



Les métiers
La création
La technique

Rechercher

[Home](#)[Marques](#)[Technique](#)[Forums](#)[Emplois](#)[Annuaire](#)[Articles](#)[Divers](#)

LE BILLET HORLOGER

Minute, précisions!

Par Joël A. Grandjean

CONTREFAÇONS ET HYPOCRISIES...

Deux sortes de contrefaçons sont à distinguer clairement, même si elles alimentent les mêmes bourses mafieuses. La première se fait avec la complicité du consommateur, la deuxième fait tout pour l'abuser. Et ce n'est pas qu'avec des campagnes de communication qu'on va stopper ça.

Certes, les deux sont criminelles et les poches qui se remplissent, en fin de compte, appartiennent aux mêmes pantalons. Toutefois les filières mafieuses, contrairement à la plupart des démarches corporatistes utilisées par la branche pour lutter contre, font bien la distinction. Tout simplement parce que les publics concernés sont totalement différents et que pour les atteindre, les stratégies diffèrent.

Qui n'a jamais péché...

... me jette la première pierre. Je me revois, négociant sur un marché de Rome, pour le sport, une IWC qui n'avait de Portugais même pas son vendeur à la sauvette. Non pas que je l'aurais acquise, mais ma curiosité de palper le degré de ressemblance, d'investiguer du côté des cornes et des finitions, tout en tentant de me remémorer les codes originels, avait quelque chose de coupable. Ouf, les carabiniers de sortie ont fait fuir le vendeur et son éphémère étal. S'il avait accepté les ! 13,00 proposés, l'aurais-je finalement embarquée? Juste pour le fun? Pas bien, pas bien du tout me direz-vous. Cette contrefaçon-là a ceci de pervers qu'elle place le consommateur dans une situation complice. Evidemment, il sait bien qu'il est en présence d'un faux, même s'il est très loin de la galaxie horlogère. Sans se rendre compte forcément de la vraie valeur du modèle original, il sait en tous les cas qu'il n'aurait pas les moyens de se l'offrir. Alors, pour la frime, parce que tout bonnement le look reste réussi et aguicheur, il va craquer.



C'est flatteur de savoir que les bandits ont bon goût.

Du côté des marques, une certaine hypocrisie en vigueur, malgré le fait qu'elles jouent à la perfection leur rôle de victime outragée, ajoute à la perversité de la pratique. Quel commercial ou patron de marque n'a pas utilisé, dans son argumentaire, le fait que sa marque est contrefaite? Après tout, une place, même en queue de peloton, dans ce vil hit-parade, signifie au moins que vous y êtes entrés. En soi, c'est un succès. Car votre degré de notoriété devient tel qu'il titille *enfin* les fabricants illicites. C'est comme la reconnaissance d'un succès, comme si, à l'autre bout du monde, quelqu'un louait les efforts entrepris par votre équipe pour exister au sein d'une galaxie bien encombrée.

Ce n'est qu'une fois le phénomène de la fierté digéré, que vous allez commencer à vous organiser pour tuer le ver dans le fruit. Votre moment d'hésitation vous coûtera cher, car le ver a eu le temps de faire des petits. Là encore, les moyens que vous engagerez dans ce combat seront la preuve éclatante de votre réussite. Le message est fort, il demeure aussi puissant que lorsque, dans le domaine automobile, des enquêtes démontrent que ce sont les voitures allemandes qui se font le plus braquées. Autrement dit, les bandits ont bon goût...

Heureusement, grâce au fait que les lois commencent à s'appliquer aux frontières, le phénomène est de moins en moins décriminalisé. Reste que les *voleurs de marques* ont des ressources et font preuve d'une maestria sur internet qui dépasse largement celles des marques ou des justiciers patentés.

Solution blasphématoire ou pragmatique?

Pour enrayer le phénomène, parmi les pistes les plus inattendues, il en est une qui provient d'un groupe de réflexion proche des milieux internationaux de la propriété intellectuelle. Son principe serait de négocier avec les trafiquants: en s'accordant sur le reversement obligé d'une part de leurs chiffres d'affaires. Ainsi, les marques auraient accès, au prorata de leurs notoriétés, à une part de ce commerce illégal certes, mais dont on sait très bien, que même avec une drastique aggravation des sanctions, il demeurerait impossible à éradiquer.

Cette solution hérétique fait preuve d'un pragmatisme crasse. Presque un aveu d'impuissance. Mais, étant donné que la cible visée est un public dont l'indiscipline n'est plus à démontrer et dont les moyens sont si distants de ceux dont il faut disposer pour avoir accès aux vraies valeurs, le débat mérite d'être lancé. Il aurait au moins l'avantage de compléter la localisation minutieuse déjà bien avancée des unités criminelles de production... et d'ouvrir une nouvelle source de financements chez ceux qui investissent tant dans la force de leur marque.

Le crime parfait!

Bien plus inquiétante que cette contrefaçon de bas étage, la circulation particulièrement vicieuse de fausses montres dont l'extrême degré de qualité laisse perplexes même les experts et les horlogers des marques, signifie que les malfrats disposent aussi d'outils de production particulièrement bien affûtés, de complicités au sein de la sphère horlogère, voire d'une matière grise récupérée.

Comme le souligne en observateur spécialisé le journaliste Ollivier Broto, ce phénomène des «*montres tombées du camion*» a toujours existé. Il se murmure même que certains grands horlogers, disposant aujourd'hui de pignons sur rue, participaient à leurs débuts et pour arrondir leurs fins de mois, à de semblables entreprises. Autrement dit et par exemple, avec une vraie *Rolex* achetée et une excellente connaissance du tissu des fournisseurs, il était possible d'en produire deux ou trois. De vraies fausses montres qui offraient un tel degré de qualité qu'elles abusaient même les garants patentés de l'authenticité.

Aujourd'hui, les centres de productions capables de telles prouesses et suffisamment outillés pour alimenter ces flux d'ultra falsification sont presque

tous en Asie. D'autant que du côté des fournisseurs et des outils, les marques ont su verrouiller leurs trésors. Ces centres mafieux sont si connaisseurs des milieux de l'horlogerie qu'ils vont jusqu'à infiltrer le marché des ventes aux enchères, s'*amusant* à reproduire à la perfection des merveilles du passé aptes à feinter commissaires priseurs ou collectionneurs.

La lutte selon Prooftag.



Une réponse possible des marques face à ce raffinement dans le crime serait l'instauration et l'adoption commune d'un standard sécuritaire suffisamment pratique d'emploi et accessible technologiquement. De nombreux acteurs se sont lancés sur ce marché prometteur, dont les frontières ne sont pas qu'horlogères. D'ici à ce que les marques se mettent autour d'une même table....

Le projet Prooftag pourrait prendre l'avantage. Il a déjà été choisi par Parmigiani, et bien d'autres acteurs non horlogers, comme des gouvernements chargés d'émettre des documents officiels. A l'origine de cette société, un chercheur, chargé par un client leader dans les colles, les enduits, de trouver la solution pour en éradiquer complètement les bulles. Car, dans ce genre de matériau, le moindre début de bulle lui ôte ses qualités de transmetteur ou d'assembleur.

Après dix années de recherche, au moment de rendre son tablier, il a une idée totalement «*out of the box*»: en injectant volontairement un faisceau de bulles dans une matière facilement *découpable* et *posable* sur n'importe où, il crée un nouveau système d'empreintes presque aussi infailible qu'une empreinte digitale. Chaque pastille et sa configuration unique de bulles se rapportent à un objet émis par la société qui en acquiert le procédé. La logique Prooftag résout un problème de taille. Nul besoin d'une base centralisée de données, dont la localisation et la gestion poseraient d'autres problèmes. Car les données délivrées au consommateur demeurent au sein de la marque qui les émet et qui peut y faire correspondre son propre système de classification. Autre avantage, avec un simple téléphone portable doté d'un appareil photo et d'une transmission, l'empreinte et la configuration des bulles sont facilement vérifiables. Nul besoin d'équiper les douanes ou les contrôleurs de nouveaux matériels...

Et la comm' dans tout ça...

Informé, sensibiliser, tant ceux qui doivent appliquer les lois et respecter leurs signatures d'accord que ceux qui les détournent, c'est bien. Encore faut-il parler à chacun le langage qui lui est destiné. Impérativement, il est temps que l'ensemble des instances corporatistes se consultent puis s'unissent pour professionnaliser leurs démarches de prévention. L'enjeu en vaut la chandelle.

Il y a par exemple dans la formule «*Fake Watches, for Fake People*» une belle intention. Mais il y a aussi une dimension accusatrice, heureusement moins perceptible dans la version française, qui ne sied pas avec la complexité du problème. Une sorte de désignation sociale qui isole encore plus par sa charge moralisatrice, ceux qui n'auront jamais, dans le cas de la contrefaçon de bas étage, les moyens d'acquiescer une vraie montre et auront cédé au paraître usurpé. Quant à celui qui a été une vraie victime d'une imitation tellement bien faite qu'elle aurait trompé même les auteurs du slogan, il risque de ne pas apprécier du tout ceux qui enfoncent le couteau dans sa plaie...



Mars 2010

[On en parle sur le forum](#)



toute reproduction strictement interdite