

EDITION FRANCAISE DE LA JOURNEE MONDIALE ANTI-CONTREFAÇON : L'INFLUENCE, UNE SOLUTION A LA LUTTE ANTI-CONTREFAÇON ?

L'Union des Fabricants (Unifab), association française de promotion et de défense du droit de la propriété intellectuelle qui regroupe 200 entreprises membres issues de tous les secteurs

d'activité, célèbre aujourd'hui l'édition française de la Journée Mondiale Anti-Contrefaçon en posant une question : l'influence, est-elle une solution à la lutte anti-contrefaçon ?

LES CHIFFRES CLES

Sondage réalisé auprès de la communauté de 166 000 abonnés (Influenceurs et consommateurs) de la créatrice de contenus May Berthelot

Du côté des consommateurs

49 % ont déjà été confrontés à de la promotion de produits de contrefaisants via des contenus d'influenceurs.

28% se sont demandés si le produit promu était authentique.

72 % des consommateurs exposés ont clairement compris que le produit promu était de la contrefaçon.

30% signalent les contenus illicites aux plateformes contre

70% qui ne le font pas car la procédure est complexe ou ils ne savent pas comment le faire.

Du côté des influenceurs

20% ont déjà été sollicités pour promouvoir des produits contrefaisants.

3% soit 95 sur 2961 répondants ont accepté le contrat consciemment.

Aujourd'hui, 80.5% des français détiennent un compte sur un réseau social et ils y passent environ 1h55 par jour, souvent en écoutant aveuglément les conseils des 150 000 créateurs de contenus recensés.

La part grandissante du nombre d'utilisateurs de ces plateformes, qui ne cesse de croître, favorisant l'envolée de la vente en ligne, constitue une opportunité unique pour les contrefacteurs, qui usent de la notoriété de certaines personnalités peu scrupuleuses du monde digital. Leur objectif est de convaincre et persuader que l'achat de produits contrefaisants est anodin et sans risques. Des tests frauduleux qui comparent un vrai et un faux produit sont effectués – tout en faisant croire qu'il n'y a aucune différence, ce qui déclenche l'achat de contrefaçons et rendent les cybers acheteurs complices de leurs activités illicites.

Encore en minorité face aux créateurs de contenus vertueux, les « influvoleurs » sont de plus en plus nombreux et se livrent à la promotion de produits illégaux en incitant leur communauté à se mettre en danger.

Alerté par ce type de pratiques trompeuses, le ministère de l'Economie, des Finances et de la Souveraineté Numérique - s'est saisi récemment du sujet, en impliquant notamment l'Unifab.

Les résultats des travaux menés, ont permis aux Députés Stéphane Vojetta et Arthur Delaporte de corédiger la

proposition de loi « influence » adoptée à l'unanimité, avec pour principal objectif : pallier les lacunes législatives sur ce sujet et, par ricochet, préserver l'économie, l'environnement ainsi que la santé et la sécurité des consommateurs.

Il est utile de rappeler qu'en France 37% des consommateurs ont déjà acheté une contrefaçon en pensant que le produit était authentique et ce chiffre atteint 43% pour les 15-24 ans.

L'urgence d'encadrer des pratiques, qui favorisent ce fléau **en pleine expansion, devient nécessaire** comme le démontre les chiffres des saisies de la douane, qui en 2022, recensent **11.53 millions de faux produits stoppés aux frontières de la France**. Parmi ces millions de faux produits, environ **30% ont été saisis dans des petits colis, résultats d'achats sur internet**.

A l'occasion de cette manifestation, les acteurs majeurs du monde de la propriété intellectuelle se mobilisent tels que le **Ministre chargé des comptes publics – Gabriel Attal**, le **Député et Président du Comité National Anti-Contrefaçon – Christophe Blanchet** - auteur du projet de loi pour « la modernisation du cadre de la lutte anti-contrefaçon en France », la **Directrice générale de la Douane - Isabelle Braun-Lemaire**, le **Contrôleur général et Chef de la sous-direction de lutte contre la criminalité organisée (SDLCO) - Frédéric Malon**, le **Général de Gendarmerie - Frédéric Boudier**, ainsi que **François – Xavier de Beaufort - Directeur de l'action économique de l'INPI**.

Leur engagement sans faille est une nécessité absolue pour protéger les consommateurs.

Le **Groupement Global Anti-Contrefaçon (GACG)** dont l'Unifab assure la Vice-Présidence, procédera à la **remise des trophées (GAC Awards)** récompensant les plus **belles actions de la lutte anti-contrefaçon dans 5 catégories distinctes**.

« Cette loi, au lendemain de son passage au Sénat, pose la question de la responsabilité de toutes les parties prenantes. Influenceurs, agents, annonceurs et plateformes doivent s'engager à respecter des règles élémentaires et fondamentales destinées à assurer à la protection de leurs communauté/utilisateurs quel que soit le canal d'achat » déclare Christian Peugeot – Président de l'Unifab.

