



LIGNE DIRECTRICE

Protection des marques en sept étapes

PROTECTION DES MARQUES EN SEPT ÉTAPES

Une check-list pour l'implémentation de concepts de sécurité

Un grand nombre de fabricants de marques pensent que la recherche et le développement d'un concept de sécurité efficace prennent énormément de temps et que son implémentation est onéreuse. Pourtant, quelques mesures suffisent à assurer une protection des marques et de produit efficace. Grâce à notre savoir-faire, tiré de presque 20 ans d'expérience dans la lutte contre les contrefacteurs, nous éliminons avec vous les contrefaçons du marché.

Étape 1

Identification du problème

L'idéal est de protéger vos produits des contrefacteurs, de manière préventive. Souvent, les fabricants de marques réalisent le problème que pose la contrefaçon seulement lorsque des imitations se retrouvent sur le marché. Il s'agit alors de mesurer l'ampleur des dégâts. Les entreprises peuvent contrôler leur marché par le biais des commerciaux et des filiales de vente, en effectuant des recherches sur les plateformes de vente en ligne telles qu'ebay, wish et alibaba, mais aussi sur les réseaux sociaux et les services de messagerie comme Facebook, Whatsapp, Yupoo et WeChat. Les produits contrefaits peuvent aussi être identifiés lors de retours.

À quels problèmes êtes-vous confrontés ? Y a-t-il des produits contrefaits dans le circuit ? Comment gère-t-on la marchandise issue de marchés parallèles ? Y a-t-il de la manipulation frauduleuse et des vols au sein de la chaîne logistique ? Y a-t-il des fraudes à la garantie ? Il est bien souvent difficile de répondre à ces questions. Mais nous sommes là pour vous accompagner dans cette première phase du projet.



Étape 2

Sélection du fournisseur de solutions

Les critères suivants sont à prendre en compte lors de la sélection d'un fournisseur de solutions de protection des marques :

→ **La technologie de sécurité appliquée n'est pas disponible en libre accès** : le fournisseur l'a développée personnellement et produit les marquages de sécurité avec une technologie unique au monde. Ceci permet d'offrir une haute protection anti-contrefaçon.

Remarque : ceci ne concerne généralement pas les hologrammes qui sont disponibles chez un large panel de fournisseurs différents et qui peuvent aussi être utilisés par les contrefacteurs.

→ **Le dispositif de sécurité sur chaque produit est unique et son authenticité vérifiable** : chaque étiquette de sécurité doit contenir un élément distinctif sous forme d'information individuelle à chaque article. Chaque produit bénéficie ainsi d'une identité unique et traçable.

Remarque : ce n'est pas le cas des simples hologrammes de sécurité qui sont produits en utilisant le même motif dupliqué à l'identique.

→ **Le fournisseur dispose d'une distribution internationale** : celui-ci peut ainsi fournir ses clients en marquages de sécurité sur tous les sites de production avec un conseiller parlant la langue nationale du pays.

→ **Le dispositif de sécurité peut être communiqué à différents groupes cibles** : les consommateurs doivent pouvoir l'identifier et authentifier les produits originaux à l'œil nu ou à l'aide de leur smartphone. Distributeurs, agents des douanes et experts de votre entreprise peuvent identifier d'autres niveaux de sécurité et détails à l'aide d'accessoires simples tels que des loupes ou lecteurs spéciaux.



→ **Le dispositif de sécurité peut être intégré aux étiquettes existantes** : des modifications moindres durant vos processus de production permettent de réduire les délais et les frais. C'est plus particulièrement le cas lorsque les dispositifs de sécurité peuvent être appliqués en technologie Label-on-Label sur des étiquettes existantes ou en impression directe sur l'emballage.

→ **Les dispositifs de sécurité visibles et cachés sont combinés** : ce procédé rend les marquages de sécurité particulièrement infalsifiables.

→ **Le dispositif de sécurité est protégé contre toute tentative de manipulation et de retrait** : il existe un risque que les emballages des produits soient collectés par les contrefacteurs après la première utilisation, pour être réutilisés. Un scellé laissant une trace visible dès la première ouverture permet de prévenir le problème (Tamper Evident - inviolabilité). Les emballages ne sont donc pas réutilisables. C'est particulièrement important pour les fabricants de produits dont les emballages sont éliminés en grande quantité, comme par exemple les bouteilles de vin.

Étape 3

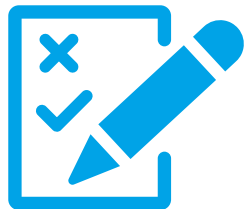
Sélection du produit à protéger

Le fabricant de la marque détermine le produit à protéger. Faut-il apposer le dispositif de sécurité sur une sélection de produits ou sur toute la gamme ? Sécurité et coûts sont à cet égard bien entendu des facteurs importants pour la décision. Mais le marketing doit aussi d'ores et déjà être pris en compte. La marque d'origine peut plus facilement communiquer sur le marché si tous les produits sont protégés à l'aide d'un dispositif de sécurité cohérent.



Étape 4

Définition et création de la solution de sécurité



En nous appuyant sur quelques questions fondamentales, nous définissons avec vous votre concept de sécurité :

→ **Quelle problématique souhaitez-vous contrer ?** Voulez-vous lutter contre les contrefaçons de produits, les marchés parallèles, les fraudes à la garantie et/ou les vols au sein de la chaîne logistique ?

→ **Qui se charge de l'authentification du dispositif de sécurité sur le marché ?** La solution de sécurité s'adresse-t-elle aux consommateurs finaux, aux distributeurs, aux agents des douanes et/ou aux experts ? Le dispositif de sécurité doit-il être dissimulé, afin que seuls des experts puissent procéder à l'authentification ?

→ **L'association avec des standards de marquage existants est-elle souhaitée ?** Le dispositif de sécurité doit-il être combiné à des standards d'identification courants sur le marché ? Le dispositif de sécurité doit-il répondre à des directives de marquage légales, comme celles des réglementations pharmaceutiques en vigueur au sein de l'UE et aux USA ?

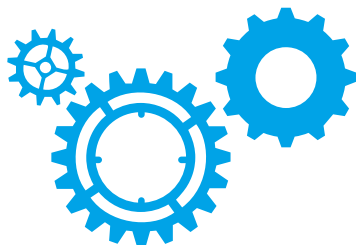
→ **Des échanges avec les clients et/ou un système « track & trace » sont-ils également souhaités ?** L'utilisateur doit-il recevoir des informations détaillées concernant le produit après le contrôle d'authenticité ? Ceci peut p. ex. se faire via l'intégration de QR codes dans l'étiquette de sécurité que l'utilisateur peut scanner avec son smartphone. Doit-on pouvoir tracer le produit via des systèmes « track & trace » ? Faut-il prévoir des outils de CRM (Customer Relationship Management) tels que des programmes de fidélité et des jeux-concours ?

→ **Quel est l'impact souhaité du dispositif de sécurité sur le marché ?** Le dispositif de sécurité doit-il attirer le regard et se distinguer par son design ? Ou préférez-vous une intégration discrète dans le design du produit ?

Sur la base de ces informations, nous élaborons pour vous un concept de protection personnalisé. Il importe aussi que le dispositif de sécurité soit adapté à la surface et au produit à protéger. Nous procédons à des tests d'application pour contrôler la résistance de la solution de sécurité à certaines températures, à l'humidité et aux rayonnements UV au même titre que ses propriétés inviolables.

Étape 5

Implémentation du dispositif de sécurité dans les processus de production existants



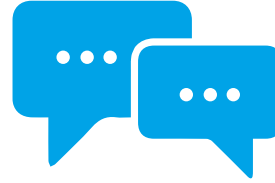
Durant l'implémentation technique de la solution de sécurité dans vos processus de production, nous collaborons étroitement avec vous. Cette phase est particulièrement efficace lorsque le dispositif de sécurité vient compléter une étiquette de produit déjà existante. Ce procédé évite toute étape d'étiquetage supplémentaire.

La phase d'implémentation englobe non seulement les processus de production, mais aussi vos processus logistiques. En option, vos fournisseurs externes peuvent également être approvisionnés, naturellement via un contrôle rigoureux des quantités et des destinataires des dispositifs de sécurité (contingemment).

Étape 6

Lancement sur le marché et communication active du dispositif de sécurité

Une étape décisive est la communication de la solution de sécurité sur le marché. Ce n'est que lorsque tous les acteurs (experts, agents des douanes, distributeurs, et/ou consommateurs) sont informés qu'il est possible de garantir une protection maximale. Lors de l'élaboration de la stratégie de communication, nous vous soutenons par notre expérience et des exemples concrets de meilleures pratiques. Le concept de communication s'oriente vers des facteurs tels que le groupe cible, le type de produit et le secteur. Selon les cas, une page dédiée sur le site Internet du fabricant, des vidéos, des brochures, un poster et/ou l'envoi de mailings et de newsletters sont envisageables.



Étape 7

Validation du concept de sécurité



Après le lancement sur le marché, les mesures de sécurité continues doivent être documentées et évaluées : les processus de production et logistiques fonctionnent-ils parfaitement ? Le retour des groupes cibles concernant le concept de sécurité ou la communication est-il positif ? Faut-il l'optimiser ? Ces phénomènes problématiques (contrefaçons, marchés parallèles, vols, fraudes à la garantie, etc.) sont-ils en recul ?

Nous procédons en collaboration avec vous à des ajustements et mises à jour réguliers (par ex. mises à jour système ou nouvelles générations de dispositifs de sécurité) afin de garantir à tout moment une performance optimale.

Ce bref guide vous a présenté comment mettre en place un concept de protection de votre marque. Des marques internationales issues des secteurs les plus divers, telles que Peugeot, Bosch, Castel, Danone et Chloé, nous font confiance. Nous sommes à votre disposition pour répondre à vos questions sur la protection anti-contrefaçon, sans engagement de votre part. Contactez-nous !

+49 (0)6221-335 07 17 | Fax +49 (0)6221-335 07 18

@ yourproductstalk@tesa-scribos.com

NOUS DONNONS LA PAROLE À VOS PRODUITS

Les nouveaux avantages de la Digitalisation

Depuis sa fondation en 2001, notre entreprise s'est élevée au rang de fournisseur de premier plan de solutions face à la transition digitale qui s'opère au niveau des produits : du premier stockage de données dans des produits tesa® aux technologies de marquage exclusives et outils digitaux.

Pour les marques qui souhaitent façonner la transition digitale, nous connectons vos produits au monde digital. Grâce à un marquage unique et aux outils digitaux, nous assurons la communication et l'échange de données entre vos produits et les consommateurs, ainsi que l'interaction avec les systèmes Track & Trace. Ensemble, nous analysons les besoins de votre entreprise et développons une solution à votre mesure. De l'idée à la mise en œuvre, nous assurons la gestion complète du projet et sommes votre partenaire sur le long terme.

En un mot, NOUS DONNONS LA PAROLE À VOS PRODUITS pour que vous bénéficiiez des avantages de la digitalisation.

En tant que filiale à part entière de tesa®, nous faisons partie de tesa SE, une société du groupe Beiersdorf, dont la vaste expérience en gestion internationale de ses propres marques, telles que Nivea et Eucerin, s'ajoute à l'expertise de tesa® en solutions adhésives en tête du marché, pour fusionner avec les compétences numériques d'avant-garde de tesa scribos®. Forts de cette combinaison remarquable, nous façonnons la digitalisation des produits pour nos clients internationaux issus de tous les secteurs. Sur la base de nos conseils avisés, nous développons, personnalisons et mettons en œuvre des solutions sur mesure - livrées par un seul et même fournisseur. Parmi nos clients figurent des entreprises de premier rang mondial à l'instar de Peugeot, Bosch, Castel, Danone et Chloé.

Auteur : Elena Bose, International Communications Manager
chez tesa scribos

tesa s.a.s.
ZAC Carré Sénart | 2 allée de la Mixité | 77127 Lieusaint, France
Téléphone : +33 9 80 09 04 37 | Fax : +33 1 78 48 20 01
customer-service@tesa-scribos.com
tesa-scribos.com