

Comité consultatif sur l'application des droits

Dix-huitième session
Genève, 2 – 4 juin 2026

CAMPAGNES PUBLICITAIRES DE SENSIBILISATION A LA LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON EN ESPAGNE

*Contribution établie par Mme Sara Boy, cheffe de service à l'Office espagnol des brevets et des marques (OEPM), Madrid (Espagne) **

RESUME

Cet article souligne le rôle joué par l'Office espagnol des brevets et des marques (OEPM) dans la sensibilisation des consommateurs, élément clé de la lutte contre la contrefaçon. Conformément à son mandat légal et à son plan stratégique, l'OEPM organise depuis 2019 des campagnes nationales de sensibilisation annuelles, ciblant les périodes de forte consommation. Tout en s'appuyant sur des données fournies par l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), les autorités nationales chargées de l'application de la loi et Europol, cette contribution met en évidence les préjudices sociaux, économiques, sanitaires et environnementaux liés aux produits de contrefaçon. Elle décrit les objectifs, la portée et la stratégie de communication des campagnes de l'OEPM, notamment le portail Web "*stopfalsificaciones*" et la campagne 2025, qui s'est appuyée sur un discours positif axé sur le grand public. Des efforts soutenus de sensibilisation sont essentiels pour influencer le comportement des consommateurs et renforcer le respect des droits de propriété intellectuelle.

* Les opinions exprimées dans le présent document sont celles de l'auteur et pas nécessairement celles du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

I. SENSIBILISER AUX DROITS DE PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE ET PROMOUVOIR LE RESPECT DE CES DROITS

1. En vertu du décret royal régissant l'Office espagnol des brevets et des marques (OEPM), l'office est chargé, outre l'enregistrement des droits de propriété industrielle protégés sur le territoire espagnol, de promouvoir des initiatives et de mener des actions visant à sensibiliser le public et à garantir une protection adéquate de la propriété industrielle.
2. Des études et des rapports publiés par l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) indiquent que 20% des jeunes en Espagne ont sciemment acheté au moins un produit de contrefaçon au cours des 12 derniers mois¹ et que, notamment dans les secteurs de l'habillement, des cosmétiques et des jouets, la consommation de produits de contrefaçon représente une perte de plus de 15 000 emplois directs et de plus de 1,5 milliard d'euros (1,75 million de dollars É.-U.) de chiffre d'affaires en Espagne².
3. Dans le cadre de sa mission visant à promouvoir une meilleure compréhension des droits de propriété intellectuelle, l'OEPM propose des formations spécialisées sur ce sujet aux étudiants de tous niveaux ainsi qu'aux agents chargés de faire respecter ces droits.
4. Les dernières données publiées par les autorités espagnoles chargées de l'application de la loi concernant les saisies de produits de contrefaçon en Espagne – issues d'opérations menées par les forces de police nationales, régionales et locales – montrent que plus de 6 millions de produits de contrefaçon ont été saisis en 2024. Plus de 80% de ces produits étaient des jouets.
5. Selon les rapports d'Europol, les atteintes aux droits de propriété intellectuelle sont souvent liées à d'autres infractions graves, telles que l'exploitation par le travail, le blanchiment d'argent, la corruption ou le trafic de drogue³.
6. De plus, l'utilisation de produits de contrefaçon présente un risque pour la santé des consommateurs, en particulier pour les enfants dans le cas des jouets, et contribue à la dégradation de l'environnement, car ces produits ne passent pas les contrôles des composants ni les inspections en fabrication.
7. Ce qui précède souligne à quel point il est important de sensibiliser les consommateurs afin qu'ils puissent mieux respecter les droits de propriété intellectuelle, comprendre leur fonctionnement et les protéger. La propriété industrielle revêt une importance cruciale, car elle stimule l'innovation et le développement économique, crée des emplois, renforce la compétitivité et attire les investissements. Elle facilite également le transfert de technologies, favorise une concurrence loyale et permet aux entreprises de protéger leurs actifs incorporels afin qu'elles puissent en tirer profit et développer leurs activités.
8. L'OEPM a intégré dans son plan stratégique pour la période 2025 - 2027⁴ un projet de campagnes de sensibilisation visant à lutter contre la contrefaçon et à renforcer l'application des droits de propriété intellectuelle.

¹ EUIPO, 2023. [European Citizens and Intellectual Property: Perception, Awareness, and Behaviour —2023](#).

² EUIPO, 2024. [Incidence économique de la contrefaçon dans les secteurs de l'habillement, des cosmétiques et des jouets dans l'UE](#).

³ EUIPO et Europol, mars 2022. [Intellectual Property Crime: Threat Assessment 2022](#).

⁴ OEPM, [Plan estratégico 2025 - 2027](#) (uniquement en espagnol).

II. CAMPAGNES DE LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON

9. Depuis 2019, l'OEPM mène chaque année des campagnes publicitaires institutionnelles pendant les périodes de forte affluence commerciale, telles que le Black Friday et Noël, dans les principaux médias nationaux : télévision, radio, presse écrite, Internet et affichage extérieur. La semaine où la campagne démarre, elle est présentée à la presse par le Ministre de l'industrie et du tourisme. Chaque année donne lieu à une toute nouvelle campagne.

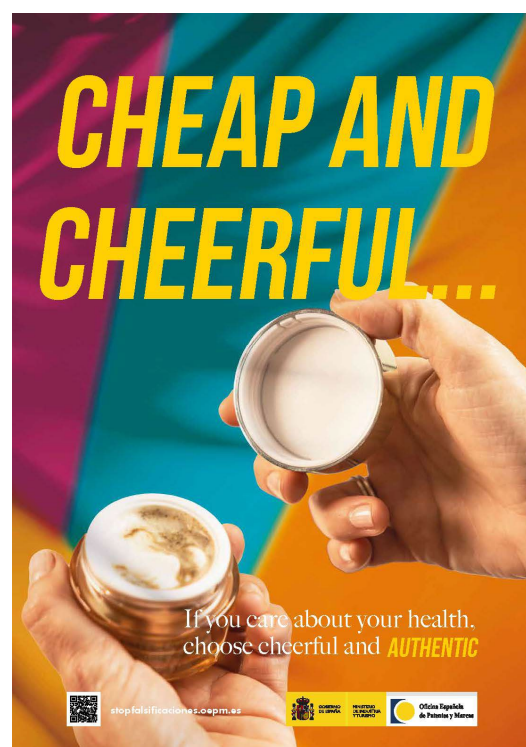
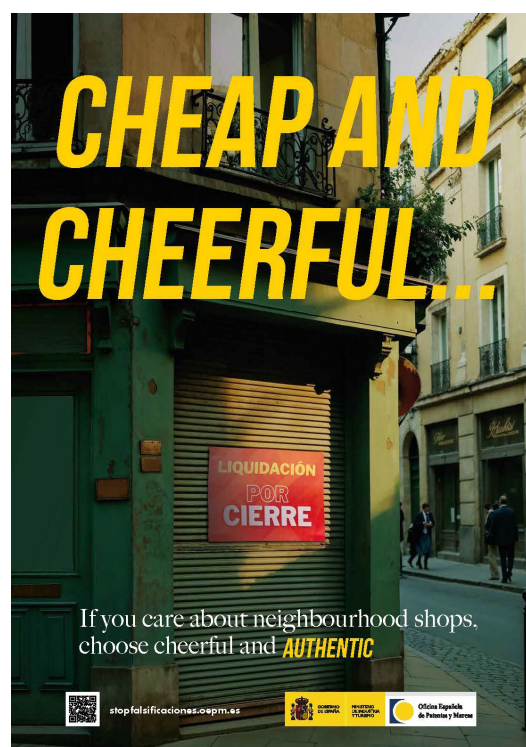
10. L'objectif est de sensibiliser les consommateurs à l'importance de ne pas acheter de produit de contrefaçon et aux graves conséquences sociales et économiques que l'achat de produits de contrefaçon entraîne, en mettant particulièrement l'accent sur les risques pour la santé et l'environnement.

11. Les campagnes sont hébergées dans un espace prévu à cet effet sur le portail Web de l'OEPM, intitulé "*stopfalsificaciones*" ("*stop à la contrefaçon*"). Ce portail rassemble toutes les informations utiles concernant la contrefaçon et l'application des droits, notamment des études et des rapports publiés, la législation, des lignes directrices à l'intention des titulaires de droits sur la manière de protéger leurs droits de propriété intellectuelle, ainsi que des instructions sur la marche à suivre pour signaler les cas de contrefaçon. Il reçoit également les courriers électroniques émanant de particuliers, d'entreprises et d'autorités, concernant des atteintes aux droits de propriété industrielle, auxquels il répond. Les courriers électroniques sont traités par le service de l'OEPM chargé de l'application des droits. La plupart des demandes portent sur la procédure à suivre pour signaler un cas présumé de contrefaçon; dans certains cas, une réponse d'autres départements de l'OEPM ou une intervention de tiers, tels que des plateformes de commerce électronique, peut s'avérer nécessaire.

12. Dans sa campagne de 2025, l'OEPM a adopté un ton qui visait à s'éloigner des messages culpabilisants et dramatiques généralement associés à l'achat et à la consommation de produits de contrefaçon, pour privilégier une approche plus conviviale et visuellement attrayante, s'inspirant d'expériences du quotidien afin de mieux toucher le public.

13. L'objectif de cette campagne, dont le slogan était "Bon marché, sympa et... authentique", était de sensibiliser les consommateurs aux risques et aux conséquences liés à l'achat de produits de contrefaçon et de promouvoir une solution responsable, réfléchie et durable. Dans un contexte de consommation de masse où les décisions d'achat se prennent en quelques secondes, les produits de contrefaçon se sont imposés comme une solution en apparence sans conséquence, à la fois accessible, attrayante et fonctionnelle. Cependant, derrière les apparences se cache un danger réel pour tout le monde : les consommateurs, les petites entreprises, la santé publique et l'environnement.

14. La campagne 2025 vise à inciter à la réflexion, en invitant les gens à réfléchir avant de consommer et en leur rappelant que chaque choix de consommation a des conséquences souvent invisibles, mais toujours réelles.



15. Les supports de campagne, notamment une vidéo, des affiches et un spot radio (en anglais et en espagnol), sont disponibles sur le portail *stopfalsificaciones*. L'OEPM vous remercie de bien vouloir diffuser ces informations par les canaux appropriés afin d'en maximiser l'impact, et se tient à votre disposition pour fournir tout document ou renseignement complémentaire.

III. CONCLUSION

16. Comme le souligne le plan stratégique de l'OEPM, des campagnes de ce type, visant à faire évoluer les mentalités et les comportements des consommateurs et à promouvoir le respect des droits de propriété intellectuelle, continueront d'être diffusées dans les médias espagnols : les atteintes aux droits de propriété intellectuelle constituent des délits complexes qui nécessitent la mobilisation conjointe de toutes les parties prenantes. Sensibiliser les consommateurs afin de leur permettre de mieux comprendre le fonctionnement de la propriété industrielle est essentiel pour favoriser un plus grand respect des droits de propriété intellectuelle.

17. Nous vous invitons également à regarder la vidéo de la campagne, qui est diffusée dans le cadre du cinéma de l'ACE.

[Fin de la contribution]