

COMMUNIQUE DE PRESSE –15 juillet 2014

Le CNAC, en partenariat avec l'INPI et l'UNIFAB, présente sa nouvelle campagne numérique de lutte contre la contrefaçon sur Internet

Richard Yung, Sénateur des français à l'étranger et Président du Comité National Anti-Contrefaçon (CNAC), Yves Lapierre, Directeur général de L'Institut national de la propriété industrielle (INPI) et Christian Peugeot, Président de l'Union des Fabricants (UNIFAB), présentent le 15 juillet, à Besançon, une campagne de sensibilisation des e-consommateurs.

L'objectif est d'apporter un éclairage sur l'impact dramatique, nocif et dangereux de la contrefaçon sur internet ! Cette présentation s'effectue avec le soutien de la direction générale des douanes, en présence de Jean-Louis Fousseret, Maire de Besançon.

Si la problématique de la contrefaçon de certains produits est connue, elle prend aujourd'hui de plus en plus d'ampleur : de plus en plus de secteurs sont massivement touchés. Ce phénomène rend son impact en matière de santé publique, d'emploi et d'économie de plus en plus important.

D'après les dernières études de l'Observatoire européen des atteintes aux droits de propriété intellectuelle (2013), 34% de la population pense que l'achat de contrefaçons permet une économie pécuniaire maligne et préserve le pouvoir d'achat tout en se procurant le produit désiré. Ce constat est encore plus alarmant concernant les jeunes européens de 15 à 25 ans : 49% d'entre eux déclarent que l'achat d'une contrefaçon est un acte de protestation envers un marché dirigé par l'économie et les grandes marques.

La campagne numérique, présentée ce 15 Juillet, est une campagne destinée principalement aux adeptes de la toile, afin qu'ils prennent conscience des risques et des conséquences liés à l'achat de faux produits sur internet. Cette « infographie » aborde le sujet de la lutte anti-contrefaçon en ligne sous trois aspects : le vol de données bancaires, le financement du crime organisé ainsi que les effets néfastes sur la santé publique et l'environnement. Cette campagne sera aussi porteuse de conseils à destination des e-consommateurs qui deviendront experts et ne tomberont plus dans les pièges tendus par l'Internet.

La présentation de cette campagne, cofinancée par l'INPI et l'UNIFAB, est l'occasion d'une action de destruction de centaines de faux produits issus de plusieurs saisies, organisée avec le concours des douanes.

« La propriété industrielle est l'un des leviers pour lutter contre la contrefaçon. Sans titres de PI, les entreprises ne peuvent pas faire valoir leurs droits. Au-delà, la sensibilisation des consommateurs est essentielle et je me réjouis du lancement de cette campagne qui permettra d'accroître la connaissance des consommateurs sur les dangers liés à l'achat de contrefaçon, notamment sur Internet. », précise Yves Lapierre, Directeur général de l'INPI.

« Je suis fier de présenter aujourd'hui, le fruit de l'étroite collaboration du secteur public avec celui du privé. La création de cette campagne numérique est le résultat d'un constat alertant,

internet est un outil formidable qui peut se révéler source de duperie des consommateurs ! Il est impossible de connaître, avec exactitude, la provenance des produits en vente sur le web. Les contrefacteurs disposent d'une palette de moyens pour infiltrer les réseaux de vente en ligne et n'hésitent plus à écouler de faux produits en utilisant l'image des vrais ! » déclare Christian Peugeot, président de l'Unifab.

« Notre campagne, qui s'appuie sur les sites internet des membres du CNAC et de tous ceux qui veulent y prendre part, est dirigée en priorité vers les jeunes, qui sont trop souvent ciblés par les contrefacteurs. » Sénateur Richard Yung, président CNAC.

Contacts presse :

INPI/CNAC : Anne-Catherine Milleron – Tél : +33(0)1 56 65 86 55 – amilleron@inpi.fr

UNIFAB : Régis Messali – Tél : +33(0)1 56 26 14 07 - +33(0)6 16 89 00 81 –
rmessali@unifab.com