

Communiqué de presse 3 juillet 2023,

## DANGER POUR LA SANTE, LA SECURITE, L'ECONOMIE : **LA CONTREFAÇON C'EST BIDON !**

**L'Union des Fabricants (Unifab)**, association française de promotion et de défense du droit de la propriété intellectuelle qui regroupe 200 entreprises et fédérations professionnelles issues de tous les secteurs d'activité, **appelle les consommateurs à être responsables, et vigilants, en achetant des produits authentiques, pour éviter les mauvaises surprises et les dangers que les contrefaçons engendrent. Cette campagne de sensibilisation, destinée à alerter le grand public des effets et conséquences environnementales, sociales, sanitaires, et économiques de la contrefaçon, est lancée aujourd'hui à Cannes.**

« **LA CONTREFAÇON C'EST BIDON** » est le message porté par les ambassadeurs de l'Unifab du **3 juillet jusqu'au 20 août** sur les plages et les marchés du sud de la France notamment à Cannes, Nice, Saint-Tropez, Ramatuelle, Pampelonne, Antibes, Juan-les-Pins, Cassis, Bandol, Marseille, Aix-en-Provence, Biarritz, Saint-Jean-de-Luz...

A cette occasion, Christian Peugeot, Président de l'Union des Fabricants (UNIFAB), David Lisnard, Maire de Cannes et Président de l'Association des Maires de France (AMF), Christophe Blanchet, Député du Calvados et Président du Comité National Anti-Contrefaçon (CNAC), Guillaume Vanderheyden, Sous-directeur du commerce international de la Douane française, le Général Arnaud Browaëys, Commandant de Gendarmerie de Provence-Alpes-Côte d'azur et Pascal Faure, Directeur général de l'INPI, participeront à la **destruction de produits contrefaisants saisis par la Douane sur le parvis de l'Hôtel de ville, afin de démontrer la diversité des produits concernés.**

**Fléau mondial, la contrefaçon, produite à des milliers de kilomètres, est à l'origine de pollutions considérables, avec le déversement de produits toxiques dans la nature, et d'un bilan carbone déplorable. Elle est fréquemment proposée en ligne ou sur les marchés de manière anodine, et entre ainsi dans l'intimité des consommateurs de manière insidieuse, depuis de nombreuses années impactant leur santé et leur sécurité.**

Quelques chiffres :

- En France, **37% des consommateurs** se sont déjà fait duper en achetant un produit qu'ils pensaient authentique (**43% des 15-24 ans**) selon un sondage Ifop.
- **32% des consommateurs** se sont interrogés sur l'authenticité d'un produit au moment de l'achat, et **11 % d'entre eux déclarent avoir acheté intentionnellement de faux articles**, selon une étude de l'EUIPO.

L'objectif de cette campagne est donc d'informer la population pour qu'elle soit plus prudente lors de ses achats, en ligne et hors ligne, et évite de se faire tromper par des offres de faux produits à la place de produits authentiques.

Le dispositif :

- La page **contrefaçon.fr**, spécialement dédiée à l'information des consommateurs, leur donnera ainsi toutes les clés pour comprendre en quoi consommer authentique est responsable.
- Une vaste campagne de 10 visuels, destinés à mettre en lumière la diversité des secteurs touchés, en partenariat avec **JCDECAUX**, sera affichée sur plus de 300 emplacements publicitaires urbains, et dans les principaux postes douaniers du territoire, notamment dans les aéroports.
- Une importante présence digitale est déployée simultanément via des partenariats avec **Ebay, Facebook, Instagram, Snapchat et Google**, pour sensibiliser plus largement les consommateurs.
- Plus de 150 000 flyers et goodies seront distribués aux estivants jusqu'à la fin du mois d'août, afin d'expliquer aux consommateurs en quoi l'achat de produits contrefaisants est nuisible et dangereux.
- La promotion sur les réseaux sociaux sera complétée par la communication effectuée **May Berthelot, créatrice de contenu online**, qui relatera cette campagne auprès de sa communauté.

Cette campagne pour lutter contre la prolifération des faux produits, dont ils sont **11.53 millions à avoir été interceptés par la douane en 2023**, organisée avec le **CNAC, l'INPI, la DOUANE et la GENDARMERIE**, est l'occasion de souligner l'importance de la coopération entre les différents services administratifs et répressifs pour lutter plus efficacement.

L'engagement de la **Mairie de Cannes**, à travers l'impulsion de son Maire, M. David Lisnard, démontre, depuis bien des années maintenant, le statut précurseur et la volonté de la ville de s'investir dans la lutte contre la contrefaçon en faveur de la protection des consommateurs et dans la promotion de la propriété intellectuelle, un droit qui défend la création et l'innovation moteur économique et culturel indéniable.

LES VISUELS



En partenariat avec



Avec le soutien de



union des fabricants **unifab**



# LA CONTREFAÇON C'EST BIDON

En partenariat avec



Avec le soutien de

