

**RAPPORT AU PRÉFET DE RÉGION ÎLE-DE-FRANCE,
PRÉFET DE PARIS
6 NOVEMBRE 2015**

SÉCURITÉ ÉCONOMIQUE SUR LES SALONS PROFESSIONNELS

Corinne Champagner Katz

Avocat au Barreau de Paris
Spécialiste de la Propriété Intellectuelle
Consultante en Intelligence économique



SOMMAIRE

- ❖ Avant-propos
 - ❖ Introduction « Le salon professionnel, une unité de lieu et de temps »
- 1. Le salon professionnel**
 - ❖ Contexte
 - ❖ Bref historique
 - ❖ Le salon professionnel aujourd'hui
 - ❖ Émergence de nouveaux risques
 - 2. Évolution des facteurs risques sur les salons professionnels**
 - ❖ Le salon, un site *de facto* exposé aux malveillances
 - ❖ La malveillance par secteurs stratégiques
 - ❖ Le salon : un « tout informationnel » ou le paradoxe de l'exposition
 - 3. Le dispositif de protection globale.**
 - ❖ La charte normative des 14 engagements pour un salon protégé
 - 4. Conclusion**
 - 5. Synthèse**
 - 6. Annexes**

❖ Avant-propos

Les salons professionnels sont, depuis toujours, la plaque tournante des vols d'information de tous ordres au profit des contrefacteurs nationaux et internationaux (innovations, brevets, droits de création et autres droits immatériels). Les actions de malveillance qui règnent sur ces espaces d'exposition peuvent mettre en péril le développement économique des secteurs de l'industrie française. La forte attractivité économique que représentent les salons est contrebalancée par les pertes d'investissements et les pertes d'emplois liées à un manque d'encadrement de la protection des actifs matériels et immatériels.

Des éléments permanents et plus contextuels expliquent l'accroissement du fléau des ingérences économiques sur les salons professionnels.

Par principe, la divulgation rend les créations particulièrement vulnérables aux commissions d'infraction. La révolution numérique et l'utilisation des NTICs¹ contribuent à accroître la propagation des données et la vulnérabilité de l'information stratégique. Autre facteur tendancier : la version « Off² » du salon se déroule avant ou simultanément dans les lieux de proximité, à l'extérieur de l'espace d'exposition officiel. Le « Off » induit des faits concurrentiels (contrefaçons et captation de l'attractivité du salon et celle des exposants), et plus généralement une pluralité d'évènements qui parasitent l'activité économique du salon.

La prise de conscience et l'implication des acteurs quant à la dangerosité du phénomène doivent exister tout autant à l'échelle des autorités publiques, dont la préfecture de la région d'Île-de-France en est une figure de proue, qu'à celle des opérateurs privés en charge de l'organisation et de la commercialisation des salons.

L'ambition du présent rapport est de réduire la portée des ingérences économiques qui sévissent sur les salons professionnels tels que, la contrefaçon, les vols de données, la concurrence déloyale, l'atteinte au secret des affaires.

¹ *Nouvelles technologies de l'information et de la communication.*

² *A titre d'exemple, la foire aux vins et spiritueux de la ville de Chengdu (Chine) constitue un élément phare de la force de frappe des évènements « in » et « off ».*

Destiné à l'ensemble des acteurs concernés par les salons : organisateurs, opérateurs, fédérations et syndicats professionnels situés ou intervenants dans la région d'Île-de-France, sa visée est essentiellement opérationnelle.

Il présente d'abord les moyens permettant d'accompagner des activités relatives à l'organisation d'un salon en proposant de créer, d'adapter et de renforcer les outils existants. Il formalise ensuite un dispositif global de protection, permettant de contrer les délits et les atteintes aux actifs matériels et immatériels, dans lequel le conseil juridique en matière de propriété intellectuelle a une place centrale.

La démarche s'inscrit dans une logique de sécurité et d'intelligence économique³, visant à renforcer la compétitivité de la filière salon et des industries exposantes, dans un contexte de guerre économique permanent.

La méthodologie⁴ procède de longues années d'expérience et d'une intuition de Maître Corinne Champagner Katz née au cours de l'une des sessions du salon *Première Vision* il y a 21 ans, en 1994 : la présence de l'avocat dans les salons professionnels. C'était, avant l'heure, la prise de conscience du fait que l'ensemble des actifs immatériels et des flux informationnels se devaient d'être sécurisés, à *fortiori* lors de leur première divulgation.

Si *Première Vision*, premier salon mondial du textile, a toujours été avant-gardiste et leader dans la protection de la création et plus généralement dans la lutte contre les atteintes aux droits de propriété intellectuelle. Ce sont tous les secteurs de l'industrie des biens et des services qui sont exposés aux problématiques de protection.

³ Ce terme renvoie à la définition communément admise formulée par Alain Juillet lorsqu'il était Haut Responsable en charge de l'Intelligence Economique auprès du Premier Ministre (2003- 2009): « L'intelligence économique est la maîtrise et la protection de l'information stratégique pertinente par tout acteur économique. ».

⁴ Méthodologie réalisée par Me Corinne Champagner Katz sur la demande et avec la participation de la Préfecture Ile de France, et avec le soutien de partenaires institutionnels (pour mémoire D2IE et autres)

Objectifs du rapport

Afin d'accompagner les organisateurs dans leur démarche de protection des entreprises exposantes, la Préfecture a confié à Me Corinne Champagner Katz le soin d'établir une méthodologie à l'usage de toutes les fédérations et organisations de salons professionnels.

L'objectif premier de ce rapport, à travers la méthodologie applicable à l'ensemble des salons organisés notamment en Ile de France, est de proposer un référentiel à tous les secteurs de l'industrie des biens et des services pouvant être concernés. Il doit acheminer les acteurs vers une nouvelle étape plus aboutie de protection des actifs immatériels divulgués lors des salons professionnels. Il constitue le référentiel d'un dispositif de protection global s'appuyant sur une logique partenariale publique-privée.

Les 14 engagements formulés dans la charte du rapport permettront à l'organisateur de salon de valoriser cette démarche éthique et responsable en faveur de la sécurité des entreprises participantes.

❖ Introduction

Le salon professionnel, une unité de lieu et de temps

L'étude faisant l'objet de ce rapport analyse l'entreprise dans l'environnement des salons professionnels. Afin qu'une entreprise se développe et puisse assurer sa pérennité sur la planète « concurrence », elle doit commencer par analyser et comprendre cet environnement.

La prise de conscience des risques et des menaces auxquels l'entreprise expose son savoir-faire et l'ensemble de ses actifs matériels et immatériels pendant une session de salon est déterminante de son devenir stratégique, concurrentiel et économique. C'est encore trop souvent, une fois les malveillances constatées *a posteriori*, que l'entreprise se trouve contrainte de réagir. La protection devient alors une priorité. Pourtant, la récurrence et la diversification des cas d'ingérence économique montrent qu'elles ne sont pas occasionnelles et isolées. Elles constituent un risque permanent pour les entreprises et pourraient être identifiées et prises en compte en amont.

L'intervention de l'appareil d'Etat et des forces publiques, dans la préservation du patrimoine économique, ne peut être considérée comme un unique recours par la société civile. Il est vrai, la sécurité économique conçue comme une politique publique au service de la compétitivité des entreprises, constitue un rempart contre les malveillances. Cela ne doit pas pour autant amoindrir l'engagement des entreprises quant à la nécessité d'organiser en interne la protection de leurs créations et de leurs innovations. « Aide-toi et le ciel t'aidera » : la mise en place d'un dispositif de protection opérationnel rendra l'entreprise responsable du maintien de son développement économique.

Dans un salon, la divulgation des créations, inévitable par définition, créée paradoxalement le risque permanent de la convoitise malveillante. Les salons professionnels sont l'un des tests les plus sensibles à cette théorie. La force de cette évidence réduit d'emblée à néant les analyses des détracteurs potentiels ou avérés des dispositifs actuels de sécurité sur les salons.

Le salon est un évènement stratégique dont la forte valeur ajoutée sera capitalisée par les organisateurs, les exposants et les visiteurs. Il représente une source d'emplois durables et ponctuels et son pouvoir économique ne saurait être négligé dans cet aspect.

C'est pour cela que tout doit être mis en œuvre pour contribuer à une réussite totale qui préserve à la fois le développement économique des acteurs concernés, l'image de la filière et le positionnement concurrentiel de l'industrie dans son secteur.

Unité de temps et unité de lieu du salon professionnel sont le théâtre dans lequel tout va se jouer : l'entreprise exposante rend sa copie à ses clients, se présente à l'examen ou plutôt passe un concours du jury « clients » car les critères de la concurrence et de *numerus clausus* sont sévères et incontournables.

Le marché concerné dans lequel intervient le verdict est sans appel. Tout se joue en quelques jours : l'aboutissement d'une préparation issue de longs efforts humains et financiers. Les exposants présentent le résultat de *Recherche et Développement* pour assurer la réalisation de leur chiffre d'affaires qui s'établira, en fonction des filières, en une saison ou plusieurs années.

C'est parce que j'ai compris cela il y a 21 ans que j'ai considéré le vecteur « salon » comme l'unité de lieu et de temps déterminant pour le devenir et l'avenir des filières concernées. Éviter ce qui pourrait devenir une tragédie : être son propre gardien, agir plutôt que gémir, attaquer plutôt que pleurer, défendre son périmètre immatériel et concurrentiel.

Une visite d'un client sur le site *Première Vision* en 1994 fut déterminante : un exposant était copié par un autre exposant... L'entreprise, atteinte dans ces droits, a pu s'en plaindre au commissariat général du salon. Tout s'est enchaîné à partir de ce moment-là et la saisie-contrefaçon a pu se faire, sur ma réquisition, en temps réel, auprès des services de police compétents, et ce, à la demande de l'exposant victime.

Mais l'histoire serait banale si elle s'arrêtait là !

A cette époque, et à l'occasion de la tenue de divers salons en région parisienne, j'étais souvent sollicitée par mes clients pour leur rendre visite sur leurs stands et analyser avec eux les produits concurrents qu'ils estimaient à tort ou à raison être des contrefaçons de leurs produits ou de leurs marques.

Au cours d'un salon professionnel, la pertinence d'un service associant l'intelligence économique au conseil juridique devrait accroître l'efficacité de l'avocat dans l'exercice de ses fonctions.

L'analyse et la gestion des rapports concurrentiels, propres à l'intelligence économique, apportent un éclairage transversal et qualitatif sur les mesures à prendre pour intervenir aux côtés des entreprises victimes, au moment où le conseil et l'action s'imposent. Agir en temps réel contre les atteintes concurrentielles déloyales implique de savoir faire preuve de discernement et d'efficacité, en rassemblant, notamment en un temps record, les éléments de nature à analyser les droits pillés.

Première Vision, déjà leader et innovant dans la protection des créations, a compris et accueilli la portée stratégique que je souhaitais donner à la présence de l'avocat dans le salon, et par là même, a ouvert la voie avec la création de la *Cellule Copyright*⁵. Monsieur Robert Brochier, président du salon *Première Vision* en 1994, m'en a confié la responsabilité.

Première Vision et toutes ses gouvernances successives, ont depuis lors, contribué activement à rendre interactif le travail effectué *in situ* pendant le salon, entre les équipes de *Première Vision* et les membres de la *Cellule Copyright*. Les exposants, conscients de sa valeur ajoutée, n'envisageraient plus le salon sans la présence de celle-ci. Leur adhésion, comme celle des organisateurs et fédérations, constitue aujourd'hui un véritable progrès pour la sécurité des salons professionnels et celle des exposants. Un changement culturel s'est opéré : il y a encore 21 ans, la population des avocats et des magistrats était totalement étrangère et, osons le dire, très hostile à l'installation d'un tel dispositif pourtant l'intérêt général.

La contrefaçon était et est toujours en tête d'une liste infinie de malveillances allant de la concurrence déloyale au vol physique des nouveaux produits, sans oublier la captation d'informations internes à l'entreprise (secret des affaires⁶).

Le salon, lieu de rendez-vous de tous les acteurs d'une ou plusieurs filières complémentaires ou connexes, a toujours constitué un espace d'opportunités propice aux échanges, aux présentations commerciales, à la prospection.

⁵ Terme utilisé pour désigner la *Cellule juridique opérationnelle*, strictement réservé à l'usage du salon *Première Vision*.

⁶ Cf. : « Le secret des affaires : vers une concurrence loyale », *DéfiS* n°3, la Revue numérique de l'INHESJ

Or, tous les projets peuvent être ruinés en quelques jours, sans possibilité d’y remédier après le salon, si aucune action n’est organisée en temps réel. Conjuguer toutes les forces en présence permet aussi à l’exposant victime de ne pas rester isolé en pareil cas. Nous l’avons compris, le salon professionnel est un terrain économique sensible.

A ce stade, une mise en garde nous paraît fondamentale et presque dogmatique si nous ne voulons pas que les principes de précaution mentionnés dans ce rapport fassent l’objet d’une déformation réductrice et un peu rapide de la part de certains esprits polémiques et frileux. A savoir, les mesures de protections ne seraient qu’un moyen d’attiser les rapports conflictuels entre exposants et ne serviraient qu’à générer l’intervention musclée de la force publique, situation tout à fait contre-indiquée en matière d’échanges commerciaux. Nous répliquerons, que bien au contraire, l’absence de règles communes ne peut conduire qu’à creuser le lit des malveillances et délits, sources avérées d’affaiblissement de la croissance et d’atteintes à l’ordre public.

La Charte des 14 engagements contenue dans le présent rapport permettra aux « évènements salons » de se dérouler dans l’efficacité, discrète mais réelle, des mesures de protection et de défense économiques.

C’est parce que les organisateurs auront réussi à mettre en place et imposer des mesures permanentes et spécifiques pour la tenue de chaque session de salon, respectées par tous les acteurs internes et externes du salon, que les interventions trouveront une efficacité et une rapidité de résolution.

Particulièrement sensible à la protection des actifs immatériels, au secret des affaires et à la préservation des emplois, et grâce à la confiance de Monsieur le préfet de la région d’Île de France et des membres de son cabinet, il a été établi, à travers ce présent rapport, une méthodologie et un guide destinés à tous les acteurs des salons professionnels et des filières industrielles qui y sont attachées.

Les moyens préconisés répondent à une ambition de stabilité et de croissance économique portée par les salons professionnels et leurs entreprises clientes. Ce rapport fournit une étude circonstanciée et élabore une charte normative à destination des organisateurs et exposants afin de les accompagner dans une démarche de protection adaptée à chaque salon et à chaque filière économique.

Corinne Champagner Katz

1. Le salon professionnel

❖ Contexte

La région Île-de-France est particulièrement active économiquement. En témoigne la forte occurrence des salons : **environ 120 salons professionnels de dimension internationale organisés chaque année en France, dont 75% en Île-de-France**⁷.

Ces événements, à haute valeur ajoutée en termes d'image et de réputation, assurent le rayonnement de l'industrie française à l'international, créent des emplois, favorisent les exportations et affirment la capacité de la France à promouvoir ses industries sur le territoire national.

Paris et la région d'Île-de-France restent leader sur le marché des salons.⁸

En ce qui concerne les industries, leur présence constitue le point d'orgue d'une démarche commerciale et industrielle, une étape obligée dans la reconnaissance des créations, du savoir-faire et des innovations.

Aussi les salons sont-ils, de fait, un lieu particulièrement exposé aux commissions d'infractions. Le vol de données, la contrefaçon, l'espionnage industriel et l'atteinte au secret des affaires mettent en péril les années d'investissements, de création, d'élaboration de nouveaux produits et/ou services de l'entreprise.

En matière de contrefaçon, les chiffres de l'Agence de gestion et de recouvrement des avoirs saisis et confisqués (AGRASC) de 2015 méritent d'être rappelés : « rien que dans le secteur de la Mode, la contrefaçon ferait perdre plus de 43 milliards d'euros et plus de 500 000 emplois en Europe⁹ ».

Ces infractions, si elles ne sont pas neutralisées dès leur commission, soit par un système efficace de sécurité en amont, soit par l'intervention des pouvoirs publics en temps réel, mettent définitivement en péril non seulement les nouveaux produits pillés dès leur naissance, les emplois mais aussi l'équilibre et la pérennité de chaque entreprise.

⁷ « Les Grands Evènements, un moteur pour la croissance économique et touristique du Grand Paris ». Rapport présenté par Monique Baillot et adopté le 10 octobre 2013, CCI Paris Ile de France.

⁸ Ibid.

⁹ Source AGRASC. Bulletin de liaison n°7, 12/10/2015 : « L'importance des saisies et des confiscations dans la lutte contre la contrefaçon »

Il y a 25 ans déjà, les pratiques de malveillance étaient courantes dans les salons. Elles se sont cependant considérablement perfectionnées en intégrant à leurs usages les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Les organisateurs sont désormais obligés, à l'égard des exposants, mais aussi des visiteurs, de prendre en compte ce niveau de risques dans la mise à disposition des espaces.

La commercialisation d'espaces devient alors indissociable d'une offre intégrant tant l'accompagnement dans la mise en valeur des exposants que la garantie de la protection de la valeur des biens et services proposés par ces derniers.

❖ **Bref historique**

Le format « salon professionnel » puise ses origines dans les foires médiévales du 12^{ème} siècle où apparaissent les premiers centres de commerce¹⁰. Mais c'est avec l'industrialisation croissante, l'amélioration des transports et la formation d'Etats-Nations aux 18^e et 19^e siècles, que l'on assiste à l'émergence des foires d'échantillons et des foires sectorielles.

Ensuite, les expositions universelles tenues depuis la moitié du 19^e siècle marquent un tournant à la fois dans la culture populaire et dans les activités commerciales. L'industrialisation, qui gagne à l'époque l'ensemble des activités sociales et économiques, a également transformé le modèle de l'exposition.

Elle est une manière de glorifier la grandeur d'un pays à travers ses monuments et ses innovations (Grand Palais, palais de Chaillot, Tour Eiffel, etc.).

Le premier salon international a lieu à Londres en 1851 ; il marque le début de la tradition des grandes expositions avec 14 000 exposants et plus de 6 millions de visiteurs. C'est surtout aux 20^{ème} et 21^{ème} siècles que les salons professionnels prennent la forme dominante d'expositions et d'événements.

Plusieurs facteurs l'expliquent :

- la révolution/croissance industrielle
- la sectorisation de l'économie et de services
- la globalisation des échanges qui a largement favorisé le commerce international et l'export.

¹⁰ Extrait du cours « Le rôle des foires et salons dans le marketing Mix ». UFI et BA.
Prof. Dr G. Beier & S. Damböck

La fin du monde bipolaire a engagé une profonde transformation du modèle économique dominant vers des économies de marché dont l'ouverture à la concurrence en est la contrepartie. Cette mutation dans le domaine des affaires se caractérise par l'accroissement des échanges commerciaux et informationnels.

Dans ce contexte de globalisation des échanges, où prévaut la rapidité de circulation des biens, des capitaux et des produits, se forment des coopérations entre grandes régions économiques : l'Union Européenne, ASEAN, MERCOSUR, NAFTA et CAFTA ¹¹. Ces formes, dites d'« entente régionale » ou d'« intégration régionale », tendent à la fois à accélérer et réguler les conséquences de la mondialisation.

Le contexte d'ouverture à la concurrence marqué par l'hyper-compétitivité donne à l'information une valeur stratégique pour l'entreprise. Elle devient un élément clé des échanges, et sa protection, un enjeu majeur à la fois pour les industries comme pour les Etats soucieux de préserver le patrimoine économique et informationnel de la Nation.

❖ Le salon professionnel aujourd'hui

Le format salon professionnel s'est adapté aux besoins de sectorisation économique qui visent à optimiser les activités commerciales. Il permet de réunir les produits ou les services présentés dans un segment de marché particulier, des exposants et visiteurs appartenant également à l'aval de cette même filière, les associations attenantes, des experts et spécialistes, des consultants pouvant soutenir le développement du secteur¹².

Le salon est tout autant une manifestation à visée que commerciale.

¹¹ Association des nations de l'Asie du Sud-Est, Marché commun du Sud, Accord de libre-échange nord-américain, Central America Free Trade Agreement.

¹² L'article L 762-2 du code du commerce définit le salon professionnel comme « une manifestation commerciale consacrée à la promotion d'un ensemble d'activités professionnelles, réservée à des visiteurs justifiant d'un titre d'accès».

Il ne propose pas à la vente sur place des marchandises. Toutefois, une tolérance est accordée pour la vente aux visiteurs professionnels, pour leurs besoins personnels en marchandises dont la valeur n'excède pas un plafond fixé à 80€ (article D. 76 2-13 du code de commerce).

Une étude ¹³, conduite en 2011 par l'Union Française des Métiers de l'Évènement (UNIMEV), Ubifrance et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (CCI) présente les principales attentes des exposants :

- L'accroissement des ventes
- La prospection de nouveaux clients, partenaires, fournisseurs, etc.
- La fidélisation de la clientèle existante
- La présentation des innovations (création pure, nouveau plan marketing...)
- La consolidation de la notoriété de l'entreprise exposante
- Les activités de veille sur le marché (veille, vision plus globale du secteur etc.)

Le salon qui implique les échanges en B2B (Business to Business) est un indispensable média pour assurer la visibilité des créations et des savoir-faire. L'orchestration de la globalité du salon, de l'agencement des stands à la communication, soutient l'activité commerciale. Les salons professionnels sont, par définition, restreints à un public ciblé dont font partie les représentants d'entreprises, créateurs et acheteurs ainsi que la presse spécialisée, relais d'information du secteur d'activité concerné.

Autrefois, le salon était considéré comme un unique lieu réservé à l'exposition et aux commandes. Désormais, l'accessibilité de l'information qu'offrent internet et les technologies de l'information et de la communication exige un repositionnement du modèle économique" salon".

Les organisateurs doivent adopter une nouvelle posture pour continuer à être attractifs :

- Conserver le monopole du visitorat en offrant un niveau d'exposition inédit qui ne peut se retrouver sur Internet.
- Conserver la place de leader de la région Paris Ile de France sur le secteur des foires et salons, qui génère 68 % des retombées économiques¹⁴.

¹³ « Les salons professionnels internationaux en France : un passeport pour l'export » Guide lancé par la Fédération Foires, Salons, Congrès, Evènements de France (FSCEF), la CCIP et UBIFRANCE. Janvier 2011

¹⁴ Chiffres extraits de l'étude : « Les Grands Evènements, un moteur pour la croissance économique et touristique du Grand Paris ». Rapport présenté par Monique Baillot et adopté le 10 octobre 2013, CCI Paris Ile de France.

- Garantir un rayonnement à l'international et se présenter comme un levier pour l'exportation¹⁵.
- Constituer un rempart contre les risques de parasitisme générés par les activités concurrentes du « Off », se déroulant généralement dans les lieux de proximité, en marge du « In », le salon officiel. Garantir un évènement exclusif et authentique en est une des conditions.
- Assurer la cohérence de l'ensemble des services qui constituent la vie et le quotidien d'un salon. En effet les salons aujourd'hui peuvent s'étendre de 3 à 15 jours. Il est primordial de canaliser ces activités périphériques (service de restauration, animations diverses, etc.).

La condition de l'attractivité des salons professionnels aujourd'hui repose sur la protection globale des activités, des savoir-faire, des actifs immatériels et matériels. Les règles de sécurité trop souvent perçues comme des contraintes à la libre exposition des créations, s'imposent aujourd'hui aux organisateurs comme un devoir à l'égard des clients, les exposants. Certains organisateurs l'ont compris et mettent en place une série de mesures qui méritent dès à présent d'être améliorées, formalisées et systématisées.

Là réside la vraie plus-value de la méthodologie de ce rapport qui trouve sa genèse en 1994 au cours du salon *Première Vision*. Ce « salon témoin », de par son histoire et son éthique, a toujours placé au cœur de ses préoccupations le sujet de la propriété intellectuelle en général.

Parce qu'il est économiquement vital pour une entreprise de protéger son savoir-faire et ses créations, *Première Vision*¹⁶ a été le premier salon à avoir mis en place, avec Me Corinne Champagner Katz, une structure européenne spécialisée, force de conseils et d'actions au service des exposants et de leurs acheteurs : la *Cellule Copyright*.

Ce service, plus que jamais au cœur de l'actualité, répond aux besoins de l'ensemble des acteurs de la filière salon.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Extrait de support de communication de *Première Vision*, rédigé par Corinne Champagner Katz

2. Évolution des facteurs risques sur les salons professionnels

La fréquentation des salons professionnels sur une période de 20 ans permet de dégager des tendances dominantes quant à l'émergence de nouveaux risques. **Dans le contexte de l'ouverture des marchés à la concurrence, l'industrie, pour survivre, doit innover.**

Ce principe s'étend à tous les secteurs de l'industrie. La hausse du chiffre d'affaires et la croissance du cash-flow (flux de trésorerie) ne sont plus les seules priorités. L'importance des budgets consacrés à la *Recherche & Développement* et à l'innovation en témoignent.

Le rétrécissement du temps de création et des cycles de l'innovation ont donné à l'information une place déterminante dans les stratégies de développement des industries.

La protection de l'information stratégique, à savoir, celle utile aux acteurs économiques, devient un enjeu majeur pour l'entreprise. Que l'information soit matérielle (prototype du dessin jusqu'au brevet – échantillon, etc.) ou immatérielle (données numérisées, information stratégique, etc.), la propriété intellectuelle et la protection du patrimoine informationnel de l'entreprise deviennent la clé de toute démarche visant la protection économique.

❖ Pourquoi les salons sont *de facto* exposés aux malveillances ?

Certains facteurs générateurs de risques l'expliquent :

- **L'internationalisation** : les salons sont devenus des lieux de prospection d'affaires incontournables qui permettent de mesurer le positionnement de l'entreprise à l'échelon national et international. Le risque est d'accroître le degré de malveillance en général et plus spécifiquement celui lié à l'atteinte aux droits de propriété intellectuelle. Le risque vient également des offensives conduites par des sociétés ou des services de renseignement étrangers. Leurs auteurs pourront plus difficilement être appréhendés à leur sortie du territoire national.

- **Les technologies de l'information et de la communication** offrent une capacité de communiquer à flux tendus et de façon transfrontalière. Cependant la vitesse de propagation de l'information liée aux technologies de capture et de transmission, de surcroît invisible, accroît considérablement le risque de vol informationnel.
- **Les salons professionnels regroupent en un même espace une diversité de corps de métiers qui entretiennent une forte interdépendance** : flux constants et brassages de populations hétérogènes. Les intérêts croisés des acteurs (concurrents– partenaires – fournisseurs – presse – visitorat-etc.) réunis sur un même espace, peuvent favoriser les techniques d'ingénieries sociales telles que l'élicitation¹⁷, l'usurpation d'identité, etc.
- **La forte occurrence des Salons**¹⁸ structure l'agenda annuel des secteurs de l'industrie. La sur-participation à des salons peut générer, pour une PME, un surinvestissement de ses capacités financières. Le manque d'organisation en amont peut conduire à prendre des risques liés notamment à une protection insuffisante des créations présentées.

❖ **La malveillance par secteur stratégique**

Chaque salon, chaque secteur industriel, selon son degré d'importance stratégique, de l'alimentaire à l'industrie d'armement, ont leurs propres exigences de sécurité et leur cortège potentiel de malveillances. Qui aurait pu imaginer qu'une technologie phare de l'industrie de sécurité puisse être pillée sur l'un des salons les plus courus du secteur ?¹⁹

Il ne s'agit pas de viser expressément un salon ou une industrie en particulier. Cette réalité de la menace concerne tous les secteurs, du plus généraliste au plus spécialisé : tous sont stratégiques en termes d'emplois et de potentiel compétitif.

¹⁷ L'élicitation est une manière de soutirer de l'information à une personne ou un groupe sans que le but réel de la conversation ou de l'interview ne soit divulgué. Elle représente une technique de collecte de l'information à partir d'une source humaine généralement ouverte. Source Le Portail de l'IE. <http://www.portail-ie.fr>

¹⁸ « 113 salons professionnels de dimension internationale organisés chaque année en France, dont 75% en Ile de France. » « Les Grands Evénements, un moteur pour la croissance économique et touristique du Grand Paris ». Rapport présenté par Monique Baillot et adopté le 10 octobre 2013, CCI Paris Ile de France.

¹⁹ Vol d'armes au salon Milipol, 20 Minutes, Publié le 17.10.2007, <http://www.20minutes.fr>
Des armes ont été volées au Salon Milipol, Le Monde avec AFP, 01.12.2009, <http://www.lemonde.fr>

En d'autres termes, économiquement, le marché d'un secteur considéré à tort comme non stratégique se révèle tout aussi important que ce que représente au sein de la collectivité, l'agroalimentaire ou l'armement.

❖ **Le salon : un « tout informationnel » - ou le paradoxe de l'exposition**

L'exposition sur la scène publique est la base de toute valorisation d'actifs et transaction commerciale. Partant de ce principe, **le salon professionnel est à considérer comme un « tout informationnel »**, où le risque est indissociable de la divulgation. L'une des priorités, tant pour les organisateurs que pour les exposants, doit donc porter sur la protection du patrimoine informationnel, qu'il soit matériel ou immatériel.

Les techniques de vols de données sont multiples : pillage, grattage, vols à main levée, concurrence déloyale, captation, intrusion dans un espace réservé confidentiel, élicitation, usurpation d'identité, détérioration des produits, etc.

Leur diversification et leur sophistication viennent notamment de l'usage détourné des technologies de l'information et de la communication au profit d'actions malveillantes. Les transmissions d'information, de plus en plus rapides, et les technologies de captation, de plus en plus discrètes, constituent des facteurs de risques.

Ces pratiques qui relèvent de l'illégalité font partie intégrante du quotidien des salons, lors de l'installation, pendant la durée des sessions et lors du démontage. Sont-elles toujours visibles ? Elles se déploient discrètement, exploitant les failles et la vulnérabilité attenantes à l'organisation et à l'aménagement des stands de chaque exposant.

Par manque de vigilance, par négligence, ou encore par méconnaissance des bonnes pratiques à adopter, un exposant peut mettre en péril des années d'investissement.

Les Flashs réalisés par la DGSI, mais aussi les chiffres qui ressortent des études de la CCI Paris sur la contrefaçon, mettent en évidence la gravité de la menace²⁰.

²⁰ Cf Annexe 3: Flash DGSI: Les salons professionnels, un contexte toujours propice aux captations d'informations

3. Le dispositif de protection globale

L'adage de Jean de La Fontaine « Aide-toi et le ciel t'aidera²¹ » devrait être celui de chaque organisateur de salon. Les services de l'État²² présents sur certains salons apportent une assistance collatérale indispensable mais non suffisante. Et si certaines mesures de protection peuvent relever d'une forme d'automatisme, notamment celles liées à la sécurité des personnes, la protection des actifs économiques quant à elle doit être reconsidérée de façon globale. Un nouveau format s'impose.

Cette démarche implique la responsabilisation des organisateurs face à l'obligation de prendre en compte les offensives relevant tout autant de la propriété intellectuelle que de la concurrence déloyale. Il n'est jamais inutile de rappeler le paradoxe inhérent à tous salons professionnels : **s'exposer c'est se rendre vulnérable !**

La protection des savoir-faire ne doit pas se faire aux dépens du faire-savoir. Les règles de sécurité autrefois perçues comme des contraintes à la libre exposition des créations, s'imposent aujourd'hui aux organisateurs comme un devoir à l'égard de leurs clients, les exposants.

Certains organisateurs l'ont compris et mettent en place une série de mesures qui méritent dès à présent d'être améliorées, formalisées et systématisées.

L'objectif est d'agrèger des services et outils spécifiques à chaque salon pour en dégager une méthodologie applicable à l'ensemble de cette catégorie d'évènements. Il s'agit aussi de fédérer les démarches des différents acteurs en charge de la protection.

Pour cela, les organisateurs doivent s'engager à respecter les préconisations dans la charte qui suit.

²¹ Jean de la Fontaine, *ibid.*

²² Cf. Annexe 1 : « Les acteurs de l'intelligence économique en Île-de-France »

❖ La charte normative des 14 engagements pour un salon protégé

- **Engagement 1** : le salon s'engage à mettre en place une cellule juridique opérationnelle.

- *Définition et périmètre d'intervention*

La **Cellule juridique opérationnelle** est un service organisé par le salon à disposition des exposants et visiteurs. Elle est un espace visible et identifiable dédié aux litiges et conseils liés au droit de la Propriété Intellectuelle. Elle est composée d'avocats nationaux, européens ou internationaux en fonction de la nationalité des exposants et du visitorat.

La Cellule juridique opérationnelle propose un dispositif de protection des créations par des avocats spécialistes en droit de la Propriété Intellectuelle. Un huissier de justice, officier ministériel, mandataire de justice assermenté, est présent également sur le salon, pour authentifier les interventions requises en direct ou par l'intermédiaire des avocats. Experts en droit de la Propriété Intellectuelle, les avocats sont présents pendant toute la durée du salon et à la disposition des exposants et des visiteurs qui souhaitent recevoir des informations et des conseils.

Dans le cadre de consultations, les avocats sont disposés à répondre aux interrogations relatives notamment à/aux :

- La stratégie protection des créations (droit d'auteur, dessins, modèles et marques)
- Les procédures d'enregistrement auprès des offices compétents (INPI, OHMI, OMPI...)
- La contractualisation des relations commerciales (licences, fabrication, distribution, partenariat...)
- Les actions en contrefaçon et/ou en concurrence déloyale pour chaque entreprise victime de copie
- L'intelligence économique : protection et défense du savoir-faire et des actifs immatériels
- Sécurisation des informations (contrat de confidentialité et secret des affaires).

En cas de d'atteintes constatée (vol, copie, intrusion, etc.) pendant la période du salon, la Cellule juridique opérationnelle se met à disposition du stand plaignant pour agir en temps réel dans la défense de ses intérêts, et procéder grâce à la présence des huissiers aux constatations requises.

Si nécessaire, et après requête auprès du Président du Tribunal compétent, avec l'appui de l'huissier de justice présent, des actions peuvent être rapidement engagées sur le salon, ou tout autre lieu. Ce qui permet ainsi au plaignant, quelle que soit sa nationalité, de bénéficier de la loi française particulièrement adaptée à la protection de la propriété intellectuelle²³.

Les avocats peuvent également choisir la voie pénale et faire appel aux services du Parquet territorialement compétents.

- *Gratuité du service mis à la disposition des exposants et des visiteurs*

La Cellule juridique opérationnelle est une mise à disposition d'un service gracieux à destination des exposants et des visiteurs par l'organisateur du salon. Il est laissé à l'avocat la plus grande indépendance pour gérer la relation avec le client soit lors de ses interventions pendant le salon, soit après le salon. La relation entre l'avocat et le client reste totalement autonome de l'organisateur du salon et de ses personnels.

L'organisateur du salon, en mettant en place la Cellule juridique opérationnelle, se doit de le faire savoir à ses exposants et visiteurs, par différents moyens de communication (mailing, documentation...) à l'issue du salon, les avocats qui auront été consultés ou mandatés pendant le salon par les exposants et les visiteurs donneront, en accord avec les personnes intéressées, les suites et la formalisation qu'il conviendra de donner aux missions qu'ils auront reçues pendant le salon.

- *Le salon n'est « ni juge ni partie »*

En cas de plainte, de précontentieux ou de contentieux, l'intervention de la Cellule juridique opérationnelle reste indépendante de l'entité organisatrice du salon.

²³ Extrait de la documentation sur la Cellule Copyright / Première Vision.

En cas de difficultés rencontrées par un exposant ou un visiteur, celui-ci a la faculté de prendre conseil auprès de la Cellule juridique opérationnelle. Cela doit rester une possibilité et en aucun cas une obligation.

Le recours à la Cellule de protection et d'intervention, mise à disposition par le salon, n'est et ne doit pas être une implication du salon dans le sujet, l'affaire ou le dossier exposé par l'exposant ou le visiteur.

L'indépendance du salon garanti à la fois l'impartialité et l'indépendance de l'avocat intervenant, et le strict respect du secret professionnel.

- *Cahier des charges de la cellule : équipe, emplacement, visibilité...*
 - Un emplacement visible et identifiable
 - Une signalétique adaptée
 - Un ou plusieurs « bureaux » pour les avocats (cloisons complètes ou partielles),
 - Un mobilier adéquat : table type bureau, chaises, corbeille à papiers...
 - Une connexion internet
 - Une ligne téléphonique
 - Un ordinateur
 - Une imprimante
 - un système d'accès filtré à la Cellule juridique opérationnelle (hôte/hôtesse)
 - Une communication, en amont, sur la présence de la Cellule juridique opérationnelle, son rôle et sa position géographique au sein du salon : l'organisateur du salon doit mettre en place, dans son plan de communication, au même titre qu'il le fait déjà pour ses autres services, un communiqué dédié à la Cellule juridique opérationnelle, afin de valoriser son action dans la démarche de préservation des savoir-faire des exposants.

Le salon s'engage à organiser une protection en amont de l'événement

- **Engagement 2 :** Possibilité de sélection des exposants selon des critères quantitatifs et qualitatifs.
- **Engagement 3 :** Mise en place d'un règlement intérieur établissant la relation entre le salon et les exposants. Mise à jour et actualisation de clauses de confidentialité.

- **Engagement 4** : Respect de l'utilisation par les exposants des informations et contenus délivrées avant et pendant le salon, utilisation sous toutes ses formes et notamment sur internet. Non appropriation desdits contenus devant rester la propriété du salon.
- **Engagement 5**: Veille médiatique (presse, blogs, sites dédiés) ciblée sur l'environnement du salon et du secteur concerné. Cela permet notamment de déceler des risques d'évènement périphérique parasite.
- **Engagement 6** : Préparation en amont des conditions de partenariat avec les parcs d'exposition, partage des responsabilités sur l'impossibilité de parasiter le salon par des évènements « off » aux dates et lieu d'exposition.

Pendant l'évènement, le salon s'engage à prendre les dispositions suivantes :

- **Engagement 7** : Mise en place de systèmes de sécurité, humain et matériel, pendant la mise en place du salon. (Protection des produits exposés avant l'ouverture)
- **Engagement 8** : Accès obligatoire avec badges préenregistrés (contrôle physique d'accès), permettant de vérifier la crédibilité des informations données lors des inscriptions.
- **Engagement 9** : Information de tous les visiteurs lors de l'enregistrement et dans toute la zone d'exposition du salon, de l'interdiction stricte de photographier le salon, les stands et les produits et services présentés hors et au sein des stands. Cette mesure permet d'enrayer notamment la propagation non contrôlée des secrets de fabrication du salon.
- **Engagement 10** : l'accès des médias pendant le salon :
 - Préparation avant salon des autorisations écrites et contractuelles,
 - Mise en place de badges spéciaux pour les médias, seuls autorisés à photographier et filmer
 - Mise en place des autorisations des exposants nécessaires aux prises de vues photographiques ou vidéos de leurs personnels ou leurs produits aux fins d'être filmés et/ou photographiés (respect du droit à l'image et du droit d'auteur).

- **Engagement 11** : Mise en place du personnel de sécurité pour l'entrée et la sortie des visiteurs avec impossibilité de sortir avec des produits.
- **Engagement 12** : Mise en place du personnel de sécurité pour la surveillance de la population du salon (exposants et visiteurs, livreurs externes) à l'extérieur des stands et notamment le strict respect de l'interdiction de photographier, à l'extérieur et à l'intérieur des stands et des forums le cas échéant.
- **Engagement 13** : Veille des retombées médiatiques.
- **Engagement 14** : Veille sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, etc.) des photos prises à l'insu de la sécurité, exposées et référencées grâce aux mots clés (hashtag) dédiés à l'événement.

Le respect de l'ensemble de ces 14 engagements permettra à l'organisateur de salon de valoriser cette démarche éthique et responsable en faveur de la sécurité des entreprises participantes.

Son efficacité réside dans l'application intégrale des 14 préconisations.

S'il l'estime opportun, chaque opérateur de salon pourra adopter ces mesures et sera accompagné par la préfecture de la région d'Île-de-France et les services compétents. La transmission du présent rapport initie une démarche de labellisation relative à l'adoption de la charte normative. Celle-ci confère une mention aux organisateurs, gage de qualité pour ses interlocuteurs internes (exposants, visiteurs) comme externes (actionnaires, presse, prestataires, etc.).

4. Conclusion

La décision d'organiser un « événement salon » est en soi un acte économiquement stratégique. Les salons incarnent le dynamisme de l'industrie française et offrent aux secteurs exposants l'opportunité de valoriser l'innovation et la création.

De façon paradoxale, la forte exposition et le rayonnement en font un terrain vulnérable et une proie facile pour les prédateurs économiques. Considérant l'état de la menace aujourd'hui, la prise de risques pour l'ensemble des parties prenantes est importante.

Les chiffres de saisies-contrefaçon, ou relatifs aux pertes générées par les malveillances, régulièrement diffusés par l'AGRASC, la CCI, les fédérations, et associations, etc., ont éveillé les consciences sur le haut niveau de dangerosité du phénomène pour la filière salon et les secteurs industriels exposés.

La gravité des faits constatés demande aujourd'hui de travailler encore davantage de concert avec les organismes déjà actifs dans la protection des actifs matériels et immatériels. Au-delà d'informer il convient d'agir dans la perspective d'enrayer le phénomène à l'appui de mesures plus concrètes.

La préfecture de la région d'Île-de-France, avec Me Corinne Champagner Katz, en se saisissant du problème, accèdent à une nouvelle étape dans la lutte contre les ingérences économiques. La compétitivité de la filière salon et de l'ensemble des industries françaises repose dorénavant sur une démarche de protection économique dont ce rapport est le garant.

Plus qu'une revue de conseils ou un mode d'emploi au titre racoleur : « *comment faire un bon salon* », ce rapport propose un dispositif opérationnel de protection global, associant l'intelligence économique au conseil juridique : la Cellule juridique opérationnelle et les mesures permanentes et mesures prises pendant l'exposition du salon.

L'intégration de la culture de la sécurité au sein des salons professionnels, que se propose de formaliser ce rapport, est une nouvelle étape dans la préservation du patrimoine économique et informationnel français. La valeur que représente ce patrimoine est par essence déterminante pour la préservation de la compétitivité et des emplois. Il est temps d'en exciper les conséquences !

Confiants dans la compréhension de la présente étude et dans l'adhésion que susciteront ses préconisations, nous souhaitons qu'elle constitue un fil d'Ariane pour survivre dans la guerre économique qui sévit dans tous les secteurs de l'industrie, et a fortiori, sur les salons professionnels.

Nous sommes très confiants et très optimistes : *"L'homme ne se sublime jamais autant lui-même que devant l'adversité"*²⁴.

²⁴ Citation de Claude Lorius, glaciologue et chercheur au CNRS, dans *La Glace et le Ciel*, documentaire réalisé par Luc Jacquet (2006)

5. Synthèse

Le rapport confié à Maître Corinne Champagner Katz par la préfecture de la région d'Île-de-France énonce une série de préconisations permettant de gérer les ingérences économiques sur les salons professionnels et d'en réduire les conséquences.

A travers cette étude, les pouvoirs publics s'attaquent au fléau des ingérences économiques sur le terrain spécifique des salons professionnels. Les mesures opérationnelles qui en découlent et qui ont déjà fait leurs preuves sur le terrain depuis 21 ans, sont destinées aux organisations professionnelles et aux filières des secteurs de l'industrie et des services.

Première étude dans sa spécificité en France, elle expose l'environnement hautement concurrentiel des salons professionnels, dans lesquels la protection des créations et des savoir-faire, au moment de leur première divulgation, est une priorité, pour les industries participantes et une obligation de sécurité pour les organisateurs.

La contrefaçon, qui reste en tête de liste des malveillances, revêt à elle seule, pour la filière textile, plus de 26 milliards d'euros de recettes perdues en Europe²⁵. En dehors de l'enjeu strictement financier, il est aussi essentiel de préserver l'image et la réputation de la filière salon, des secteurs de l'industrie et des services représentés.

21 ans de présence sur les salons professionnels ont démontré l'utilité des actions conduites par l'avocate spécialisée en propriété intellectuelle précitée. Le dispositif de protection global proposé dans le rapport comprend l'installation de la cellule juridique opérationnelle et une liste de mesures énoncées sous forme de charte normative.

²⁵ *Habillement : la contrefaçon coûte 26 milliards d'euros par an à l'Europe, La Tribune, publié le 23 juillet 2015, <http://www.latribune.fr>*

Son aspect transversal et opérationnel en fait un outil innovant dans la protection des actifs immatériels et informationnels. Les recommandations et bonnes pratiques mentionnées sont adaptables à l'ensemble des salons professionnels, tous secteurs de l'industrie confondus. Appliquées sur les sites d'exposition de la région d'Île-de-France, elles constituent un référentiel qui peut être décliné à l'échelon national.

Plus qu'une revue de conseils ou un mode d'emploi au titre racoleur : « *comment faire un bon salon* », le rapport expose les fondements nécessaires à la lutte contre les atteintes économiques auxquelles sont confrontées les entreprises et les forces de sécurité intérieure.

L'objectif in fine étant de renforcer les dispositifs relatifs à la politique publique en matière de compétitivité.

6. Annexes

- Liste des acteurs de l'Intelligence Economique et des partenaires institutionnels.
- Cartographie des principaux organisateurs de la région d'Île-de-France et des sites d'expositions.
- Flash DGSI : Les salons professionnels, un contexte toujours propice aux captations d'informations.

○ Bibliographie :

Juillet 2014 : *Le secret des affaires : vers une concurrence loyale*, Défis n°3, la Revue numérique de l'INHESJ.

<http://www.inhesj.fr>

BAILLOT Monique, *Les Grands Evènements, un moteur pour la croissance économique et touristique du Grand Paris*. Rapport présenté et adopté le 10 octobre 2013, CCI Paris Ile de France.

<http://cci-paris-idf.fr>

Bulletin de liaison n°7 de l'AGRASC: *L'importance des saisies et des confiscations dans la lutte contre la contrefaçon*, 12 octobre 2015.

Prof. Dr G. Beier & S. Damböck : *Le rôle des foires et salons dans le marketing Mix*. UFI et BA. Extrait du cours.

Les salons professionnels internationaux en France : un passeport pour l'export. Guide lancé par la Fédération Foires, Salons, Congrès, Evènements de France (FSCEF), la CCIP et UBIFRANCE. Janvier 2011

2007, 17 octobre, « *Vol d'armes au salon Milipol* », 20 Minutes.

<http://www.20minutes.fr>

2009, 1^{er} décembre, « *Des armes ont été volées au Salon Milipol* », Le Monde avec AFP. <http://www.lemonde.fr>

Les salons professionnels, un contexte toujours propice aux captations d'informations. Flash DGSI écrit par Chan Thaï LAM.

<http://www.lesingenieurs.net>

La glace et le Ciel, documentaire réalisé par Luc Jacquet, 2006.

Annexe 1

« Les acteurs de l'intelligence économique en Île-de-France »

❖ les partenaires institutionnels

La DIRECCTE

La Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (Direccte) soutient la compétitivité des entreprises et des établissements de recherche. Elle assure par ailleurs la promotion de l'innovation et des pôles de compétitivité. Elle accompagne également les entreprises au développement à l'international.

Au sein de la Direccte, la Chargée de mission régionale à l'Intelligence Économique (CRIE, cf. Guide du Routard de l'IE), assure la diffusion de la culture IE en région, dans le milieu économique large, public et privé. Elle mène des actions d'animation et de sensibilisation à l'IE, en soutien à la compétitivité des entreprises par la recherche d'informations stratégiques, accompagne des entreprises et les met en réseau.

La D2IE

Rattachée au Premier ministre, la délégation interministérielle à l'intelligence économique a pour objectif d'être un **centre d'alerte, d'impulsion et d'accompagnement**, au service des intérêts économiques et de la compétitivité de la France en élaborant et coordonnant l'action de l'État en matière d'intelligence économique.

Pour contribuer à aider les entreprises, notamment PME, à mieux gérer leur information stratégique, éviter de perdre une partie de leur richesse et à savoir saisir les opportunités, la D2IE a mis au point avec des partenaires privés et publics des outils d'accompagnement à la sécurité économique, en accès libre.

LA DRTT

La Délégation régionale à la recherche et à la technologie d'Île-de-France veille à la cohérence et à l'efficacité des initiatives en matière de recherche, de technologie, d'innovation et de culture scientifique et technique.

À ce titre, la **DRRT** assure la promotion et le déploiement des dispositifs mis en place par les pouvoirs publics et suscite les interactions nécessaires entre les acteurs de façon que l'innovation puisse progressivement bénéficier à plein du potentiel francilien.

La DPSD

Dans le cadre de la sécurité économique, la Direction de la protection et de la sécurité de la défense (DPSD) assure plus particulièrement la protection des informations relevant du secret de la défense nationale confiées aux entreprises, contribue à la préservation du potentiel scientifique et technique, et participe à la surveillance du commerce de l'armement.

L'entité compétente en Île-de-France est la Direction de la sécurité économique en zone Paris (DSEZP). Celle-ci conduit des actions de renseignement économiques, conseille les entreprises relevant de son domaine de compétence sur les mesures de protection physique ou informatique et délivre des actions de sensibilisation en fonction des demandes des industriels de défense.

La DGSJ

La Direction Générale de la sécurité intérieure est l'un des acteurs majeurs et essentiels du dispositif de sécurité économique français. Elle assure des missions de renseignement économique et de suivi des menaces liées à des ingérences étrangères. Elle mène également des actions de sensibilisation individuelle et collective auprès des entreprises privées et publiques

La Gendarmerie Nationale

La Gendarmerie Nationale conduit des actions d'évaluation et de prévention des risques, de sensibilisation, de conseil en sécurité économique. Elle assure également la surveillance et la sécurisation physique des entreprises.

L'ANSSI

L'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI) a pour principales missions d'assurer la sécurité et la défense des systèmes d'information de l'État et de veiller à celles des opérateurs nationaux d'importance vitale. Elle crée ainsi les conditions d'un environnement de confiance et de sécurité propice au développement de la société de l'information en France et en Europe.

L'INPI

Établissement public sous tutelle du ministère de l'Économie, du Redressement productif et du Numérique, l'INPI délivre les brevets, marques, dessins et modèles et donne accès à toute l'information sur la propriété industrielle et les entreprises. Il participe activement à l'élaboration et à la mise en œuvre des politiques publiques dans le domaine de la propriété industrielle et de la lutte anti-contrefaçon.

❖ les partenaires professionnels

Le Barreau de Paris

Dans le cadre de la convention signée le 21 décembre 2012 avec la préfecture d'Île-de-France, les avocats inscrits à l'Ordre des Avocats du Barreau de Paris, sensibilisés et formés à l'IE, sont chargés de détecter des situations à risque et d'assurer un relais d'information en direction des services de l'État. Ils accompagnent également les entreprises dans la gestion du risque.

Une mission spécifique a été confiée à Maître CHAMPAGNER KATZ, avocate spécialiste en propriété intellectuelle, pour l'élaboration d'un guide pédagogique du salon professionnel « réussi et sécurisé ». L'objectif était à court terme de convaincre plusieurs grands salons d'adopter les mesures proposées.

Bpifrance

La Banque publique d'investissement ou **Bpifrance** accompagne les entreprises de l'amorçage jusqu'à la cotation en bourse, du crédit aux fonds propres. Bpifrance regroupe OSEO, CDC Entreprises, FSI et FSI Régions pour offrir des solutions de financement adaptées à chaque étape de la vie de l'entreprise.

Un « flyer » de sensibilisation des entrepreneurs a été élaboré en partenariat avec Bpifrance ; il a vocation à être inséré dans les courriers de financement adressés par la BPI.

La CGPME

La Confédération générale des petites et moyennes entreprises (CGPME) Paris Île-de-France développe son programme Diagnéo IES PME - programme d'accompagnement sous forme d'ateliers collectifs et de séances individuelles de coaching destinés aux entreprises à potentiel de développement et/ou d'innovation. Les candidats sont issus des filières stratégiques (éco activités, industrie de la création, optique et systèmes complexes, sciences de la vie, transports et mobilités, mécaniques, contenus numériques...).

Ce programme permet au dirigeant de mesurer ce que recouvre l'Intelligence Économique, de tirer parti des expertises et témoignages présentés lors des rencontres, et d'intégrer dans son management cette nouvelle dimension. Il est complété par des formations ponctuelles sur des thèmes tels que la veille stratégique, la propriété intellectuelle...ainsi que la diffusion d'outils pratiques, à l'usage des TPE et PME.

Le MEDEF

La Commission Intelligence Économique du Medef Île-de-France rassemble une douzaine de membres : experts IE et dirigeants d'entreprise.

Elle a pour objectif de mettre en place :

- d'une part, une fois par mois les « Lundi de l'IE », action en matière de sécurité de l'information avec un aspect non seulement sécuritaire mais aussi managérial. Il ne s'agit en rien d'une action commerciale. Une « charte de l'intervenant » a d'ailleurs été définie.
- d'autre part, un colloque annuel à l'intention des PME, sur les sujets les plus variés tels le « développement export en Chine », « les financements innovants », « réseaux et influence », les « consortiums » de PME pour « chasser en meute »...

Il s'agit d'inciter les PME et les guider dans leurs actions sur les sujets choisis : les conseils pratiques et le retour d'expérience y sont essentiels.

❖ Les Écoles

EGE

L'École de Guerre Économique (EGE) propose une formation initiale en 3e cycle spécialisé en Stratégie et Intelligence Économique (SIE) à temps plein pour étudiants et cadres ; une formation continue diplômante destinée à tous types de cadres ; un programme de professionnalisation intitulé MercurIE, qui associe une entreprise acteur de l'Intelligence Économique et des étudiants à forte plus-value, aux fins de répondre à des problématiques concrètes d'intelligence économique (analyse, étude de marché, préconisations opérationnelles...).

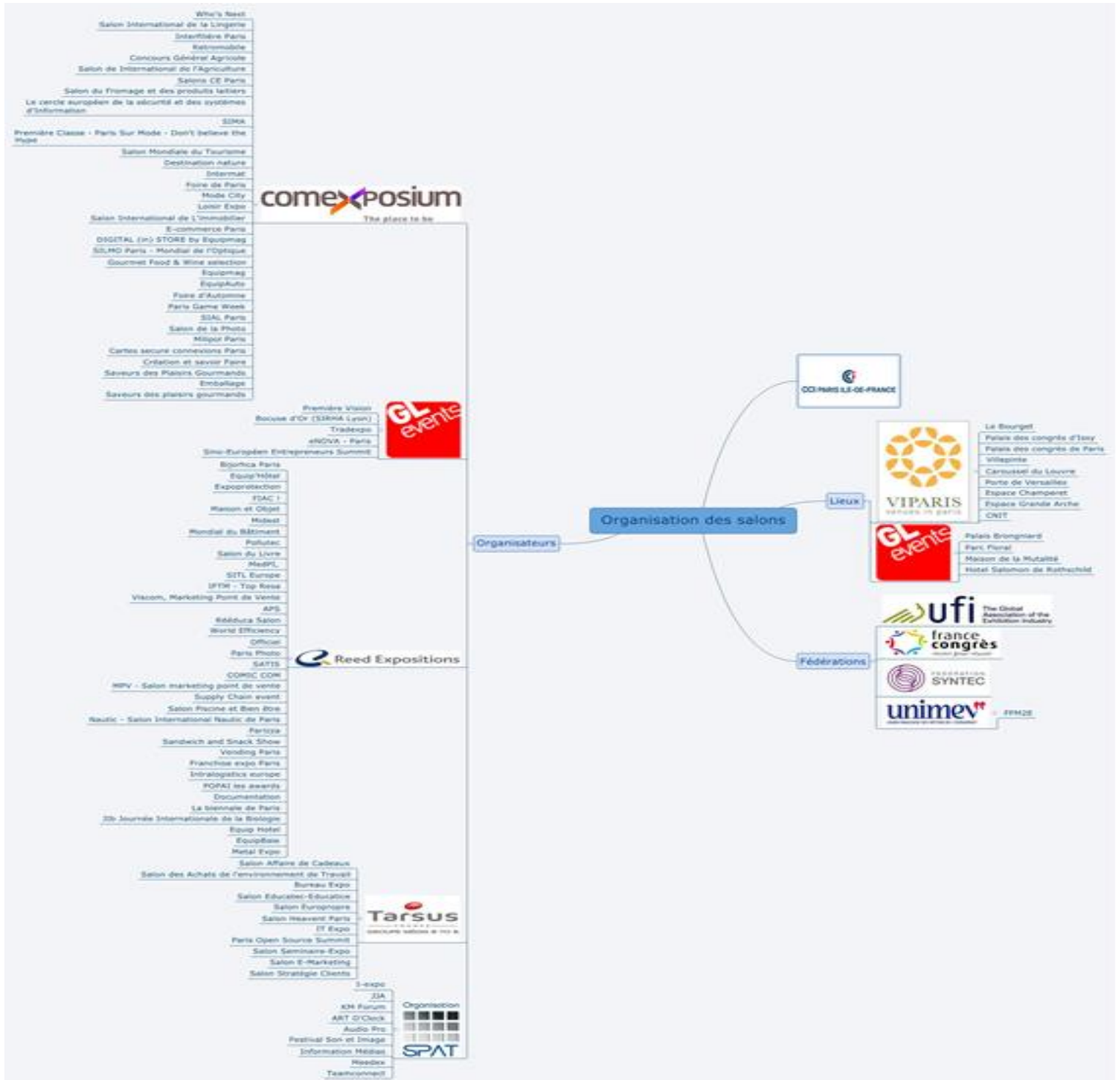
Les diplômés et étudiants de l'EGE sont fédérés au sein de l'Association des Anciens de l'École de Guerre Économique AEGE – Réseau des experts en IE, qui constitue le plus important réseau d'intelligence économique français. L'EGE assure également l'administration du « Portail de l'IE ». Centre français d'information sur l'intelligence économique et stratégique, il est le site internet dédié à l'IE le plus visité en France. L'EGE dirige également les parutions de l'ouvrage 'Manuel de l'IE' au P.U.F dont la 2e édition est prévue pour la rentrée 2014.

EIEE

L'École Européenne d'Intelligence Économique (EEIE) délivre le Titre d'État de Consultant en Intelligence Économique et propose une formation très opérationnelle. Elle comporte un module professionnalisant qui permet aux étudiants de travailler sur des missions d'IE commandées par des entreprises. Pour les cadres d'entreprise, les formations « Jours Executive » couvrent outils de veille, protection des systèmes d'information et des données sensibles de l'entreprise, et négociation.

Annexe 2

- Cartographie des principaux organisateurs de la région d'Île-de-France et des sites d'expositions.



Annexe 3



CATÉGORIE : **INFORMATION**

- AUTEUR : **CHAN-THAÏ LAM**

Flash DGSi : Les salons professionnels, un contexte toujours propice aux captations d'informations

Ce « flash » de l'ingérence économique relate un fait dont une entreprise française a récemment été victime. Ayant vocation à illustrer la diversité des comportements offensifs susceptibles de viser les sociétés, il est mis à votre disposition pour vous accompagner dans la diffusion d'une culture de sécurité au sein de votre entreprise.

Vous êtes libres de le partager avec vos salariés. Dans un souci de discrétion, le récit ne comporte aucune mention permettant d'identifier l'entreprise visée. Pour toute question relative à ce « flash » ou si vous souhaitez nous contacter, merci de nous écrire à l'adresse : securite-economique@interieur.gouv.fr

Les salons professionnels, un contexte toujours propice aux captations d'informations

Lors des salons professionnels, les entreprises françaises font régulièrement l'objet d'approches ou de démarches offensives conduites par des sociétés ou des services de renseignement étrangers. Si ces salons sont avant tout des lieux dédiés à la présentation de compétences et de produits, ils offrent aussi aux entreprises participantes l'occasion de réaliser une veille concurrentielle active.

Les techniques d'approches directes mises en œuvre par les représentants de sociétés ou de « simples visiteurs » lors de ces événements sont connues. En revanche, la DGSi souhaite mettre en lumière des techniques plus insidieuses, régulièrement constatées par les exposants et les services de l'État. Vous trouverez ci-après quelques exemples d'opérations visant à capter des informations, en amont, pendant et après la tenue de salons professionnels.

- **Avant l'arrivée sur le salon** : Utilisation de dispositifs d'écoute dans les moyens de transport. Lors d'un événement à portée internationale, l'un des leaders mondiaux du secteur a mobilisé la plupart des compagnies privées de transport de la ville durant toute la durée du salon, afin de mettre des véhicules à disposition des participants dans le cadre d'une opération publicitaire. Il est apparu que des dispositifs d'écoute avaient été placés dans ces véhicules ou que des conducteurs, recrutés et sélectionnés en fonction de leurs compétences linguistiques, effectuaient un rapport sur les propos tenus par les personnes transportées. La société organisatrice a ainsi pu avoir accès à toutes les conversations des exposants préparant, pendant leur temps de transport, leurs rendez-vous du jour ou évoquant leurs contacts et rendez-vous de la veille.
- **Pendant la durée du salon** : Identification du portefeuille de clients d'un concurrent. Afin de cibler au mieux la stratégie commerciale d'un de ses concurrents lors d'un salon international, une entreprise étrangère a pu, grâce à une caméra installée sur un mât télescopique de son stand, filmer les personnes se rendant sur le stand de son concurrent. Deux hôtesses d'accueil entraient ensuite en contact avec les personnes ciblées, sollicitant d'être prises en photo avec elles et tentant d'obtenir l'identité des intéressés.
- **Après le salon** : Corruption d'un support numérique afin de perpétrer une attaque informatique et un vol de données. Au cours d'un salon professionnel, une clef USB a été connectée sur l'ordinateur portable d'un exposant. Préalablement sensibilisé au risque de captation d'informations par des logiciels espions, cet exposant ne détenait aucune donnée sensible sur son ordinateur.

A l'issue du salon, il s'est néanmoins connecté sur le réseau interne de son entreprise sans prendre de précaution particulière (procédure de « décontamination »), ce qui a permis à un logiciel malveillant transmis par la clef USB de se propager. Plusieurs mois se sont écoulés avant que le malware soit identifié.

Commentaire :

La pratique la plus classique est l'approche directe par un « journaliste », un « étudiant » ou un visiteur, qui cherche à obtenir de son interlocuteur des informations stratégiques sur l'entreprise que celui-ci représente. Ce type d'approche repose sur la collecte préalable d'informations permettant d'identifier les personnes à cibler et les éléments clés à obtenir lors du salon. La manœuvre finale n'est que la conclusion d'un processus initié en amont du salon. Si les exposants sont familiers de ce mode opératoire, les sociétés les plus offensives se servent également des premiers éléments collectés en vue d'une action d'ingérence économique ultérieure. Ainsi, l'écoute des briefings, bilans et discussions pendant le transport des exposants permet de connaître les nouveaux projets de R&D d'une société, ainsi que les noms des responsables qui pourront constituer autant de cibles potentielles. De même, la connaissance et l'identification du portefeuille de clients d'une entreprise, si elle donne des indications sur sa stratégie commerciale, permet également d'identifier des accès humains susceptibles de communiquer ultérieurement des informations sensibles ou confidentielles. La corruption d'un équipement relié au réseau interne de l'entreprise permet d'accéder à l'ensemble des informations stockées sur le réseau. Les salons professionnels restent donc des moments privilégiés pour la mise en œuvre d'opérations visant à la captation d'informations stratégiques.

Préconisations de la DGSi :

Il est important de préparer la participation à un salon en intégrant le volet sécurité de l'information. La DGSi vous propose d'accompagner votre démarche par des conférences de sensibilisation adaptées destinées à vos personnels.

Vous trouverez ci-après quelques conseils pratiques visant à se prémunir d'actions offensives régulièrement observées :

- Avant le salon, il est recommandé d'étudier la disposition des stands environnant celui de la société et principalement ceux de ses concurrents. Une sensibilisation des collaborateurs au discours à tenir et aux réponses à apporter aux visiteurs et contacts durant le salon.

- Dans les hôtels, les chambres et les coffres-forts qu'elles contiennent ne doivent pas être considérés comme des zones sécurisées. Il est important de toujours conserver avec soi les documents sensibles. Enfin, l'utilisation des bornes wifi et internet de l'hôtel est à éviter dans toute la mesure du possible.

L'utilisation d'une connexion VPN (Virtual Private Network) minimise les risques, sans pour autant garantir une sécurité absolue.

- Pendant le salon, une surveillance physique du stand, des prototypes et du matériel appartenant à la société est fortement recommandée afin d'éviter toute manipulation dommageable par des tiers. Il est recommandé de recueillir tous les éléments relatifs à l'identité et à la fonction de l'interlocuteur, utiles en cas de rédaction de rapports d'étonnement, lesquels ont pour but de relater toutes les situations atypiques survenues lors de l'évènement.
- Après le salon, un démontage méticuleux du stand évitera des « pertes » inopinées de matériels ou de maquettes sensibles. Vérification et décontamination systématique de tous les appareils présents sur le salon augmenteront le niveau de protection du réseau interne de la société.