

Fondé en 1818, **PAUL HARTMANN AG**, est un fabricant international de produits médicaux et sanitaires. L'entreprise emploie aujourd'hui plus de 11 000 personnes dans le monde. Les domaines d'activité principaux comprennent le soin des plaies, les produits liés à l'incontinence, la prévention des risques dans les blocs opératoires et la désinfection. Le groupe Hartmann compte diverses filiales et différentes marques, telles que Dermaplast®, Sterillium®, MoliCare®, Cosmos® et autres.

PAUL HARTMANN AG a pour mission d'améliorer les systèmes de santé au niveau mondial et d'assurer sa réussite économique en agissant de manière responsable tout en faisant un usage raisonné des ressources.



Julia Jansen

*Spécialiste senior,
Propriété intellectuelle non
technique,
PAUL HARTMANN AG*



CSC est notre premier point de contact dès que nous, ou nos collègues internationaux, constatons des infractions au droit des marques sur Internet.



CSC s'est entretenu avec Julia Jansen, Spécialiste senior, Propriété intellectuelle non technique, qui est responsable de la gestion des marques commerciales (dépôt, défense et renouvellement) et de la conception, ainsi que de la gestion des noms de domaine (+1 200) et de la protection des marques du groupe Hartmann. Le portefeuille de marques commerciales du groupe Hartmann inclut plus de 5 000 marques commerciales.

Quelle est l'importance de la présence en ligne pour Paul Hartmann AG?

Nos produits sont destinés aux professionnels, tels que les docteurs, les professionnels de la santé et les infirmières, ainsi qu'aux patients. La présence en ligne du GROUPE HARTMANN est donc indispensable. Hartmann vend de plus en plus ses produits et services en ligne, et renforce sa présence sur les réseaux sociaux.

Quels sont les défis et les menaces numériques auxquels fait face Paul Hartmann AG?

Nous avons déjà été victimes d'un accaparement de nom de domaine. L'une de nos principales marques commerciales a été enregistrée sous diverses extensions de noms de domaine géographiques (ccTLD) avec une légère modification orthographique (un seul « i » au lieu de deux) et nous a été proposée à la vente.

Mais c'est en matière de contrefaçon que nous avons constaté une augmentation exponentielle, surtout depuis le début de la crise Covid. Le nombre de contrefaçons de Sterillium, l'un de nos plus importants produits de désinfection vendu mondialement, était difficilement gérable pendant la pandémie.

Pourriez-vous nous donner un exemple du type de problèmes propre à la marque que rencontre Paul Hartmann AG? Comment réagissez-vous aux incidents?

Les produits tiers qui utilisent notre nom ou nos marques célèbres constituent un gros problème. Comme nous sommes actifs dans le secteur de la santé et la fabrication de produits médicaux, il est particulièrement important que nos clients et nos utilisateurs finaux puissent avoir confiance dans la qualité de nos produits. Les contrefaçons peuvent avoir des effets négatifs sur la santé. Nous utilisons toutes les voies légales (lettres de mise en demeure, blocage des offres, procédure civile, voire pénale) pour stopper les contrefaçons et les infractions au droit de nos marques commerciales.

En dehors de l'espace européen, il est extrêmement difficile d'agir contre ce type d'infraction touchant les marques commerciales.

Pensez-vous que cela pose problème à votre entreprise ou à vos clients?

Nos clients sont au centre de nos préoccupations. Nous nous efforçons constamment de dépasser leurs attentes. Il est donc particulièrement important pour nous d'éliminer les produits contrefaits et les faux sites web.

En quoi travailler avec CSC a modifié votre gestion des infractions au droit de vos marques et en quoi cette collaboration a-t-elle amélioré votre travail au quotidien?

Nous faisons appel au service d'enregistrement et de gestion des noms de domaine de CSC, de même qu'à leurs services de protection des marques. CSC est notre premier point de contact dès que nous, ou nos collègues internationaux, constatons des infractions au droit des marques sur Internet.

Recommanderiez-vous CSC à d'autres entreprises?

Absolument ! Nous avons déjà obtenu de très bons résultats en collaborant étroitement avec CSC dans le domaine de la protection de marque. Nous pensons que la réussite du nettoyage de notre réseau Internet doit beaucoup à CSC. Au début de notre partenariat, des tonnes de produits contrefaits de nos marques circulaient sur le net, et nous ne pouvions pas suivre. Après plus de deux ans et demi d'assistance active de la part de CSC, les choses ont bien changé.