

# Le marché gris



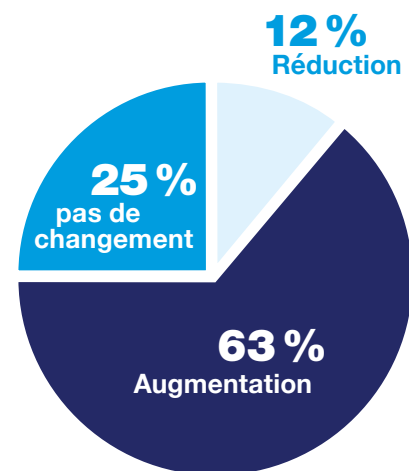
Risques et contre-mesures

# Le marché gris en bref

Avec la mondialisation croissante, la disponibilité des produits dans le monde entier ne cesse d'augmenter. Mais en même temps, le risque d'abus augmente, **les commerçants profitant par exemple des différences de prix sur les différents marchés par des importations parallèles ou des réimportations.**

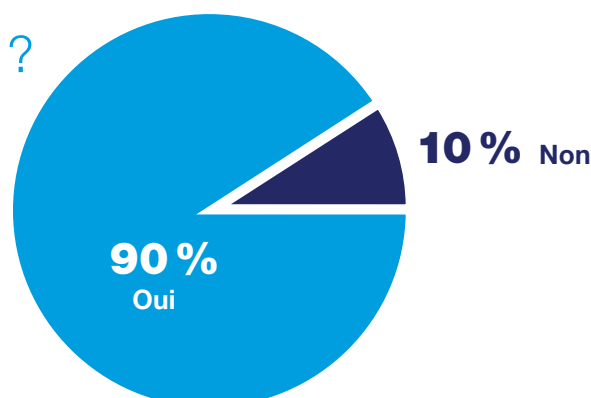
Dans le monde entier, des produits technologiques d'une valeur d'environ 60 milliards de dollars<sup>1</sup> sont vendus chaque année par des canaux non autorisés. Selon une étude de KPMG, plus de 60 % des entreprises interrogées constatent une augmentation des activités du marché gris au cours des dernières années et 90 % ont déjà découvert leurs propres produits sur le marché gris qui y ont été vendus sans leur accord.

Contrairement aux contrefaçons, c'est-à-dire à l'imitation trompeuse de produits de marque, le marché gris propose des produits authentiques qui sont certes produits par le fabricant d'origine, mais qui sont ensuite détournés de manière illégale et vendus à son insu.



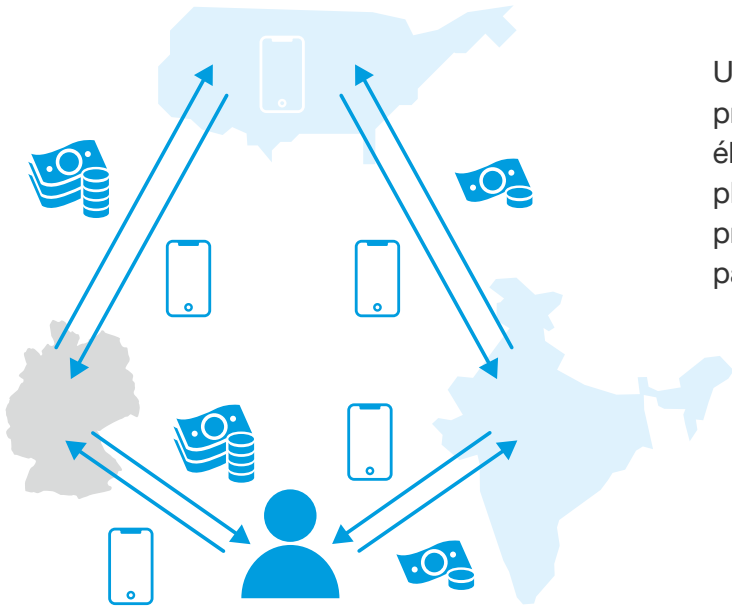
AVEZ-VOUS  
CONSTATÉ UN  
**CHANGEMENT**  
**DANS L'ACTIVITÉ DU**  
**MARCHÉ GRIS**  
DEPUIS 2008 ?

AVEZ-VOUS CONSTATÉ DES  
CAS DE DISPONIBILITÉ DE  
PRODUITS EN **DEHORS**  
**DU CANAL**  
**AUTORISÉ** ?



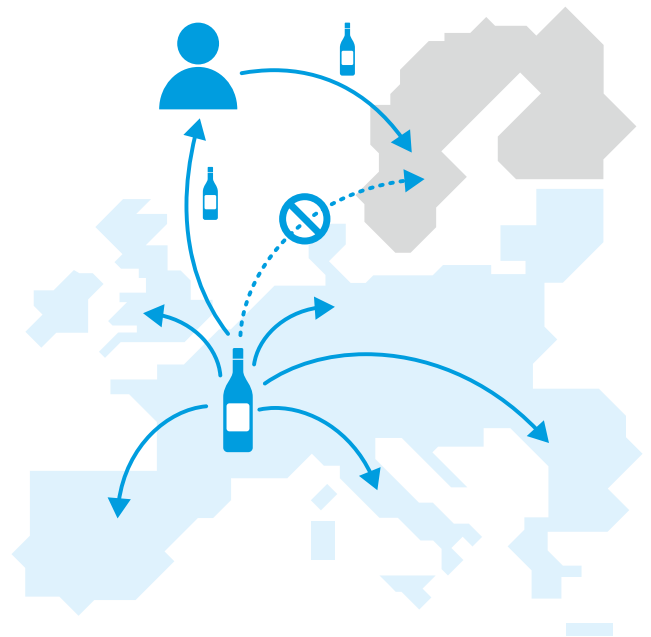
<sup>1</sup><https://www.financierworldwide.com/how-manufacturers-can-combat-the-grey-market#.YSdFDd9CSUK>

## Exemples de marchés gris



Un commerçant d'un pays à bas prix achète un produit à bas coût, le vend dans un pays à prix élevé et réalise ainsi une marge commerciale plus importante. Celle-ci est perdue pour le producteur réel – de plus, le niveau de prix du pays à prix élevé est cassé.

Un produit n'est pas disponible dans un pays pour des raisons stratégiques. Le commerçant du marché gris achète ce produit dans le pays de production et le vend à l'étranger sans autorisation – et sans être lié à des prescriptions de prix.



Dans le pays de destination, un produit n'est plus disponible en raison d'une forte demande. Le commerçant du marché gris achète le produit – souvent en grande quantité – dans d'autres pays et le vend, généralement à des prix beaucoup plus élevés, dans le pays cible.



# Une approche réussie du marché gris dans la pratique



Le fabricant de cigarettes Philip Morris a pu mettre fin à l'importation illicite de cigarettes Marlboro et d'autres marques via le marché gris, car les paquets de cigarettes ne portaient pas d'avertissement dans la langue du pays et n'étaient donc pas conformes à la législation du marché local.<sup>2</sup>

Kanebo, un fabricant de produits cosmétiques de luxe, s'est défendu avec succès contre la vente de ses produits dans les chaînes de magasins allemandes via l'importation grise. La critique portait surtout sur le placement à côté de produits de masse quotidiens, qui n'avaient justement pas la même valeur que leur propre présentation.<sup>3</sup>



Red Bull a également été confronté à des importations grises non autorisées sur les marchés étrangers. Le fabricant de boissons gazeuses a surtout critiqué le fait que les formulations et les ingrédients de la boisson diffèrent d'un pays à l'autre et que celle-ci ne peut donc pas être commercialisée de manière universelle.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup><https://businesslawtoday.org/2019/07/combating-gray-market-goods-using-itc-solve-gray-market/>

<sup>3</sup><https://www.fieldfisher.com/en/services/intellectual-property/intellectual-property-blog/new-dynamics-in-germany-in-dealing-with-grey-market-luxury-goods>



# Les risques du marché gris

Le commerce non autorisé de produits sur le marché gris est un problème sérieux pour de nombreuses entreprises, **qui risquent à la fois de perdre des revenus et de voir leur réputation durablement entachée.**

Outre les pertes de chiffre d'affaires significatives que les entreprises doivent subir en raison des ventes sur le marché gris ou des contre-mesures coûteuses, il existe de nombreux autres effets secondaires que le marché gris entraîne.



## Inconvénients pour : **les OEM (Original Equipment Manufacturers)**

- Pour de nombreux produits, le service à la clientèle est une source de revenus importante, ce qui n'est souvent pas le cas pour les produits du marché gris ou est lié à des difficultés.
- L'insatisfaction des clients finaux causée par un produit acheté sur le marché gris retombe néanmoins entièrement sur l'entreprise.

## Inconvénients pour : **les distributeurs agréés**

- Les prix éventuellement plus avantageux lors de la vente par des revendeurs du marché gris relèguent les revendeurs autorisés au second plan.
- Dommages à l'image également pour les distributeurs agréés, dont la réputation est entachée par les revendeurs du marché gris non répertoriés.



## Inconvénients pour : **les consommateurs finaux**

- L'absence d'instructions ou de descriptions en langue étrangère est source de frustration lors de la mise en service ou de l'utilisation du produit.
- Il n'est pas possible de faire valoir des droits de garantie ou d'assurance, car les produits du marché gris ne les contiennent pas.



# Des défis particuliers pour les OEM

Les OEM doivent particulièrement lutter contre les effets du marché gris, par exemple en raison du dumping des prix et des rabais inappropriés accordés par les distributeurs du marché gris. Ou encore par des dépenses supplémentaires en matière de service aux clients finaux, dues à des problèmes de manipulation des produits ou à l'absence de couverture de garantie.

L'augmentation des activités du marché gris au cours des dernières années pose des défis majeurs à un nombre croissant d'équipementiers et a donné lieu à de nombreuses procédures juridiques visant les reventes illicites. En outre, de plus en plus d'entreprises mettent en place une surveillance efficace et d'autres mesures visant à lutter contre le commerce sur le marché gris.



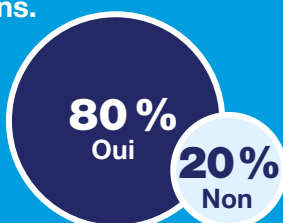
L'entreprise utilise un accord de distribution qui contient une clause sur le marché gris visant à empêcher les ventes sur ce marché.



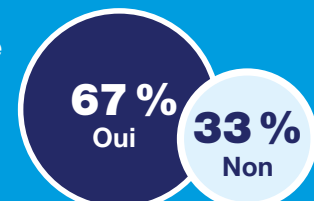
L'entreprise propose des programmes de formation pour informer sur le marché gris.



L'entreprise utilise le monitoring pour surveiller le marché gris et les éventuelles contrefaçons.



L'entreprise a déjà pris des mesures juridiques pour mettre un terme aux activités du marché gris.



# Mesures de lutte contre les activités de marché gris

Que peuvent faire les OEM pour réduire, voire empêcher, les activités de marché gris ? Nous avons résumé pour vous les principales mesures à prendre - et vous montrons comment nous pouvons vous aider.

## 1. Prendre ses responsabilités

Créez un poste au sein de votre entreprise, par exemple au sein du Brand Protection Department, qui coordonne vos mesures et activités. Celles-ci vont de la communication interne et externe à l'élaboration de directives pour les distributeurs, en passant par la formation des collaborateurs et des partenaires, qui contribuent à sanctionner les infractions et à créer des incitations à rester à l'écart du marché gris.

## 2. Utiliser une solution de marquage non copiable

Pour protéger durablement vos produits et les rendre traçables à tout moment, il est recommandé d'utiliser une solution de marquage qui ne peut pas être copiée. Pour cela, les critères suivants sont importants et nous les garantissons avec nos produits :

- ✓ La technologie de sécurité utilisée n'est pas librement disponible sur le marché.
- ✓ Chaque marqueur de sécurité est unique et peut être authentifié de manière univoque à tout moment.
- ✓ La solution combine des caractéristiques de sécurité ouvertes et cachées.
- ✓ La caractéristique de sécurité est protégée contre la manipulation et l'enlèvement.



# 3

## Utiliser un monitoring constant

### NOTRE SERVICE DE MARCHÉ GRIS AVEC **INTELLIGENT TRACK & TRACE** ÉCONOMIQUE DÉTECTE IMMÉDIATEMENT L'APPARITION D'UN PRODUIT DANS UNE RÉGION OÙ IL N'A PAS SA PLACE.

Pour ce faire, il vous suffit de définir, via notre plateforme numérique, les régions dans lesquelles vous livrez et les distributeurs responsables de chaque zone. Chacune de nos étiquettes contient des informations sur l'endroit où elle doit être livrée par le distributeur, et ces informations sont comparées aux données géographiques du client final lors du scan final du produit, que nous incitons à effectuer par le biais d'incitations. Si quelque chose ne correspond pas, vous en serez immédiatement informé.



# 4

## Sensibiliser au sujet

Les activités sur le marché gris ne doivent pas être prises à la légère, car elles peuvent nuire considérablement à votre entreprise, tant sur le plan financier que sur celui de votre réputation. Il est donc d'autant plus important d'informer et de sensibiliser vos collaborateurs et vos partenaires à ce sujet. Ensemble, vous devez vous assurer que vos produits parviennent au consommateur final de manière légale et dans leur état d'origine.



## 5. Éduquer les clients finaux

POUR GARANTIR L'EFFICACITÉ DU MONITORING, **L'AIDE DES CLIENTS FINAUX** EST INDISPENSABLE.



Des incitations telles que des rabais ou des jeux-concours permettent d'augmenter considérablement la disponibilité des clients finaux pour le scan. Mais il est également important de mettre en évidence les dangers du marché gris et de communiquer les nombreux autres avantages que l'utilisateur final obtient en achetant un produit original via un canal de distribution régulier. Étant donné que les caractéristiques de nos solutions de sécurité ne peuvent pas être copiées, elles deviennent rapidement une partie intégrante d'un produit ou d'un suremballage qui manquerait au consommateur si elles devaient être retirées. Parallèlement, une communication transparente sur le suivi des produits décourage les éventuels revendeurs du marché gris.

**Notre offre :** Nous nous chargeons également de la conception de la communication destinée aux consommateurs finaux et de la communication aux distributeurs, revendeurs, etc. Nous vous ferons volontiers une offre adaptée !

## 6. Motiver la coopération

Outre la surveillance et l'examen continus des canaux de distribution, il est intéressant d'impliquer les distributeurs, les revendeurs et d'autres partenaires afin d'identifier les points faibles. Là encore, il est possible de recourir à l'incitation pour motiver tous les participants à collaborer. Et là aussi, nous avons les solutions adaptées à vos besoins.

# SCRIBOS

SCRIBOS GmbH permet aux propriétaires de marques du monde entier de gagner la bataille contre la contrefaçon en établissant la norme en matière de solutions de protection des marques.

Depuis la découverte en 1998 que les rubans adhésifs pouvaient être utilisés comme support de données et notre création en 2001, nous sommes devenus un fournisseur de solutions de premier plan pour le marquage de produits et les applications numériques.

Nous développons et fabriquons des marquages de produits innovants et hautement sécurisés et les combinons avec des outils numériques de pointe. Il en résulte des solutions efficaces de protection des marques qui permettent aux propriétaires de marques du monde entier de lutter contre la contrefaçon, le commerce du marché gris et la surproduction non autorisée. En outre, elles ouvrent de nouvelles voies pour le suivi et la traçabilité, les multiples interactions avec les clients et les analyses de marché.

Notre entreprise a plus de 20 ans d'expérience dans le domaine de la protection des marques et travaille avec plus de 500 grandes marques dans le monde entier, dont Stellantis, Bosch, Castel et Chloé.

En tant que filiale à 100 % du groupe KURZ, nous bénéficions de la vaste expérience et de la présence mondiale de notre société mère sur le marché international des applications de sécurité.



“

Nous avons toujours **une longueur d'avance** sur les contrefacteurs en **développant constamment** notre gamme de produits, portefeuille basé sur vos besoins, **les besoins de nos clients.**

Sebastian Praefcke | Directeur général

---

Auteur : Sabine Carrell, responsable de la communication internationale chez SCRIBOS

SCRIBOS GmbH  
Sickingenstraße 65 | 69126 Heidelberg, Allemagne  
Tél.: +49 6221 33507-17 | Fax: +49 6221 33507-18  
hello@scribos.com | scribos.com

VOUS AVEZ DES **QUESTIONS**  
**SUR LE THÈME DU**  
**MARCHÉ GRIS** OU VOUS AVEZ  
BESOIN **D'AIDE POUR**  
**PRENDRE DES MESURES**  
CONTRE LES ACTIVITÉS DU MARCHÉ GRIS ?

Alors contactez-nous !

**hello@scribos.com**