

Communiqué de presse

27 mars 2023

L'UNIFAB, l'ALPA et Meta lancent sur internet une campagne de sensibilisation du grand public à la contrefaçon et au piratage

Meta lance aujourd'hui en France une nouvelle campagne d'information pour sensibiliser les consommateurs aux risques associés aux produits de contrefaçon et au piratage, et contribuer à protéger les droits de propriété intellectuelle des créateurs et des entreprises. En France, cette campagne est soutenue par l'Union des Fabricants (UNIFAB)* et l'Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle (ALPA)*.

La contrefaçon et le piratage nuisent aux activités des responsables des entreprises et des créateurs qui utilisent les plateformes en ligne comme sources de revenus. En effet le piratage des œuvres audiovisuelles et cinématographiques fragilise l'équilibre de l'industrie de la création et sa diversité, tandis que les produits de contrefaçon ont également des conséquences sur l'environnement, la sécurité et la santé. Ces types d'atteintes aux droits créent également des risques importants pour les utilisateurs en accentuant les risques de fraude et d'usurpation d'identité.

L'objectif de cette campagne est de renforcer la vigilance à l'égard des délinquants opérant sur Internet, et des promoteurs de produits contrefaits et de contenus piratés. Elle s'inscrit dans la dynamique actuelle de responsabilisation de tous les acteurs, y compris les influenceurs. Cette campagne redirigera les utilisateurs vers des informations les mettant en garde contre les dangers de la contrefaçon et du piratage.

Cette série de vidéos, qui sera diffusées sur Facebook et Instagram, relayée par l'UNIFAB et l'ALPA, rappelle aux utilisateurs des plateformes en ligne de toujours s'assurer que les comptes avec lesquels ils interagissent proposent des produits

authentiques, avant de procéder à un achat, et de vérifier que les œuvres auxquelles ils accèdent sont proposées de manière légale.

Pour Delphine Sarfati-Sobreira, Directrice générale de l'Unifab, "L'offre de contrefaçons en ligne, via les réseaux sociaux ou les marketplaces, est encore trop présente puisque, d'après l'IFOP, 37% des consommateurs qui ont déjà acheté des contrefaçons via Internet pensaient acheter des produits authentiques ! L'Unifab est donc ravie de collaborer avec META et l'ALPA pour mieux sensibiliser les citoyens français. Protéger la santé des consommateurs est fondamentale, et préserver la créativité et l'innovation, moteurs de l'économie, est essentiel."

Pour Frédéric Delacroix, Délégué Général de l'ALPA, "Selon Médiamétrie, près de 7 millions d'internautes français se livrent au piratage d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques tous les mois. Même si ce chiffre est en baisse ces dernières années grâce aux offres légales, aux actions en justice menées par les ayants droit avec l'ALPA et les mesures prises par la plupart des grands acteurs de l'internet, ce chiffre reste considérable et impacte cette industrie culturelle. La collaboration avec META est l'occasion pour l'ALPA de faire prendre conscience aux internautes se livrant au piratage qu'en accédant à des contenus illégaux, ils participent au financement de réseaux délinquants internationaux, donc l'activité est basée sur la diffusion d'œuvres contrefaites, mais surtout que le respect des droits des créateurs est essentiel pour que des œuvres puissent continuer à être produites."

Pour Anton Maria Battesti, Directeur des Affaires publiques de Meta France, "Garantir que l'ensemble de nos utilisateurs aient des expériences authentiques sur nos plateformes est une priorité de notre entreprise. Des millions de créateurs et d'entreprises à travers nos plateformes font de leur propriété intellectuelle une source de revenus. Nos investissements massifs ont permis le développement de technologies comme Rights Manager ou de ressources éducatives, permettant de détecter et de supprimer toujours plus de contenus violant les droits en la matière. Cette collaboration étroite avec l'UNIFAB et l'ALPA au travers de cette campagne est une étape supplémentaire dans notre action pour aider à protéger à la fois nos utilisateurs, les entreprises et les créateurs ."

Les règles de Meta prohibent le partage de contenus allant à l'encontre des droits

de propriété intellectuelle. Meta a développé des programmes de lutte contre les atteintes à la propriété intellectuelle reposant notamment sur une équipe internationale chargée des notifications et du retrait des contenus en matière de propriété intellectuelle, et une politique pour les contrevenants récidivistes. Les titulaires de droits peuvent protéger leur propriété intellectuelle en utilisant des outils comme Protection des droits de la marque, Rights Manager ou l'interface API de signalement de propriété intellectuelle. Le [rapport semestriel de Meta sur la transparence en matière de propriété intellectuelle](#) contient des informations complètes sur les mesures prises pour lutter contre les violations de la propriété intellectuelle.

A PROPOS DE :

L'UNIFAB:

L'Union des Fabricants (Unifab) est l'association française de lutte anti-contrefaçon qui regroupe 200 entreprises et fédérations professionnelles issues de tous les secteurs d'activité, afin de promouvoir et défendre le droit de la propriété intellectuelle source d'innovation et de création, garante de la santé et la sécurité des consommateurs, ainsi que de la préservation de l'environnement.

L'ALPA:

L'Association de Lutte contre la Piraterie Audiovisuelle est une association de droit privé créée en 1985, née de la volonté commune des pouvoirs publics et des professionnels du cinéma et de l'audiovisuel de lutter contre le fléau de la piraterie audiovisuelle sous toutes ses formes. Les membres de l'ALPA sont le Centre National du Cinéma et de l'image animée, les professionnels du cinéma et de l'audiovisuel ainsi que les sociétés de gestion collective de droits du secteur.

Meta:

Meta construit des technologies qui aident les gens à se connecter, à trouver des communautés et à développer des entreprises. Lorsque Facebook a été lancé en 2004, il a changé la façon dont les gens se connectent. Des applications comme Messenger, Instagram et WhatsApp ont offert de nouvelles possibilités à des milliards de personnes à travers le monde. Désormais, Meta va au-delà des écrans 2D pour s'orienter vers des expériences immersives telles que la réalité augmentée et virtuelle, afin d'aider à construire la prochaine évolution de la technologie sociale.