

Journée mondiale anti-contrefaçon

CREER
POUR EVOLUER
INNOVER
POUR PROTEGER

J E U D I
06 JUIN
2019



UNE NOUVELLE VISION
DU **DIGITAL**

DOSSIER DE PRESSE

CONCEPT: BUREAU 1000 - IN. AGENCY

PROGRAMME

16 H

- Accueil

16 H 30

- **Christian Peugeot** - Président de l'UNIFAB

16 H 35

- **Pierre Person** - Député LREM de la 6ème Circonscription de Paris

16 H 40

- **Richard Yung** - Sénateur des Français à l'étranger et Président du CNAC

16 H 45

- **Paul Maier** - Directeur de l'Observatoire européen des atteintes aux droits de propriété intellectuelle de l'EU IPO

16 H 50

- **Rodolphe Gintz** - Directeur général de la Douane française

16 H 55

- **Pascal Faure** - Directeur général de l'INPI

17 H

Table ronde, les e-professionnels s'expriment

Modératrices :

- **Emmanuelle Hoffman** - Administratrice de l'UNIFAB
- **Delphine Sarfati-Sobreira** - Directrice générale de l'UNIFAB

Panélistes :

- **Jérémy Delorme** - CEO de Vide Dressing
- **Pierre Berecz** - CEO d'EBRAND Services
- **Pierre Nicolas Hurstel** - CEO d'Arianee

17 H 25

- GACG Awards :
 - Introduction **John Anderson** - Président du GACG

17 H 30

- Remise des GACG Awards

18 H

- Cocktail

JOURNÉE MONDIALE ANTI-CONTREFAÇON : L'UNIFAB ANALYSE COMMENT LE DIGITAL IMPOSE UNE ÉVOLUTION DE LA LUTTE ANTI CONTREFAÇON.

L'Union des Fabricants (Unifab)* célèbre, ce jeudi 6 juin, la Journée Mondiale Anti-Contrefaçon sur le thème de la technologie digitale, vectrice de solutions anti-contrefaçon et de protection du consommateur.

Les nouvelles habitudes de consommation, prises par plus de 4 milliards de personnes dans le monde, représentent 81 milliards d'euros en France et 2 300 milliards d'euros à l'international. Ce constat propulse sans aucun doute Internet comme le marché le plus prisé des contrefacteurs.



Considérée comme un véritable fléau pour la société, la contrefaçon multiplie ses offres d'e-commerce en s'infiltrant insidieusement dans tous les réseaux de distribution sur internet : plateformes, réseaux sociaux, market places, sites de revente de produits d'occasion... qui se doivent aujourd'hui d'être les premiers acteurs à s'investir, aux côtés des marques créatrices et innovatrices, pour protéger les consommateurs.

L'usage des nouvelles technologies, qu'ils développent en interne ou en externe, est essentiel, et l'accueil de nouveaux acteurs intermédiaires pour faciliter les échanges, l'authentification, et la traçabilité est indispensable.

Créer pour évoluer, innover pour protéger l'intelligence, faire fructifier les investissements des entreprises, et s'assurer de la sécurité et du bien-être des consommateurs, est l'unique cercle vertueux

envisageable pour contribuer à une économie saine et respectueuse des enjeux de demain.

« Malgré le travail exemplaire de la Douane qui a saisi l'an dernier plus de 5 millions de contrefaçons, tous secteurs d'activité confondus, ou de la Gendarmerie qui a nommé dans chaque région un référent « contrefaçon », la distribution de faux produits augmentent car les contrefacteurs sont ingénieux, utilisent des moyens marketing offensifs pour toujours mieux à duper les consommateurs : vraies photos, prix similaires au celui du produits authentiques, site miroirs....leur imagination et leurs pratiques sont sans limite. » déclare Christian Peugeot, président de l'UNIFAB.

Les technologies de pointe telles que la blockchain, le monitoring, le filtrage des annonces illicites sur les plateformes, les outils numériques de traçabilité et d'authentification ... ont récemment permis de développer de nouvelles méthodes au service de la lutte anti-contrefaçon sur Internet. A l'occasion de cette Journée, .arianee présente en France son projet de carte d'identité numérique dédié au produit, Ebrand services ses solutions innovantes de monitoring, et Vide Dressing ses choix et contraintes pour développer son business et protéger ses clients.

En France, 37% des consommateurs (Ifop 2018) déclarent s'être fait duper en achetant un faux produit en ligne, pensant qu'il s'agissait d'un authentique. L'Observatoire européen des atteintes aux droits de propriété intellectuelle de l'EUIPO indique aujourd'hui que la contrefaçon coûte 60 milliards d'€ par an à l'Union européenne (étude EUIPO 6 juin 2019). Ces chiffres terrifiants ont conduit à la mobilisation de M. Pierre Person, Député de Paris, de M. Richard Yung, Sénateur et Président du Comité National Anti-Contrefaçon, de M. Rodolphe Gintz, Directeur général de la Douane, de M. Pascal Faure, Directeur général de l'INPI, de M. Paul Maier, Directeur de l'Observatoire européen des atteintes aux droits de propriété intellectuelle de l'EUIPO, et de beaucoup d'autres représentants institutionnels dont la présence aux côtés des adhérents et partenaires de l'Unifab demeure une priorité.

A cette occasion, le Global Anti-Counterfeiting Group (GACG), association internationale luttant contre les faux produits dans le monde entier, a remis les trophées des plus belles actions en matière de protection des droits de propriété intellectuelle en 2018 dans les catégories administrations publiques nationales et internationales, entreprise titulaire de droits de propriété intellectuelle, association nationale de lutte anti contrefaçon et accomplissement individuel.

A PROPOS



L'Union des Fabricants (Unifab) est l'association française de lutte anti-contrefaçon, elle regroupe 200 entreprises membres issues de tous les secteurs d'activité. Sa vocation est de défendre et de promouvoir les droits de propriété intellectuelle.



Le Global Anti-Counterfeiting Group (GACG) est l'association internationale qui regroupe toutes les associations nationales de lutte anti-contrefaçon et de promotion de la propriété intellectuelle à travers le monde.



L'ASSOCIATION FRANÇAISE DE PROMOTION ET DE DEFENSE DU DROIT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Créée en 1872, l'Union des Fabricants (UNIFAB), association française reconnue d'utilité publique, regroupe plus de 200 entreprises issues de l'innovation, de la tradition et de la création, et les plus grandes fédérations professionnelles.

Elle promeut la protection internationale de la propriété intellectuelle et lutte contre la contrefaçon en menant des opérations de lobbying, de formation et de sensibilisation.

Ses missions :

AGIR auprès des instances nationales et internationales pour améliorer la protection des titulaires de droit et tendre vers une meilleure application des lois sur la propriété intellectuelle. Elle publie des « position papers » et des rapports opérationnels, participe à de nombreux groupes de travail (CNAC, OMD, OMPI, Interpol, OHMI, Observatoire...) et collabore à de nombreux travaux de la Commission européenne en tant qu'expert.

SENSIBILISER LES CONSOMMATEURS pour soutenir et fédérer les arguments des entreprises en France pour qu'ils prennent conscience des conséquences sociales, économiques, commerciales, environnementales et criminelles de la contrefaçon. Elle organise des campagnes d'information, l'édition française de la journée mondiale anti-contrefaçon, anime le « Musée de la Contrefaçon » à Paris, et assure l'information continue des médias sur son site internet www.unifab.com

COOPERER avec les services publics (Douane, Police, Gendarmerie, DGCCRF, Justice), dont elle coordonne la formation, afin d'harmoniser les intérêts de ses entreprises adhérentes avec les actions préventives et répressives des institutions nationales et internationales.

INFORMER les entreprises, fédérations professionnelles et spécialistes, tous secteurs d'activité confondus, lors de réunions et opérations liées à l'actualité juridique, législative et opérationnelle. Pour parfaire la diffusion d'informations, elle met en place des commissions juridiques et techniques, coordonne des missions à l'étranger et reçoit de nombreuses délégations en France. Elle organise également chaque année, le Forum Européen de la Propriété Intellectuelle (FEPI) qui réunit une fois par an à Paris tous les acteurs européens de la lutte anti-contrefaçon. Elle diffuse une information générale et continue sur son site : www.unifab.com et les réseaux sociaux (Facebook et Twitter).

L'Unifab promeut la défense des droits de la propriété intellectuelle, assure la synergie des forces compétentes pour lutter efficacement contre le faux et éduque le grand public pour freiner les achats de contrefaçons.

La contrefaçon : un fléau en pleine évolution

Définition

Dictionnaire : action de reproduire par imitation une œuvre littéraire, artistique ou industrielle au préjudice de son auteur, de son inventeur – résultat de cette reproduction.

Approche juridique : violation d'un droit de propriété protégé par les lois de la propriété intellectuelle internationale ou d'un pays déterminé.

A cette définition, la loi ajoute que l'importation de produits contrefaisants est assimilée à leur fabrication. La

contrefaçon s'apprécie selon les ressemblances et non selon les différences. Elle consiste à reprendre un ou plusieurs éléments qui pour un acheteur d'attention moyenne risquent de porter à confusion.

La contrefaçon peut concerner :

	Durée de la protection en France
Le brevet, si l'innovation technique est protégée dans le pays	20 ans
La marque, signe distinctif qui, apposé sur un produit ou accompagnant un service permet de l'identifier et de le distinguer.	10 ans renouvelables éternellement
Le dessin ou modèle, reprise des caractéristiques d'apparence extérieure.	5 ans renouvelables 4 fois
Le droit d'auteur ou droit voisin	Jusqu'à 70 ans après la mort de l'auteur
Les obtentions végétales	Jusqu'à 30 ans
Les appellations d'origine / Indications géographiques, permettent d'identifier le lieu de provenance des produits et constitue de ce fait une garantie de qualité pour le consommateur.	Protection illimitée dans le temps

CONSEQUENCES

Aux niveaux national et international, la contrefaçon génère de considérables dommages :

Pour la santé et la sécurité

La santé publique est menacée par ces produits qui ne respectent aucune norme. Ils sont dangereux, provoquent des allergies, des accidents, mettent en péril le bien être du consommateur.

Non seulement la contrefaçon engendre des pertes financières considérables, mais surtout elle porte atteinte à la sécurité du consommateur. Les contrefacteurs s'attaquent à toutes les activités productives confondues. La sécurité et la santé publique sont menacées lorsque des produits issus des secteurs de l'automobile, l'électroménager ou encore du jouet, des boissons et même des médicaments sont contrefaits.

Pour l'économie

La contrefaçon représente un manque à gagner de 200 à 300 milliards d'euros par an, la France perdant à elle seule plus de 6 milliards d'euros.

Le pillage du savoir-faire national copié le plus souvent à l'extérieur de nos frontières conduit à la suppression régulière des postes d'emplois traditionnels : 200 000 en Europe dont 38 000 en France (Etude KPMG pour l'Unifab).

Pour les entreprises

Principales victimes de contrefacteurs, les titulaires de droits comptabilisent chaque année un bilan déplorable :

- Perte de chiffre d'affaires, de parts de marché, de réseaux de distribution
- Perte pour le commerce national due aux achats de contrefaçon à l'étranger
- Perte d'image et de notoriété
- Perte de budget : recherche et développement, dépenses de publicité, de marketing et de communication qui contribuent à construire les marques.

Plusieurs petites entreprises ont parfois tant perdu, qu'aujourd'hui elles n'existent plus.

Consommateurs, soyez vigilants !

La contrefaçon est liée à la grande criminalité. Ni impôt, ni taxe, ni charge sociale ne sont versés par les contrefacteurs. Des actions de communication sont, chaque année, entreprises afin de sensibiliser les consommateurs et les prévenir des effets et conséquences de l'achat de faux produits. Sur la santé, la sécurité, l'environnement et l'économie.

GEOGRAPHIE DE LA CONTREFAÇON

Les zones traditionnelles : Asie du Sud-Est (Chine, Corée), Bassin méditerranéen (Turquie, Maroc, Tunisie), Europe (Italie, Espagne, Portugal).

Les arrivants : pays d'Europe Centrale et de l'Est, Etats Unis.

Le monde virtuel : les sites dédiés au faux, les sites de ventes aux enchères... Internet est devenu un canal très important, et qui ne cesse de grandir, au niveau de la distribution de la contrefaçon.

SANCTIONS

Toute atteinte portée aux différents droits garantis par le Code de la Propriété Intellectuelle constitue un délit : droit des marques, droit des dessins et modèles, droit d'auteur et droit voisin, brevets. Le détenteur, au même titre que le fabricant, est passible de sanctions.

La contrefaçon est punie comme le vol :

Sanctions pénales

Jusqu'à 300 000 euros d'amendes et trois ans d'emprisonnement.

Ces peines peuvent aller jusqu'à 7 ans de prison et 750 000 euros d'amendes en cas de bande organisée ou de produits dangereux (loi Sapin 2).

Peines complémentaires :

- fermeture de l'établissement exploité par le contrefacteur,
- privation du droit d'élection et d'inéligibilité (droit des marques et droit des dessins & modèles).

Sanctions civiles

Demande de dommages et intérêts par le titulaire de droit ainsi qu'une potentielle peine d'emprisonnement.

Sanctions douanières

Confiscation et destruction des objets contrefaisants et des moyens de transport.

La contrefaçon est un délit douanier : en cas d'infraction, les douanes peuvent saisir d'office les produits et/ou appliquer la retenue douanière, avec 10 jours de délai pour que les titulaires de droits puissent authentifier les produits et agir en justice.

La contrefaçon est liée aux réseaux terroristes

L'Unifab a remis au Gouvernement, son rapport sur les liens étroits qu'entretient la contrefaçon avec les réseaux criminels terroristes. Cette publication fait le lien en mettant en exergue 10 années d'exemples issus de diverses sources institutionnelles et industrielles, il met l'accent sur la nécessité de renforcer la législation en termes de sanctions et préconise 10 recommandations au gouvernement.

Pour télécharger ce rapport : http://www.unifab.com/images/Rapport-A-Terrorisme-2015_FR.pdf

Quelques chiffres alarmants !

Le constat français

Les saisies de faux produits s'élèvent à 5.4 millions en 2018, contre 8.4 millions en 2017, soit une baisse de 35.7%, alors que le nombre de procédures reste identique. Ce chiffre démontre le travail continu et efficace des services douaniers dont la régularité est exemplaire, mais il prouve également le changement de pratique de distribution des contrefacteurs.

C'est sans surprise que les produits de consommation courante occupent les premières places des saisies. Celui des jeux et des jouets en tête avec plus de 830 mille faux produits puis, quasi exæquo, celui des produits de soin corporel et des vêtements avec plus de 500 mille articles de contrefaçon retenus pour chaque secteur.

Les pertes dues à la contrefaçon représentent chaque année plus de 35 millions d'emplois et 6,7 millions d'euros, selon l'étude de l'Observatoire européen de l'EUIPO.

L'Unifab appelle le gouvernement à une sensibilisation citoyenne, et notamment des plus jeunes qui, d'après une étude réalisée en 2018 par l'IFOP pour l'Unifab, sont 37% âgés de 15 et plus à avoir déjà acheté de la contrefaçon sans le savoir.

Cette étude dévoilée à l'occasion de la Journée Mondiale Anti-Contrefaçon 2018 fait état du nouveau comportement des consommateurs : <https://www.unifab.com/pas-de-contrefacon-dans-ma-consommation/>

Nombre d'articles saisis par la douane française

2012	4 600 000 (hors cigarettes)
2013	7 600 000 (hors cigarettes)
2014	8 800 000 (hors cigarettes)
2015	7 700 000 (hors cigarettes)
2016	9 240 000 (hors cigarettes)
2017	8 400 000 (hors cigarettes)
2018	5 400 000 (hors cigarettes)



LES PARTENAIRES



Au-delà de son action d'enregistrement et de délivrance de titres (brevets, marques, dessins et modèles), l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) agit en faveur du développement économique par ses actions de sensibilisation et de valorisation de l'innovation et de ses enjeux. L'institut accompagne tous les innovateurs pour qu'ils transforment leurs projets en réalisations concrètes, leurs innovations en valeur.

Établissement public autofinancé et placé sous la tutelle du ministère en charge de la propriété industrielle, l'INPI participe également activement à l'élaboration et la mise en œuvre des politiques publiques dans le domaine de la propriété intellectuelle, du soutien à l'innovation et à la compétitivité des entreprises tout comme de la lutte anti-contrefaçon. Dépositaire de tous les titres de propriété industrielle déposés en France et des données du Registre National du Commerce et des Sociétés, l'INPI diffuse plus de 14 millions de données ouvertes, libres et réutilisables.

Pour rappel, l'INPI assure le secrétariat général du Comité National Anti-Contrefaçon (CNAC).



Créé en 1995, le Comité national anti-contrefaçon (Cnac) a pour vocation de renforcer le dispositif national de lutte anti-contrefaçon grâce à une meilleure coordination des actions des administrations et du secteur privé. Il est actuellement, présidé par le sénateur Richard Yung (LREM) représentant les Français établis hors de France. L'INPI en assure le Secrétariat général et coordonne les travaux relatifs à la sensibilisation, la communication et la formation coopération internationale, la cyber contrefaçon ou bien encore les aspects normatifs et juridictionnels.

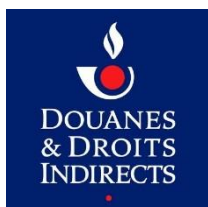
L'action du Cnac porte sur l'ensemble des droits de propriété intellectuelle qu'il s'agisse de droits d'auteur, de droits voisins, de logiciels, d'appellations d'origine, d'obtentions végétales, de brevets, de marques ou de dessins et modèles.

Pour plus d'informations

-www.blogpresidentcnac.fr

-https://twitter.com/cnac_inpi

-<http://www.cnac-contrefacon.fr/>



La lutte contre la contrefaçon est une priorité de la douane française. Tous les services douaniers, qu'ils soient dans les ports, les aéroports, sur la route ou sur Internet sont ainsi fortement mobilisés contre ces trafics qui nuisent à l'innovation et mettent en danger la santé des consommateurs.

En 2018, la douane a saisi 5,4 millions de contrefaçons, un chiffre en diminution par rapport à 2017, année durant laquelle 8,4 millions de contrefaçons avaient été saisies. Le nombre de constatations demeure toutefois stable (11 256 constatations en 2018 et 11 270 en 2017).

Les saisies de contrefaçons de jeux et jouets arrivent en première position, pour ce qui est du nombre d'articles saisis, avec plus de 830 000 articles interceptés (1 110 constatations), traduisant la forte attention des services douaniers sur ces objets destinés aux enfants et qui peuvent s'avérer dangereux. Les vêtements et leurs accessoires arrivent en seconde position, avec plus de 540 000 articles saisis, mais en tête pour ce qui est du nombre de constatations (6 043). Suivent les produits de soins corporels (530 000 articles pour 642 constatations), les téléphones mobiles et leurs accessoires (390 000 articles pour 847 constatations), puis les chaussures et leurs accessoires (350 000 articles pour 4194 constatations).

Les saisies de contrefaçons de médicaments, principalement commandées sur Internet, sont en augmentation et s'établissent à 150 000 articles (129 000 articles en 2017) pour 769 constatations. Il s'agit également d'un point de vigilance particulier pour les services douaniers, eu égard à la dangerosité potentielle de ces produits.

Toutes les entreprises, quelle que soit leur taille ou le droit de propriété intellectuelle (marques, dessins ou modèles, droits d'auteur, brevets...), peuvent déposer une demande d'intervention auprès de la douane, dès lors qu'elles sont enregistrées auprès d'un office national (INPI), communautaire (OHMI) ou international (OMPI). A ce titre, 1 442 demandes d'intervention concernant la France ont été déposées ou renouvelées par des titulaires de droits de propriété intellectuelle contre 1 534 demandes en 2017. Cette démarche partenariale engagée avec les entreprises constitue un axe essentiel de la lutte contre la contrefaçon.

.arianee

Digital identity standard for all valuable goods

LE SMART-ASSET EST UN PASSEPORT DIGITAL ENRICHIS DE FONCTIONNALITÉS INNOVANTES :



UNE IDENTITÉ DIGITALE POUR TOUS LES BIENS DE VALEUR

Authenticité

Le protocole Ariane, contribue à lutter contre la contrefaçon en créant une représentation digitale unique et infalsifiable pour chaque produit de valeur.

Anonyme

L'utilisation d'Ariane permet d'interagir avec les marques que nous aimons tout en conservant notre anonymat si nous le souhaitons.

Transmissible

Nos biens les plus précieux sont intemporels, que nous voulions les léguer à nos enfants ou les revendre, Ariane facilite la transmission de propriété.

RELATIONS AUGMENTÉES

Un Lien Perpétuel

Ariane propose un lien permanent et anonyme entre les marques et les possesseurs d'objets sans aucun intermédiaire. Tout au long de la vie du produit, marques et propriétaires restent en contact.

Expérience Consommateur

Le passeport digital est un hub permettant de se connecter à des programmes existants, et de développer des services innovants autour du produit (objets volés / trouvés, assurance...)

EXPERIENCE ARIANEE

Nous invitons les marques, les designers et parties prenantes à rejoindre le projet Ariane pour co-construire le standard global des identités digitales. Les marques ont accès aux outils, ressources et supports des équipes Ariane pour étudier concrètement les implications d'une implémentation du protocole et travailler ensemble pour construire des relations intemporelles entre marques et propriétaires d'objets de valeurs empreintes de confiance, de transparence et de respect de la vie privée.



Découvrir

Découvrez comment la technologie blockchain et le protocole Ariane vont vous aider à développer votre activité.



Lancer

Implémentez les certificats infalsifiables Ariane lors d'un projet pilote sur une série limitée.



Rejoindre

Co-créez Ariane avec les autres membres de l'association pour que ce standard réponde à vos besoins.

UNE ORGANISATION INDÉPENDANTE ET PARTICIPATIVE

a Ariane est une association, loi 1901 basée en France.

Ariane est une organisation indépendante, participative dont la mission est de construire un standard global pour la certification digitale des objets de valeurs en faisant la promotion et en soutenant l'adoption de son protocole open source.

L'association apporte aux parties prenantes un certain nombre de garanties essentielles à la mise en place d'un standard :

- La gouvernance est partagée avec les parties prenantes
- Les membres de l'association approuvent les comptes
- Les utilisateurs du protocole ont la garantie qu'Ariane n'a pas vocation à capter des marges et à générer des profits
- L'organisation ne peut être vendue ou achetée garantissant qu'aucune des parties prenantes, aucun investisseur ou industriel ne pourra en prendre le contrôle

Les Valeurs d'Ariane

- Collaboration Pré Compétitive
- Ouverture
- Décentralisation
- Transparence
- Respect De La Vie Privée Des Utilisateurs

L'ÉQUIPE ARIANEE

L'équipe Ariane est composée d'entrepreneurs chevronnés. Ils ont fondé, dirigé et parfois vendu des entreprises technologiques et de services en BtoB et BtoC (Overblog, Teads, Vestiaire Collective, ReMode, LGO, etc.). L'équipe est basée entre Paris, NY et Genève.

Emmanuelle Collet . CMO
Pierre-Nicolas Hurstel . CEO
Julien Romanetto . CPO
Alexandre Cognard . CTO
Christian Jorge . COO
Frédéric Montagnon . Chairman
Luc Jodet . CSO
Gregory Pouy . Brand Evangelist



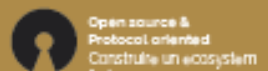
The future of ownership

a <http://arianee.org>

[arianee_project](#)

[@ArianeProject](#)

A BLOCKCHAIN SOLUTION



ARIANEE

« Nous sommes très heureux d'être partenaires de l'UNIFAB. Notre ambition est de contribuer à la lutte anti-contrefaçon en créant un standard qui donnera à chaque objet de valeur une identité numérique. La technologie que nous utilisons rend impossible l'altération ou la duplication d'une identité numérique. Il devient ainsi plus difficile de falsifier ou dupliquer celle-ci que de produire un faux. En généralisant l'adoption de ces certificats nous voulons rendre la vente et la possession de faux ou de bien mal acquis plus difficiles voir impossible » déclare Pierre Nicolas Hurstel CEO Arianee.



**DEMANDEZ À UN
OURS DE SURVEILLER
VOTRE MARQUE SUR
INTERNET**

Protection des actifs de l'entreprise sur Internet
www.ebrandservices.fr



EBRAND SERVICES

« EBRAND SERVICES s'inscrit naturellement dans la démarche de l'UNIFAB visant à promouvoir le développement de l'économie grâce à l'innovation, à mieux protéger et garantir la Propriété Industrielle et, à ces fins, à lutter activement contre la contrefaçon. Cette lutte suppose aujourd'hui une surveillance globale de la toile afin de permettre aux entreprises de disposer d'une vision panoramique de l'ensemble des plateformes de vente, réseaux sociaux, appstores, sites de vente et noms de domaine. Pour être efficace, elle doit être menée au sein de l'entreprise comme un projet et s'organiser, grâce à l'appui d'experts, avec les meilleurs outils technologiques disponibles. » déclare Pierre Berecz, CEO Ebrands France

• V I D E • D R E S S I N G

Videdressing est la première plateforme collaborative française dédiée à la mode et au luxe de seconde main. Créée en 2009, elle promeut une mode bienveillante, accessible et abordable en permettant aux acheteurs de faire des bonnes affaires et aux vendeurs de récupérer du pouvoir d'achat. Depuis novembre 2018, Videdressing appartient à leboncoin Groupe.

Avec un catalogue de plus d'un million d'articles avec des marques aussi diverses que Zara ou Prada, la place de marché accueille chaque mois plus de deux millions de visiteurs et héberge 20.000 commandes.

Un niveau de garanties inédit

Véritable tiers de confiance, Videdressing propose un niveau de garanties inédit sur le marché de la seconde main : les transactions sont sécurisées, les acheteurs bénéficient d'une Garantie Satisfait ou Remboursé et des dispositifs de contrôle inédits pour lutter contre la circulation d'articles contrefaisants ont été implémentés.

En effet, Videdressing a décidé d'investir dès 2009 dans la lutte anti-contrefaçon. En dix ans, plus de quatre millions d'euros y ont été consacrés. L'entreprise, qui a d'ailleurs signé en 2012 la Charte de lutte contre la contrefaçon sur internet et consacré depuis toujours une équipe à la modération des articles, collabore étroitement avec l'UNIFAB (Union des Fabricants).

La lutte anti-contrefaçon chez Videdressing est un savant mélange de savoir-faire, d'expérience et de technologie. Afin de combattre ce phénomène, le service juridique travaille quotidiennement à la modération des pièces proposées à la vente.

La lutte anti-contrefaçon, moteur d'innovation

Ainsi, Videdressing a fait de la lutte anti-contrefaçon un moteur d'innovation en mettant au point une solution de détection des articles les plus sensibles, permettant ainsi à ses juristes de se concentrer sur les pièces les plus susceptibles d'être contrefaites. Au cœur de ce modèle hautement performant, l'ensemble des données collectées par la plateforme au cours des dix dernières années a en effet permis de développer un outil efficace à 99,9%.

À l'aide d'un algorithme de filtrage et l'analyse d'un faisceau d'indices, le service juridique de Videdressing, fort de plusieurs années d'expérience, peut alors procéder à un contrôle appuyé des articles qui peuvent présenter un risque. En 2018, 2.800 articles contrefaisants ont été bloqués avant leur mise en ligne, soit 0,2% des articles mis en ligne sur Videdressing.

Ce dispositif unique sur le secteur de la seconde main fait en outre l'objet d'une amélioration continue, le rendant toujours plus pertinent, et intégrera prochainement du machine learning.

Et pour mieux compléter cet attirail, Videdressing rappelle que sa Garantie Authenticité est valable à vie. En cas de doute et sur demande de l'acheteur, Videdressing procède au contrôle des articles ; un modèle "phygital" qui permet de protéger les utilisateurs et les marques aux côtés desquelles Videdressing est activement engagé dans la lutte anti-contrefaçon.

VIDEDRESSING

« Porté par la volonté de rendre la mode bienveillante, Videdressing a toujours fait de la lutte anti-contrefaçon l'une de ses priorités, avec succès ! Au cours des dix dernières années, de nombreuses innovations technologiques et de multiples engagements vis-à-vis de nos utilisateurs et des marques nous ont permis de développer un modèle performant et de proposer une expérience client aboutie, faisant ainsi passer la seconde main au premier plan » déclare Jérémie Delorme CEO Videdressing



VF

Depuis sa fondation en 2001, notre entreprise s'est élevée au rang de fournisseur de premier plan de solutions face à la transition digitale qui s'opère au niveau des produits : du premier stockage de données dans des produits tesa® aux technologies de marquage exclusives et outils digitaux.

Pour les marques qui souhaitent façonner la transition digitale, nous connectons vos produits au monde digital. Grâce à un marquage unique et aux outils digitaux, nous assurons la communication et l'échange de données entre vos produits et les consommateurs, ainsi que l'interaction avec les systèmes Track & Trace. Ensemble, nous analysons les besoins de votre entreprise et développons une solution à votre mesure. De l'idée à la mise en œuvre, nous assurons la gestion complète du projet et sommes votre partenaire sur le long terme. En un mot, NOUS DONNONS LA PAROLE À VOS PRODUITS pour que vous bénéficiiez des avantages de la digitalisation.

En tant que filiale à part entière de tesa®, nous faisons partie de tesa SE, une société du groupe Beiersdorf, dont la vaste expérience en gestion internationale de ses propres marques, telles que Nivea et Eucerin, s'ajoute à l'expertise de tesa® en solutions adhésives en tête du marché, pour fusionner avec les compétences numériques d'avant-garde de tesa scribos®. Forts de cette combinaison remarquable, nous façonnons la digitalisation des produits pour nos clients internationaux issus de tous les secteurs. Sur la base de nos conseils avisés, nous développons, personnalisons et mettons en œuvre des solutions sur mesure - livrées par un seul et même fournisseur. Parmi nos clients figurent des entreprises de premier rang mondial à l'instar de Peugeot, Bosch, Castel, Danone et Chloé.

EN

From the first discovery that tesa® products can be used for data storage, to unique marking technologies and digital tools – since our founding in 2001, we have developed into a leading solution provider for digital transformation at the product level.

For brands that want to go digital, we connect their products with the digital world. By creating unique markings and digital tools, we let your products communicate with consumers, exchange data, and interact with track & trace systems. Together, we analyse your needs, develop your customized solution, and manage everything from idea to implementation – and beyond. In short, we LET YOUR PRODUCTS TALK and offer new benefits from digitalization.

As a full subsidiary of tesa®, we are part of tesa SE within the Beiersdorf Group. The profound experience of Beiersdorf in international brand management with its own global brands such as Nivea and Eucerin, as well as the expertise of tesa® with market-leading adhesive solutions, is merged with the pioneering digital competence of tesa scribos®. This exceptional combination enables us to design unique solutions for our international customers from all kinds of industries. Based on extensive consultations, we develop, customize and implement solutions – all from one source. Our clients include world-leading companies such as Peugeot, Bosch, Castel, Danone and Chloé.

LES GACG AWARDS

Chaque année, à l'occasion de l'édition française de la Journée Mondiale Anti-Contrefaçon, le Global Anti-Counterfeiting Group (GACG), association mondiale qui regroupe toutes les associations nationales de défense des droits de propriété intellectuelle, profite de cet événement pour procéder à la remise des trophées des plus belles actions en matière de protection et de promotion de ce droit, qui récompense diverses catégories.

PRESS RELEASE

The 2019 Global Anti-Counterfeiting Awards: All shapes and sizes

This year's winners of the 2019 GAC Awards range from 'big is beautiful' to 'good things come in small packages'. From the multinational and well-known LVMH Holding to the compact Specialised Unit of the General Prosecutors Office of Paraguay. From the experienced and indefatigable Shelley Duggan of Procter and Gamble to the small – but perfectly formed - Belgian Anti-Counterfeiting Association (ABAC/BAAN), with an outstanding local/global organisation in between: the IPR Committee of the ECCCK, the value of the diversity of activity in anti-counterfeiting has been highlighted.

The winners of the twenty first annual Global Anti-Counterfeiting Group (GACG) Network awards, were announced in Paris today on World Anti-Counterfeiting Day. The awards are made as a continuing recognition of achievements in IPR Enforcement by organisations, companies and individuals. The winners (details in attached note) announced today, are:

Individual Achievement Award

- **Shelley Duggan - Global Brand Protection Leader, Procter & Gamble**

National Public Body Award

- **General Paraguayan Prosecutors Office of the State Specialised Unit of Punishable Facts against Intellectual Property**

International Organisation Award

- **IPR Committee of the European Chamber of Commerce in Korea**

Company Award

- **LVMH Holding**

Association Award

- **ABAC/BAAN – The Belgian Anti-Counterfeiting Association**

John Anderson, Chairman of the GACG international network of national and regional anti-counterfeiting organisations said "The awards this year again highlight the wide range of co-operation that is needed – and provided - by different organisations and individuals and especially across the public/private sector divide, in the campaign against the international trade in fakes. I am especially impressed once again with the emphases on both co-ordination between the public and private sectors and the importance of raising public awareness that was evident in many of the nominations. Counterfeiting is a significant and ever growing challenge for all intellectual property owners, and tackling it requires a mixture of legal knowledge, investigative resources, technology, enforcement and education. All those organisations recognised in this year's Awards have demonstrated their commitment to tackling IP infringement, and they deserve congratulations on their recognition."

The awards presentations were made in Paris on 6th June at the Musée de Contrefaçon, housed at the Headquarters of the Union des Fabricants (UNIFAB) on World Anti-Counterfeiting Day. Some of the award winners were present to receive their trophies.

Note to Editors: Details of 2019 Award Winners

Individual Achievement

Shelley Duggan has worked in the anti-counterfeiting arena for 20 years and is now the Global Brand Protection Leader at Procter & Gamble. She has famously also been extremely active in the related associations and organisations she works with: Chair of the Anti-Counterfeiting Group (UK); former long-standing Chair of the Anti-Counterfeiting Committee of AIM – The European Brands Association; former co-Chair of the steering group of the ICC Business Action to Stop Counterfeiting; and currently co-Chair of TRACIT – the Transnational Alliance to Combat Illicit trade. She is nominated for ‘running a world class programme at P&G’, ensuring that integrity is front and centre of all enforcement activities. Shelley is highly regarded on the international stage – leading from the front in developing initiatives with other associations and, of course with governments and regulatory authorities.

National Public Body Award

During the second half of 2018 **the Specialised Unit of Punishable Facts against Intellectual Property of the Paraguayan General Prosecutors Office** have remarkably increased the amount of charges filed for offences against Intellectual Property Rights sending a clear message that these actions (IPR infringements) have legal consequences. The objective of this increase in institutional activity is to deter recidivism and to facilitate better control over those involved in the process in order to avoid the abuse of alternatives to trial when records show that there is a lack of will to rectify this criminal behaviour. The increase in official action on punishable offences against Intellectual Property is based on the Paraguayan Criminal Code specifying penalties in severe cases of up to eight years imprisonment.

The Judges made an honourable mention for the **USPTO Enforcement Team** Nominated on their 20th Anniversary.

International Organisation

The IPR Committee of the European Chamber of Commerce in Korea received an almost unprecedented 5 nominations in the Association and International Public Organisation category. Throughout 2018, the IPRC/ECCK has organised or been involved with a range of activities to help its members with IPR issues and others to co-operate with the authorities in response to the challenges of those issues: raids on street markets; capacity building programmes with LEAs; statistical research on the value of IP; and contributions to the ECCK’s Annual White paper with regards to Korea’s IP Environment IPRC/ECCK has also worked with Customs to facilitate recordation requirements for designs and patents and made submission to the European Commission on notorious markets. The IPRC/ECCK is seen as an invaluable counterpart by both industry and government in conducting active enforcement and raising public awareness of the challenges of IPR infringements.

Company Award

Not for the first time has an LVMH linked organisation been nominated for a GAC awards and now **LVMH Holding** have been deemed the best Company in 2018. Although the range of their activity would suggest that they are doing no more than they should, it is clear from the nomination (and the experience of the judges) that LVMH Holding fulfil the criteria of 'making an exceptional contribution' to the international anti-counterfeiting campaign. And not only in 2018 when they created an internal anti-counterfeiting cases management database – LVMH Holding have a long history of leadership and co-operation in IPR enforcement working through associations and in public private partnerships with national regional and international government organisations. But for the record: in 2018 of total of 4.5 million fake seizures were made in physical markets world-wide (3 million fragrances and cosmetics, 800k bags and accessories and 700k watches and jewellery. Online there were 535k withdrawals from the ecommerce market, 8 million contents removed on social networks; 2645 closed web-sites and 840 domain names entered.

Association Award

Created in 1995 by several well-known trademark owners, victims of counterfeiting in the territory of Belgium and Luxembourg, **ABAC/BAAN – The Belgian Anti-Counterfeiting Association** has, in recent years, developed a more pro-active and international focus for its work – mirroring the increasing global scale of counterfeiting and piracy encountered in Belgium and neighbouring countries. Very much 'punching above its weight' ABAC/BAAN has more than doubled the number of cases dealt with since 2012 (1570) to 4063 in 2018. They have provided active participation in customs and private sector workshops throughout Belgium and 20 'mini' workshops for Police authorities; worked with 'Nanac' Foundation on public Awareness; and ABAC/BAAN has also increased its participation and direct activity in international IPR enforcement through GACG and with GACG members, INTA, ECTA and AIM.

The Judges recognised the success of the informal Association **Together Against Counterfeiting – TAC**

The Global Anti-Counterfeiting Awards are presented for outstanding achievement by organisations, companies or individuals involved in combating counterfeiting and piracy, either to protect their own brands or products or in the development of an environment which encourages the combating of counterfeits and pirate products. The Awards are can be given in seven main categories: National Public Body, International Public Organisation, Company, Association, Technology or Professional Services User, Media and Individual Achievement. There were no Media or Technology nominations this year

Counterfeit and pirated goods could cost the global economy up to €2 trillion per year according to some estimates, and this translates into loss of legal employment, lack of investment in new jobs and increased prices of legal goods. It also means less public funding for services such as health, education and social welfare. Many organisations, companies and individuals are taking effective action against these illicit, dangerous and sub-standard goods to protect consumers, promote investment in new jobs and increase government revenues, and to combat the involvement of organised crime. Some of them 'go the extra mile' and the GAC awards are recognition of these outstanding performances.

The awards are open to nominations from anyone with an interest in brand protection, anti-counterfeiting, and anti-piracy activities, particularly in the international context, ensuring a wide spread of nominations from across the world. The awards are judged by a panel from the GACG Network, representatives of previous award winners.

World Anti-Counterfeiting Day also now in its twenty first year, was established by the GACG Network members to enable the organisation of local, national and regional events under the umbrella of an international campaign which could focus on the particular problems of counterfeiting and piracy in the countries or regions involved. The WAC Day events are usually held on the same day in summer each year but are individually organised by the national or regional associations themselves who may or may not take up themes suggested by the GACG or being used by other associations. Some industry associations have also organised publicity. In 2019, some events have already taken place on World IP Day – 26th April – and many more are expected to co-incide with the event organised in Paris by the Union des Fabricants.

For further information contact:

GACG Network

John Anderson

+44 7771 860101

janders.gacg@btinternet.com

Union des Fabricants

Régis Messali

+33 1 56 26 14 07

rmessali@unifab.com

**union des
fabricants** **unifab**

16 rue de la Faisanderie
75116 Paris

unifab.com