

Ne jouez pas avec le feu !

L'Unifab dévoile sa campagne de sensibilisation pour alerter des risques liés à la contrefaçon de cigarettes

L'Union des Fabricants (Unifab) – association de défense et de promotion de la propriété intellectuelle – annonce le lancement d'une vaste campagne d'information visant à informer les consommateurs des risques liés au commerce illicite de cigarettes de contrefaçon. Lancée ce mardi 17 septembre et prévue pour durer un mois, elle concerne en priorité les territoires les plus touchés par ce trafic de fausses cigarettes.

Engagée depuis plus de 150 ans dans la lutte contre la contrefaçon sous toutes ses formes et pour tous types de produits. L'Unifab, a d'ailleurs parcouru durant les mois de juillet et août les plages et marchés du sud de la France sous l'égide du slogan « la contrefaçon c'est bidon » avec l'objectif de traiter le sujet dans les tous les secteurs d'activités sauf celui du tabac.

[Accéder à la campagne "la contrefaçon c'est bidon"](#)

L'Unifab lance ce jour, une campagne de sensibilisation spécifique liés au trafic de cigarettes contrefaisantes - dont les français sont les plus gros consommateurs au sein de l'Union européenne. Un secteur dans lequel, la contrefaçon représente une manne financière conséquente pour la criminalité organisée, coûtant chaque année environ 2 milliards d'euros à l'Etat^[1] tandis que les ventes en réseau de buralistes sont passées de 40,9 milliards de cigarettes à 29,6 milliards depuis 2018^[2] et que, dans le même temps, la prévalence tabagique (le nombre de fumeurs en France) stagne selon Santé Publique France. Cette consommation présente un véritable enjeu économique, social et sécuritaire, qui nécessite de s'adresser non seulement aux consommateurs concernés mais également au grand public qui ignore souvent l'impact du trafic sur la Société.

Cibler pour mieux sensibiliser

Après deux campagnes régionales, sur l'agglomération lyonnaise en 2021 puis sur l'Île-de-France en 2022, l'Unifab déploie, au niveau national cette fois-ci, un dispositif de grande ampleur mêlant affichage, insertions dans la presse quotidienne régionale ainsi que dans les bulletins municipaux de nombreuses villes en Île-de-France comme

en Province et, bien sûr, les réseaux sociaux, avec des visuels diffusés sur Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok et Google Ads pour toucher les publics concernés.

Une campagne qui se focalise avant tout sur quatre zones géographiques parmi les plus touchées par le commerce de faux produits du tabac et qui représentent à elles seules environ 50% de la consommation de cigarettes de contrefaçon à en juger par l'ensemble des saisies effectuées sur le territoire :

- L'Île-de-France
- Les Hauts de France
- La région Auvergne-Rhône-Alpes
- L'Arc méditerranéen reliant l'Occitanie à la région Paca de Toulouse à Nice en passant par Montpellier, Nîmes, Avignon, Marseille, Toulon

Réalisée par l'agence créative FK, elle se décline en trois visuels explicites ciblant spécifiquement les trois canaux de vente privilégiés par les trafiquants, à savoir les réseaux sociaux, les épiceries de nuit et les points de deal à la sauvette, qui rendent particulièrement facile l'accès à ces contrefaçons vendues autour de 5€ le paquet.



Visuels de la nouvelle campagne se focalisant sur les canaux illicites de distribution (réseaux sociaux, épiceries, points de deal)

“Compte-tenu de l'ampleur prise par la contrefaçon en France ces dernières années et ses répercussions, en particulier sur le développement de filières criminelles ou sur l'activité des buralistes, il est primordial d'alerter avec précision les consommateurs. Trop peu ont conscience des conséquences voire du caractère illégal de leurs gestes, je pense notamment à l'achat dans les commerces de proximité où le consommateur croit – le plus souvent à tort – acheter des cigarettes légales, issues de duty-free par exemple, sans savoir qu'il consomme de faux produits..” explique Delphine Sarfati-Sobreira, Directrice générale de l'Unifab.

Une campagne de sensibilisation rendue d'autant plus nécessaire que le phénomène est souvent minimisé, voire invisibilisé, dans le débat public où la contrefaçon est souvent qualifiée, à tort, de contrebande tandis que la majorité des affaires criminelles jugées concernent des réseaux de contrefaçon.

Autant d'opacités et de paradoxes qui justifient le déploiement d'un tel dispositif et nécessitent une prise de conscience globale, alors que les faits relevant du trafic de fausses cigarettes sont moins sanctionnés pénalement que le trafic de stupéfiants (3 ans de prison contre 10).

À propos de l'Unifab : Créée en 1872, l'Union des Fabricants (Unifab) est une association dédiée à la protection des droits de propriété intellectuelle et à la lutte contre la contrefaçon. Elle regroupe plus de 200 entreprises issues de tous les secteurs d'activité et œuvre pour sensibiliser le public et les autorités aux dangers de la contrefaçon. Plus d'informations, visitez lacontrefaconsansfiltre.info.

lacontrefaconsansfiltre.info

^[1] Bilan 2023 de la lutte contre les fraudes fiscales.

^[2] Chiffres de la DGDDI

CONTACT PRESSE :

Régis Messali - Directeur général adjoint
en charge de la communication et du développement
01 56 26 14 07 / 06 16 89 00 81 - rmessali@unifab.com