

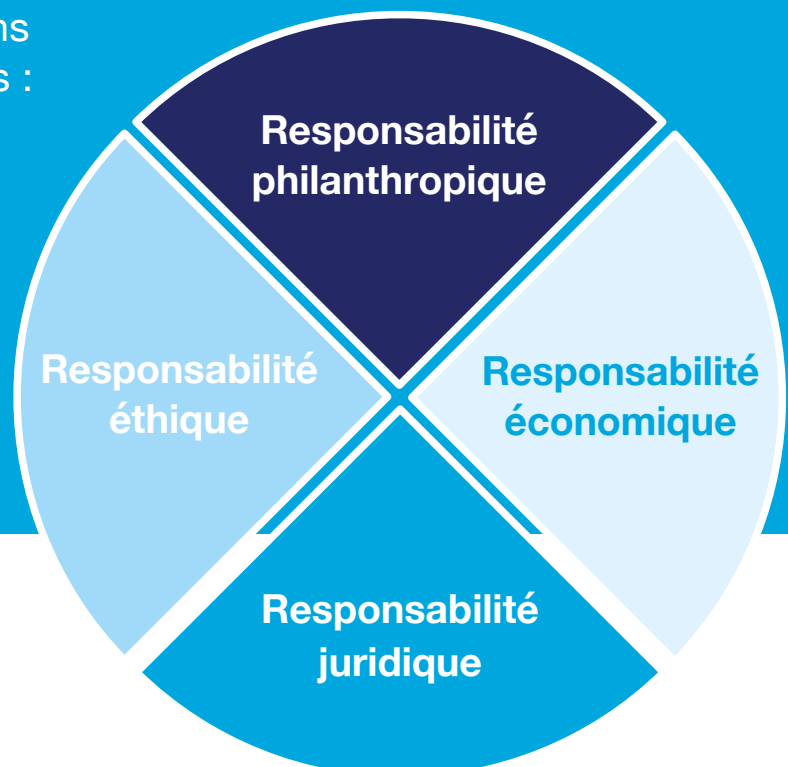


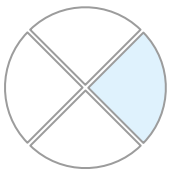
La menace invisible : pourquoi les entreprises doivent-elles lutter contre la contrefaçon ?



Pourquoi la lutte contre la contrefaçon et le piratage sont-ils depuis longtemps un thème de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) ?

Tout le monde connaît aujourd'hui les **contrefaçons de marques et de produits**. Les représentants de l'économie et les consommateurs sont également souvent conscients des énormes dommages causés aux entreprises par les plagiat et les imitations illégales. Toutefois, **les conséquences négatives massives pour l'homme, l'environnement et la société** sont encore souvent ignorées. C'est pourtant ce qui fait de la lutte contre les agissements illégaux des pirates **un thème central de la responsabilité sociale des entreprises (RSE)** dans l'économie. Et ce, dans toutes ses dimensions : **de la responsabilité économique et juridique à la responsabilité éthique et philanthropique.**





Responsabilité économique

Protection contre la contrefaçon signifie protection de l'économie

Les entreprises ont une responsabilité économique. Une contribution qui est systématiquement sapée par les contrefacteurs. Rien que pour les entreprises européennes, les pertes de chiffre d'affaires dues à la contrefaçon sont estimées à environ 83 milliards d'euros - et ce, année après année. Les pertes fiscales sont donc massives - et ces fonds manquent finalement à la collectivité. En outre, on estime qu'environ 671 000 emplois sont perdus.¹ Cela se répercute directement sur de nombreux membres de la société.

LES ENTREPRISES
EUROPÉENNES
PERDENT
**83 MILLIARDS
D'EUROS** DE
CHIFFRE D'AFFAIRES
PAR AN À CAUSE DU
PLAGIAT

La lutte contre le piratage combat les activités illégales

Les entreprises ont une responsabilité juridique ainsi qu'une fonction de modèle social. C'est pourquoi une protection efficace de la marque et la défense contre les contrefaçons et les plagiat devraient souvent aller de soi - ces derniers sont en effet illégaux et peuvent enfreindre de multiples façons les dispositions légales. Des normes légales ignorées en matière d'emploi, de production et de distribution aux exigences de protection de l'environnement et de sécurité négligées. Les contrefaçons et les plagiat peuvent ainsi exposer le consommateur individuel à des risques tangibles, par exemple lorsqu'un chargeur contrefait explose à son domicile.² Et qui se soucie du fait que la contrefaçon de lunettes de soleil, de sac à main ou de montre de luxe achetée pendant les vacances pourrait être liée à d'autres délits graves tels que le trafic de drogue, la détention illégale d'armes ou la traite d'êtres humains ?³ Le marécage illégal s'étend même parfois jusqu'aux réseaux terroristes organisés et actifs au niveau international.⁴



Responsabilité légale

LES PLAGIATS PEUVENT
ÊTRE LIÉS À D'AUTRES
FORMES GRAVES DE
CRIMINALITÉ,

Y COMPRIS **LE TRAFIC DE DROGUE,
LA POSSESSION D'ARMES,
LE TRAFIC D'ÊTRES HUMAINS
ET LE TERRORISME.**



²Macwelt, Apple fait supprimer un million de produits contrefaits sur Facebook et Instagram, 2021

³EUIPO/Europol, La criminalité liée à la PI et ses liens avec d'autres crimes graves, 2020

⁴L'UNIFAB, Contrefaçon et terrorisme, 2016



L'anti piratage met fin au manque d'éthique



Responsabilité éthique

Les entreprises ont une responsabilité éthique. Il n'est donc pas surprenant que la protection de la marque puisse également signifier une action contre des violations concrètes du droit. Par exemple, en 2020, les autorités espagnoles - donc au cœur de l'Europe - ont pu libérer de nombreux travailleurs qui étaient retenus dans une usine souterraine et qui devaient produire des contrefaçons dans des conditions inacceptables.⁵ Mais des cas moins extrêmes de mauvaises conditions de travail peuvent également être évités : par exemple, lorsque les travailleurs ne sont pas retenus par la force, mais qu'ils sont exposés à des risques en raison de l'absence de normes de sécurité et d'une protection insuffisante du travail. Cela peut même aller jusqu'à la mort, comme le montre l'incendie dévastateur d'un site de production illégal en Espagne.⁶

⁵EUIPO/EUROPOL, La criminalité liée à la propriété intellectuelle et ses liens avec d'autres crimes graves, 2020

⁶Guardia Civil, La Guardia Civil desmantela una organización delictiva dedicada a la falsificación y contrabando de tabaco, 2019



**Responsabilité
philanthropique**

Le non a la contrefaçon developpe un consensus social

Les entreprises vont de l'avant. Non seulement en tant que moteur d'innovation technique ou économique, mais aussi souvent en tant que moteur d'innovation humaine, durable ou même humanitaire. Aujourd'hui, la lutte contre la contrefaçon et le piratage en fait également partie. Les actions contre les médicaments contrefaits ou les pièces de voiture contrefaites ont montré comment des vies humaines peuvent être concrètement protégées, par exemple lorsque des médicaments contenant des substances nocives ou inefficaces peuvent être retirés de la circulation. L'Organisation mondiale de la santé estime ainsi que plus d'un quart de million d'enfants meurent chaque année à cause de médicaments contrefaits, rien que de pneumonie et de paludisme.^{7,8} Des effets potentiellement dévastateurs sur l'homme et l'environnement ont également pu être évités, par exemple, grâce à des actions spectaculaires et réussies contre le commerce de pesticides illégaux contenant des substances interdites et parfois toxiques - qui auraient pu être utilisées pour traiter une surface plus grande que l'ensemble de la surface agricole utile en Allemagne rien qu'en 2020.⁹

SELON L'OMS,
**PLUS DE
250 000
ENFANTS**
MEURENT CHAQUE
ANNÉE À CAUSE
DE MÉDICAMENTS
CONTREFAITS.

En résumé, la protection des marques et la lutte contre la contrefaçon ne sont pas une fin en soi pour les entreprises. Elles sont plutôt des parties essentielles de la responsabilité sociale d'une entreprise durable. Répondre à ces exigences permet d'avoir un impact positif à l'échelle de la société. Il est impératif d'adresser ce sujet entre collaborateurs, auprès des consommateurs et du grand public afin de favoriser une prise de conscience des risques liés à la contrefaçon.

⁷L'OCDE, Commerce de produits pharmaceutiques de contrefaçon, 2020

⁸Conseil anti-contrefaçon dans l'automobile, La vente en ligne de pièces automobiles contrefaites, 2020

⁹Europol, Un nombre record de 1 346 tonnes de pesticides illégaux retirées du marché en 2020 opération globale Silver Axe, 2020

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.



“

La contrefaçon ne porte pas seulement préjudice aux entreprises concernées, elle représente également un danger pour la santé et la vie de leurs clients. De plus, elle cause d'énormes dommages économiques, est souvent liée à la criminalité organisée et constitue donc une attaque contre notre cohésion sociale. Chaque entreprise a la responsabilité de protéger ses marques contre les abus.

Dr. Tobias Kresse | Directeur général

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