

Journée mondiale anti-contrefaçon : la France et les Etats-Unis

lancent une campagne de sensibilisation contre le faux

Chaque année la Journée mondiale anti-contrefaçon permet, dans le monde, en Europe, de mobiliser autour de la défense de la propriété intellectuelle, de la lutte contre le faux, du combat contre les délits et crimes associés à la contrefaçon toutes les entreprises, associations, administrations, professions associés et mobilisées autour de cette cause. C'est aussi l'occasion de toucher le grand public et de lancer les campagnes de sensibilisation qui, sur ce thème, vont ponctuer l'été. Pour l'édition française 2009 de cette manifestation, l'Union des Fabricants (Unifab), associée aux douanes et à l'INPI, avec le CNAC, vous invite, le 11 juin prochain, à 15h00, à la Maison du Barreau, lieu symbolique, témoignant de la justice d'une démarche qui a pour but, avant tout, de protéger la santé et la sécurité des plus faibles.

Cette réunion verra le lancement de deux campagnes de sensibilisation à destination des consommateurs. L'une, franco-américaine, en partenariat avec l'International anti-counterfeiting coalition (IACC), « *le vrai prix de la contrefaçon* » vise à responsabiliser chacun sur les liens entre crime organisée et contrefaçons. A la veille des vacances estivales, elle sera affichée dans tous les bureaux de douane et aéroports en France, dans les lieux les plus touristiques de New York en accord avec la municipalité de la métropole américaine. Une seconde campagne, soutenue par l'Union Européenne, étendue à l'Espagne, l'Italie, l'Allemagne, partagée au niveau international (Etats-Unis, Mexique, Canada, Finlande, Royaume-Uni,...) verra son coup d'envoi être donnée. Autour du slogan "*I'm original. I don't buy fakes / Je suis dans le vrai. Je n'achète pas le faux*", elle permettra aux équipes de l'UNIFAB d'aller au devant des vacanciers dans le Var, les Alpes Maritimes, les Bouches du Rhône du 15 juillet au 15 août, pour leur distribuer argumentaires et "goodies" (dont la ligne sera dévoilée) autour des thèmes de la non exploitation des enfants, de la préservation de la planète et de la diversité culturelle qui sont aussi des valeurs que défendent les produits authentiques.

Lors de cette journée le **Groupement Global Anti-Contrefaçon (GACG), association du réseau international de lutte anti-contrefaçon qui regroupent tous les organismes agissant dans ce domaine, remettra les "trophées de l'authentique"** à la meilleure organisation publique pour son engagement contre le faux, la meilleure entreprise pour sa politique de sauvegarde de l'authentique, la meilleure association pour ses nouvelles initiatives et le meilleur média pour l'écho qu'il donné à cette cause en 2008. Les favoris sont la Direction *marché intérieur et services* de la Commission européenne, PriceMinister, Tommy Hilfiger, l'Asociación Nacional para la Defesa de la Marca (Andema), le Canadian Anti-Counterfeiting Network, la Fédération Française des Industries du Sport (FIFAS) et l'ECE Projekt management dont les représentants viendront recevoir leur trophée.

Internet, Chine, Europe, les éléments les plus récents sur ces dossiers seront dévoilés lors d'une campagne de presse relayée par un supplément publié ce même jour dans le Parisien, tandis que les bases d'un partenariat avec le journal "Elle" seront évoquées.

Un rapport sur *les entreprises et la contrefaçon*, commandé par le ministère de l'économie, des finances et de l'emploi à l'Unifab, actuellement en cours de finalisation, viendra renouveler à l'automne les informations sur ce sujet et sera également l'occasion de rappeler que les lourdes et multiples conséquences du faux, nécessitent désormais tant la mobilisation individuelle, que collective et nationale, qu'internationale.