

Communiqué de presse 12 juin 2023,

LES CONSOMMATEURS ET LA CONTREFAÇON : VERS UNE EVOLUTION DES MENTALITES ET UNE PRISE DE CONSCIENCE COLLECTIVE ?

L'Union des Fabricants (Unifab), association de promotion et de défense du droit de la propriété intellectuelle – qui regroupe plus de 200 entreprises et fédération professionnelles, **se réjouit de la publication par l'EU IPO, d'un rapport sur la perception des consommateurs à propos de la contrefaçon.**

Cette étude, réalisée partout en Europe, sur un échantillon représentatif de 25 824 répondants, âgés de 15 ans et plus, révèle que :

- **80%** déclarent savoir que les produits de contrefaçon soutiennent les organisations criminelles et nuisent aux entreprises et aux emplois,
- **2 consommateurs sur 3** considèrent les produits de contrefaçon comme une menace pour la santé, la sécurité et l'environnement,
- **Un tiers** estime l'achat d'une contrefaçon justifié lorsque le prix du produit de l'authentique est trop élevé. Cette proportion atteint **50 % pour les jeunes (15-24 ans) !**
- **39%** se sont déjà demandé si le produit convoité était authentique, cette proportion atteint **52% chez les 15-24 ans.**

En France plus particulièrement, il apparaît que 32% des consommateurs interrogés n'étaient pas certains de l'authenticité d'un produit au moment de l'achat, alors que 11 % ont déclaré avoir acheté intentionnellement de faux articles.

A la veille de manifestations sportives importantes, la piraterie audiovisuelle sévit. En effet, 65% des européens déclarent acceptable de pirater un contenu, 14% avouent avoir eu recours à une solution de streaming illégale au cours des 12 derniers mois. **En France, 17 % admettent accéder illégalement à des contenus, en particulier sportifs, contre 34% qui utilisent une offre légale.**

Ces chiffres éloquentes viennent s'inscrire dans la droite ligne des diverses actions menées pour lutter contre la contrefaçon sur le territoire, en Europe et à l'international.

Des initiatives de sensibilisation, comme la campagne annuelle de l'Unifab dédiée aux consommateurs, qui allie street marketing et digital, viennent attester de la nécessité d'informer les citoyens des conséquences dramatiques de ce trafic illicite sur la santé, la sécurité, l'économie et l'environnement.

« Les résultats de cette étude indiquent que la population doit être mieux informée et sensibilisée ! Les outils développés pour y parvenir ne sont pas suffisants pour endiguer la demande et réussir à tarir l'offre de contrefaçon au niveau mondial. En France, en 2022, la campagne de sensibilisation de l'Unifab a pourtant permis de toucher plus de 49 millions de personnes directement et indirectement. Cette opération doit être reprise dans tous les Etats membres de l'UE pour augmenter significativement la prise de conscience des consommateurs qui rappellent le sont 37% à avoir acheté une contrefaçon pensant le produit authentique »
déclare Delphine Sarfati-Sobreira, Directrice générale de l'Unifab.

**EUROPEAN CITIZENS AND INTELLECTUAL PROPERTY:
PERCEPTION, AWARENESS, AND BEHAVIOUR - 2023**



LIEN