

**Danger pour la santé, la sécurité, l'environnement et l'économie :  
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 vigilants, lors de leurs achats, 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, a pour objectif la protection des consommateurs.

« **LA CONTREFAÇON, C'EST BIDON** », est le message porté par les ambassadeurs de l'Unifab entre les mois de juillet et août 2024 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, etc.

**Douane, Police, Gendarmerie, CNAC, INPI et élus locaux sont les témoins du coup d'envoi, donné depuis la Mairie de Cannes le jeudi 11 juillet à 11h30 à travers une conférence de presse.** Celle-ci s'achèvera par la visite d'une exposition de produits contrefaisants et leur destruction, organisée par la Douane, sur le parvis de l'Hôtel de Ville.

Véritable 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. **Elle surfe sur des tendances** et les contrefacteurs redoublent d'efforts pour arnaquer les consommateurs en inventant des mots **comme le « Dupe »** qui n'est rien d'autre qu'un produit de contrefaçon déguisé en synonyme de bonne affaire, qui n'en est pas une, et viole les droits de propriété intellectuelle. Quelques chiffres :

- en France, **34%** des consommateurs se sont déjà fait duper en achetant un produit qu'ils pensaient authentique (**37%** des 15-18 ans) selon un **sondage Ifop** mené avec l'INPI en 2023 ;
- **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 ;
- entre **2022 et 2023**, un échantillon de 25 entreprises, représentatif de tous les secteurs d'activité, a fait délister **42.5 millions d'annonces illicites** sur les plateformes, réseaux sociaux et marketplaces.

Contact Presse :

Régis Messali – Directeur général adjoint  
01 56 26 14 07 / 06 16 89 00 81 – [rmessali@unifab.com](mailto:rmessali@unifab.com)

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. Cette campagne intervient à une période propice durant laquelle, **les manifestations sportives s'organisent sur le territoire et engendrent une augmentation significative du tourisme, et de fait, des faux produits proposés aux consommateurs.**



Le dispositif :

- **la page contrefaçon.fr**, spécialement dédiée à l'information des consommateurs, donne ainsi toutes les clés pour comprendre en quoi consommer authentique est responsable ;
- une vaste campagne de 11 visuels, destinés à mettre en lumière la diversité des secteurs touchés, en partenariat avec JCDECAUX, est affichée sur **plus de 300 emplacements publicitaires urbains**, et dans les principaux postes douaniers du territoire, notamment dans les aéroports, ainsi que plus de 3000 Gendarmeries et Commissariats ;
- 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** sont 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.

Organisée avec le **CNAC, l'INPI, la Douane, la Police et la Gendarmerie**, cette campagne de lutte contre la prolifération des faux produits est l'occasion de souligner l'importance

Contact Presse :

Régis Messali – Directeur général adjoint  
01 56 26 14 07 / 06 16 89 00 81 – rmessali@unifab.com

de la coopération entre les différents services administratifs et répressifs pour lutter plus efficacement. **En 2023, 20.48 millions de produits contrefaisants ont été interceptés par la Douane.** 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. Cette démarche répond à plusieurs enjeux : la protection des consommateurs et la défense du droit de la propriété intellectuelle.



## LA CONTREFAÇON C'EST BIDON



[Télécharger le flyer](#)

[Télécharger le visuel global](#)



Contact Presse :

Régis Messali – Directeur général adjoint  
01 56 26 14 07 / 06 16 89 00 81 – rmessali@unifab.com