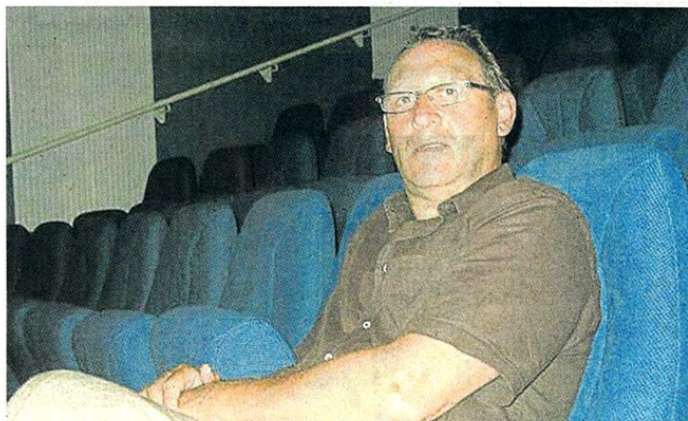
CCI
DE MAINE-ET-LOIRE

Créateur d'énergies

« Il est très difficile pour une petite entreprise de lutter contre la contrefaçon »

Hier, la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Maine-et-Loire organisait à l'Eurespace une conférence sur le thème : « Contrefaçon : anticiper et agir ». La CCI accueillait des chefs d'entreprise, des juristes et des conseillers en propriété industrielle et intellectuelle. Explications.

Contrefaçon, reproduction, imitations... Ces mots, les patrons et gérants des PME du Choletais ne pensaient certainement pas les rencontrer tout au long de leur carrière. Et pourtant les industries de luxe et les biens de consommation ne sont plus les seuls à être frappées par la contrefaçon. « Des pans entiers de notre économie sont touchés. La santé et la sécurité des personnes, mais aussi les entreprises sont en danger. La contrefaçon représente 5 à 9 % du commerce mondial. Son chiffre d'affaires annuel atteindrait 500 milliards d'euros. Organiser la riposte pour lutter contre ce phénomène est indispensable », insiste Christine Lai, directrice générale de l'Union des fabricants.



Claude Delaunay, gérant d'une PME choletaise, est confronté à la contrefaçon.

Claude Delaunay, un patron choletais, gérant de la société Dimco, est confronté depuis 2004 à la contrefaçon de « ses objets et cadres de décoration pour la maison et la chambre d'enfants ». « C'est en circulant dans les allées d'un salon international », qu'il a

retrouvé les copies d'une quarantaine de ses produits.

La fuite est venue d'un de ses salariés, « qui a passé un deal avec un Chinois » qui commerçait à Aubervilliers. Ce dernier a récupéré des catalogues fournis par l'employé choletais. Les

produits pouvaient être ensuite copiés et fabriqués en Asie. La supercherie a été rapidement découverte par la société ligérienne.

Pas moins de huit procédures ont été lancées pour « venir à bout de la contrefaçon et détruire les stocks concernés ». Plus de 130 000 € ont été investis pour défendre « ses idées et ses créations originales... » Claude Delaunay rappelle « qu'il est très difficile pour une petite PME de lutter contre la contrefaçon ». Lui qui a dépensé beaucoup d'énergie précise « que rien n'est gagné d'avance » et « que les chefs d'entreprises doivent s'aider de conseillers spécialistes de la contrefaçon. »

Toujours moins cher

Ce dernier avoue « n'avoir pas beaucoup d'espoir » quant à la disparition de ce marché parallèle. « Les enjeux politiques et financiers sont trop importants », indique le gérant. « Et les consommateurs veulent toujours acheter moins cher ! »

Julien SUREAU

Le Courrier de l'Ouest – Mardi 30 juin 2009