

1/3 DES PRODUITS PORTEURS D'UNE INDICATION GEOGRAPHIQUE EN EUROPE SONT FRANÇAIS !

L'Union des Fabricants (Unifab), association française de lutte anti-contrefaçon qui œuvre depuis 140 années pour la promotion du droit de la propriété intellectuelle, **se réjouit de la publication du rapport de l'Office Européen de la Propriété Intellectuelle (EUIPO), concernant la violation des indications géographiques pour les vins, les spiritueux, les produits agricoles et les denrées alimentaires dans l'Union européenne. Cette étude, révèle que 32% des produits porteurs d'une indication géographique sont vendus en France, ce qui positionne le pays, comme le premier pourvoyeur d'articles d'origine certifiée.**

La valeur des produits dotés d'une indication géographique de contrefaçon dans l'UE, représentaient près de **4,3 milliards d'euros en 2014, soit environ 9,0% du marché des produits doté d'une appellation. La perte de consommation, qui se définit comme l'atteinte portée aux consommateurs qui pensent acheter un produit fabriqué dans des conditions spécifiques est estimé jusqu'à 2,3 milliards d'euros sur le continent européen, ce qui représente environ 4,8% du total des achats de produits d'origine garantie.**

Au palmarès des articles les plus touchés par ces atteintes aux droits de propriété intellectuelle on retrouve: **les spiritueux avec 12.7%, les fruits et légumes comprenant les céréales avec 11.5%, tout ce qui s'apparente à la viande avec 11%, le fromage avec 10.6%, le vin avec 8.6% et la bière avec 0.1%.**

Ce rapport, fraîchement divulgué, vient compléter celui de l'EUIPO réalisé conjointement avec l'OCDE sur le commerce de produits contrefaisants et piratés en Europe, publié le 18 avril dernier. Cette étude, permet de souligner **l'importance des indications géographiques, qui agissent en qualité de certificat, tant sur l'origine que sur les modes de fabrication ou bien les caractéristiques qui sont propres aux divers produits.**

En matière de lutte anti-contrefaçon, ce phénomène est de plus en plus courant. **La transmission du savoir-faire, qui donne souvent naissance à la création et à l'innovation, considéré comme le vecteur économique essentiel pour la prospérité d'une région ou d'un métier ; se voit entaché, aujourd'hui, par l'émergence d'usurpateurs de ces appellations qui nuisent à l'image de ces zones géographiques.**

« Le consommateur doit savoir ce qu'il achète, comment son produit est fabriqué et dans quelles conditions ! Les fabricants peu scrupuleux qui n'hésitent à se prévaloir d'un savoir-faire et de techniques qui ne sont pas les leurs ont pour principal objectif l'enrichissement par l'escroquerie de leurs clients. Il est de notre devoir de protéger et de promouvoir ces traditions sans lesquelles notre pays n'aurait pas la même renommée ! » déclare Christian Peugeot, président de l'Unifab.