

Enquête

Dans les ateliers des faussaires du design

À la faveur de l'engouement pour un design à moindre coût, le marché du faux explose. Simple imitation ou contrefaçon fidèle, les copies de meubles iconiques et d'objets de marque pullulent sur Internet et dans les grandes enseignes. Analyse du fléau.

Par Pierre Léonforte

Illustrations David Lanasp pour Beaux Arts

C'est l'Union des fabricants (Unifab), principal organe de défense et de promotion des droits de la propriété intellectuelle, qui le dit : de 15 à 30 % des biens constituant le marché de l'art, mobilier compris, sont l'objet de contrefaçon. En 2015, les douanes de l'Union européenne ont saisi, provenant de Chine, d'Inde, de Turquie et des Émirats arabes unis, plus de 40 millions d'articles violant les droits de la propriété intellectuelle, soit un boom de 15 % par rapport à 2014. En tête : vêtements, médicaments, jouets, ustensiles de cuisine, meubles, luminaires, objets décoratifs, qu'ils soient réédités ou issus de la création contemporaine. Plus récent que pour la parfumerie ou la maroquinerie de luxe, le faux

en matière de design n'est pas une nouveauté, mais la globalisation, la communication digitale, l'e-commerce et les bons plans permanents en ligne en ont fait exploser la pratique. Non sans montrer du doigt l'acheteur, complice de fait... Car dans ce combat, la pédagogie n'est jamais inutile. En mai 2017, l'Unifab était ainsi partenaire de la 36^e édition des Puces du design, à Paris, avec une installation scénographiée par le collectif 5.5 Designers, intitulée *la Contrefaçon, l'illusion du design*. Installation accompagnée d'une table ronde où l'on apprit que la copie de meubles design atteint désormais un volume de cinq à dix fois supérieur à la vente d'originaux. Louable, l'initiative amusa ceux qui savaient que les premières éditions des Puces du design, à l'époque passage du Grand Cerf, étaient truffées de faux et de copies. Jamais trop tard pour devenir vertueux.

Patrick Jouin copié par Castorama

Nous sommes tous des copieurs. Pour le philosophe Jean Baudrillard, la chose était entendue. L'industrie du design et les galeries éditrices, elles, crient au fléau. Auteur de nombreux ouvrages, dont *Designers : quels sont vos droits ?* (éd. Pyramyd), spécialisée dans le droit de la propriété intellectuelle, l'avocate Agnès Tricoire est catégorique : les deux principaux pourvoyeurs de contrefaçon du design sont les grandes enseignes françaises et les sites Internet marchands basés, non plus au Royaume-Uni depuis le durcissement de la loi obtenue sous la pression de l'Europe, mais en Irlande, restée plus permissive. « Les premiers se fournissent en Chine et inondent le marché



Le Corbusier, Charlotte Perriand & Pierre Jeanneret
Chaise longue LC4, rééditée par Cassina

1928-1965, cuir, l. 160 cm.

VRAI

À partir de 3 300 € (tissu)
et 4 260 € (cuir) chez Cassina



Plus la production est *cheap*, plus l'objet sera copié; plus il est complexe, moins il intéresse les margoulins du *copycat*.

de copies par milliers; les seconds, qui proposent des contrefaçons, revendent le vrai pour vendre du faux, fabriqué à l'identique et très documenté afin de mieux piéger le client.» Maître Tricoire, qui connaît son design sur le bout des doigts, a fait condamner en 2014 Castorama, jugé coupable de contrefaçon des lustres *Ether S*, *Ether 90S* et *Ether 150S*, créés par Patrick Jouin pour sa propre société et commercialisés par la firme italienne Leucos. Le prix à payer? Plus de 800 000 euros de dommages et intérêts, l'enseigne ayant vendu environ 25 000 pièces de ces lampes contrefaites, importées de Chine.

Comment la contrefaçon profite de la pingrerie des éditeurs

Minimal input, maximal profit: contribution minimale, profit maximal. Tel est le principe de la contrefaçon. Le succès commercial d'un siège, d'un luminaire, si possible facile à reproduire, déclenche illico sa copie. Or, les designers et les éditeurs n'y sont pas préparés. Souvent, ils négligent le dépôt des dessins et modèles à l'Inpi (Institut national de la propriété industrielle) et réagissent trop tard. Certains rient jaune en invoquant la fameuse «rançon du succès». Certes, la protection juridique a un coût – pas si

élevé que cela –, mais le jeu en vaut la chandelle. D'autant que l'accélération phénoménale de la connaissance publique et médiatique d'une pièce de design, par exposition ou commercialisation, est un boulevard pour la contrefaçon, partagée entre trois «valeurs» intrinsèques du produit: son succès commercial, son capital symbolique et son prestige.

Cofondateur de la maison d'édition DCW, Frédéric Winkler évoque ainsi le cas de l'icône lampe *Gras* conçue par Bernard-Albin Gras en 1921 et tombée aujourd'hui dans le domaine public: «Nous agissons essentiellement pour faire fermer les sites qui la diffusent en ligne, car ses modifications nous appartiennent. Concernant la lampe *Mantis*, élaborée par Bernard Schotlander en 1951, il a dû faire intervenir un avocat, en plein Salon du meuble de Milan, pour qu'un éditeur italien avignon sur rue retire sans délai ses copies. Autre cible: la suspension *Here Comes the Sun* de Bertrand Balas (1970) que DCW reproduit très officiellement, copiée à l'envi notamment par un grand distributeur français. «Laisser faire est un gros risque aujourd'hui», commente Frédéric Winkler. Un risque financier et juridique dépassant largement la seule notion de préjudice moral.» À ses yeux, la contrefaçon profite de la pingrerie des éditeurs, notamment en termes de qualité. Car plus la production est *cheap*, plus l'objet sera copié; plus il est complexe, moins il intéresse les margoulins du *copycat*.

Détenteur des droits de reproduction et de réédition de plusieurs créations historiques de Roger Tallon, dont l'escalier hélicoïdal *M400* (1966) et la collection *Cryptogramme*, Pierre Romanet, directeur de Sentou, ne dit pas autre chose. «Rééditer Tallon est déjà d'une telle difficulté

alors le copier... On ne copie que ce qui est utile. On sait de quoi il parle : il a dû renoncer à pro-
duites en métal illustrées par 100drine tant elles
élaborées. Élaboré par l'architecte suisse Fritz Haller
le système d'aménagement de bureau USM est
devenu un emblème du design industriel. For-
malié. Mais les contrefacteurs sont toujours en
train : soumis à un programme d'améliorations
récemment brevetées, les produits USM ne sont pas
falsifiés. Ceux qui s'y risquent utilisent, par exemple,
des vieilles de vingt-cinq ans ! Directeur général
française d'USM, Laurent Crochet évoque
la copie ou la contrefaçon que l'intention délibérée
est une confusion sur les couleurs, les volumes,
des en «fourguant» des modèles proches, diffé-
rents inspirés par les originaux.

Contrefaçon ou pillage ?

Enfin, la plupart des éditeurs fustigent ainsi des
la grande distribution très établis qui, sans ver-
baliser les catalogues à visage découvert. Bardés
des codes de bonne conduite et d'une armada juri-

dique pour leur éviter tout faux pas, conseillés par des
pointures du design et du *lifestyle*, ils entretiennent
savamment la confusion entre hommage et pillage. Au
rayon lumineux, on ne compte plus les évocations, sou-
vent signées d'un studio de design inconnu, proposant
des similitudes troublantes avec des pièces célèbres.
Récemment, Constance Guisset a ainsi vu sa suspension
Vertigo, éditée par Petite Friture, «réinterprétée» par une
enseigne populaire dédiée à l'univers de la maison. Même
certains grands éditeurs se laissent aller à quelques mala-
dresses. Investissant chaque année des sommes considé-
rables dans la lutte contre la contrefaçon – satisfaisant en
cela les exigences de la fondation Le Corbusier, mais aussi
de la Fondazione Franco Albini et de l'héritière de Char-
lotte Perriand –, Cassina, firme italienne emblématique
(rachetée en 2014 par le groupe américain de mobilier de
bureau Haworth), s'est pris les pieds dans le tapis avec un
fauteuil de Gio Ponti, exhumé des archives. Des années
durant, ce dernier fut le génial directeur artistique de Cas-
sina. Toutefois, ses héritiers détiennent l'intégralité des
droits de reproduction, via les Gio Ponti Archives, contrô-
lant la réédition de tout ce que leur prolifique aïeul a pu ►►►

Plagiarius, le prix du déshonneur

Une jardinière peinte en noir avec le nez doré : voici le trophée,
remis pour un sou, mais décerné bravachement chaque année,
le Plagiarius, aux industriels coupables de contrefaçon
de design industriel. Une remise de prix tout ce qu'il
est et de médiatisé, tenue dans le cadre du très sérieux salon
à Francfort, et que les récipiendaires se gardent bien de
décevoir. Fondé en 1977 par le designer allemand Rido Busse
qui eût constaté qu'une balance de cuisine, dessinée par
Soehnle-Waagen, avait été copiée par une firme
chinoise –, le prix Plagiarius a féroce ment couronné plus
de cent litigieux non sans dénoncer plus de 1 600 cas de
contrefaçon. Ces deux dernières éditions, ce «negative award»
a distingué les copies chinoises de la chaise de bureau
Silver [et du lustre *Stilio* de Daniel Klages édité
par Raum Diennebier. Les années précédentes, Plagiarius
a court-circuité Literite Prod., le contrefacteur taiwanais



de la lampe *Tizio* de Richard Sapper, best-seller mondial de la firme
italienne Artemide et a débusqué la copie chinoise et servile
du ventilateur *Dyson Air Multiplier AM03*, vendue en ligne en Allemagne.
Penser le danger uniquement venu de Chine, c'est se tromper :
l'ennemi peut aussi être dans la place. Ainsi, des anges en porcelaine
Lyra produits par Wunasia, ont été copiés sans état d'âme par...
la firme allemande Rosenthal. Pédagogie et curiosité : Aktion
Plagiarius a ouvert à Solingen, le fief coutelier allemand, son Museum
Plagiarius, empli de plus de 350 articles originaux et leurs copies.
www.plagiarius.com • www.museum-plagiarius.de



Chaise de bureau *Silver*

Original : Interstuhl Büromöbel GmbH & Co. KG, Meßstetten-
Tieringen, Allemagne.

Plagiat : Distribution Shenzhen Chunshan Trading Co., Chine.



dessiner. Or, en avril dernier, Cassina publiait une pleine page de publicité dans le quotidien italien *Corriere della Sera*, pour annoncer l'exposition du fauteuil 811 en *showroom* durant la Design Week milanaise : « Poltrona 811, l'originale. Progettata a Meda nel 1956 da Gio Ponti e Cassina. » Patatras : les héritiers de Ponti ont illico réagi en attaquant Cassina pour contrefaçon. Car c'est à la firme Molteni & C qu'ils avaient déjà cédé les droits de reproduction de ce même fauteuil (commercialisé sous

le nom de D.156.3). Un mois plus tard, le tribunal de Milan donnait raison aux ayants droit. À la tête de Cassina se trouve aujourd'hui un *brand manager*. Explique-t-il cela ?

Consumérisme et chic de l'inculture

Devenu un véritable marqueur social, le design profite désormais de cette frénésie de consumérisme consistant à tout acheter de marque... mais pas cher. L'ubérisation de la société n'a pas épargné le design. À l'instar du mode, le *mass design* se déguste soldé, bradé. Et comme la mode, il est devenu saisonnier, donc périssable. L'opposé du contraire d'un design de qualité qui prend de la valeur avec le temps, s'inscrit dans la durée. Ciblé et combattu par mille offres aux provenances plus que douteuses, soutenu par les réseaux sociaux comme Pinterest et ses éphémères fraîches du design, truffées de faux, l'acheteur accepte les yeux fermés, persuadé de faire une affaire. Vacuée par la paresse ou le chic de l'inculture : à la longue, la contrefaçon affecte le goût du public, parasite sa perception de la création, anesthésie sa considération et dénie au créateur le respect de ses droits fondamentaux. Un comble pour une génération pseudo-altruiste qui a le mot créateur plein la bouche et qui ne fait que piller, complice de l'industrie et d'un commerce honteux.

Mais à ce jeu dangereux, les designers sont eux aussi victimes. Ceux que Pierre Paulin appelait, il y a quinze ans, les profanateurs de sépultures, ont pris le dessus. Dotés de talent, nombreux sont ceux qui se prévalent de leur ancienneté pour légitimer leurs copies. De fait, le design a lui-même désormais son palmarès des créateurs les plus imités. Mais aussi Charles & Ray Eames, Arne Jacobsen, Eero Saarinen, Verner Panton, Serge Mouille, Mathieu Matégot. Parmi les contemporains, citons Christian Liaigre, Philippe Starck, Tom Dixon, Patricia Urquiola, Ionna Vautrin (a



L'utilisation frauduleuse de marques de luxe réserve des surprises.

La contrefaçon a son musée à Paris !

Personne n'ignore les répliques de sacs ou de montres de luxe... mais connaissez-vous la babouche Louis Vuitton, les faux ongles Gucci ou, mieux, les gants de vaisselle Chanel ? Niché dans son hôtel particulier du XVI^e arrondissement de Paris, le musée de la Contrefaçon, créé en 1951 et ouvert au public depuis 1972, expose à ses visiteurs quelque 500 objets : authentiques et fac-similés présentés côte à côte. Les six galeries dévoilent de manière ludique les imitations parfois grotesques des produits phares des entreprises membres de l'Unifab (Union des fabricants). De l'Antiquité à nos jours, ce petit musée

déroule des siècles de commerce parallèle. En moins d'une heure, on en apprend plus sur le marché du faux et ses méfaits. Pas mal pour l'un des rares musées à collectionner les originaux comme les copies ! **Auguste Schwarcz**

Musée de la Contrefaçon • 16, rue de la Faisanderie • 75016 Paris
01 56 26 14 00 • <https://musee-contrefacon.com>

Acheter plus cher un faux historique qu'un original, exhibé pour faire rire; exprimer sa dérision postmoderne, son snobisme singulier.

sa lampe *Binic* chez Foscari... Pour tous ceux qui sont tombés dans le domaine public comme Marcel Breuer ou Mies Van der Rohe, c'est sur la qualité de la reproduction que tout se joue. Car parmi les acheteurs, beaucoup connaissent bien le design et achètent parfois du faux en rébellion contre ces firmes vivant sur la bête – depuis le temps qu'elles le produisent ce fauteuil, l'outillage a été amorti, non ?

Le supplice de la fausse *Tulip*

Encore plus tordu : acheter plus cher un faux historique qu'un original, exhibé pour faire rire; exprimer sa dérision postmoderne, son snobisme singulier. Il est vrai que l'époque court après sa propre modernité, véritable composite et fourre-tout stylistique, avançant par marquages, références, clins d'œil et suivisme. Or, tout n'est pas protégeable, à commencer par l'inspiration : du coup, c'est *open bar* au salon. Rappelons toutefois que, légalement, le fait d'acheter ou de posséder des meubles et pièces de contrefaçon est passible d'amende. En outre, la contrefaçon peut s'avérer dangereuse puisque tout, dans un produit contrefait est faux, et pas que la forme : la matière, la visserie, etc. D'aucuns avancent que s'asseoir sur une fausse chaise n'a jamais tué personne. À vérifier ! Une fausse *Tulip* d'Eero Saarinen (édition originale Knoll), en cas de casse de coque, peut raviver le supplice du pal. Punition hautement symbolique... ■

À LIRE

Designers : quels sont vos droits ?

par Agnès Tricoire • éd. Pyramyd • 212 p. • 17,50 €

POUR VOIR LES OBJETS CITÉS

www.artemide.com
www.cassina.com
<http://dcw-editions.com>
www.foscarini.com
www.knoll.com
www.licht-im-raum.de
www.molteni.it
www.petite-friture.com
www.sentou.fr
www.usm.com
www.vitra.com
www.wunasia.de

EN HAUT

Jean Prouvé
Fauteuil *Cité*, 1930,
réédité par Vitra

CI-CONTRE

Jean Prouvé
Table *Trapèze*, 1950-1954,
rééditée par Vitra

Jean Prouvé, l'un des designers les plus copiés au monde

Il caracole en tête du hit-parade des designers les plus contrefaits. Et ce, sur deux marchés : celui de l'original historique où sa cote est zénithale, et celui de la reproduction autorisée. Lancée en 2002, et rencontrant depuis un vaste succès planétaire, la collection Jean Prouvé by Vitra n'est pas un ensemble de reproductions à l'identique : si les dimensions originales de la table *Trapèze* (1950-1954), de la chaise *Antony* (1950), de la *Standard* (1934-1950) et du fauteuil *Cité* (1930) sont respectées, le traitement des couleurs diffère, ces changements ayant été opérés avec l'accord des héritiers. Ce n'est pas la première fois que des modèles de Prouvé font l'objet d'une reproduction. Au début des années 1980, la société allemande Tecta avait conclu un accord de licence pour quelques pièces phares comme la chaise *Standard* et le fauteuil «de grand repos», accord dénoncé en 2001 par les héritiers Prouvé. Du coup, les sièges Prouvé-Tecta sont entrés sur le marché de la collection. Où la *Standard* cote jusqu'à 8 000 euros quand sa reproduction par Vitra en coûte 700. Et sa contrefaçon, 50 ! Depuis dix ans, l'affaire des faux Prouvé, vrai scandale qui a secoué le microcosme parisien des galeries, oppose plusieurs marchands parisiens réputés, jadis associés, et aujourd'hui engagés dans une bataille judiciaire dévastatrice. Affaire en cours.

