



Vêtements et accessoires de mode :

Le coût de la contrefaçon en ligne



ÉCONOMIE EN LIGNE DE LA CONTREFAÇON

*de vêtements
et d'accessoires*

Le cyberspace offre de nombreuses opportunités aux contrefacteurs, tant pour étendre leur portée que leurs profits, et ce en tout anonymat. Des sites d'enchères non réglementés aux marchés en ligne, en passant par les sites hors-la-loi, les ventes illégales sur les réseaux sociaux et les applications frauduleuses sur téléphone mobile, les contrefacteurs ont désormais plus d'outils à leur disposition que jamais auparavant. De plus, ils utilisent les mêmes canaux numériques que les véritables propriétaires de marques. Les fraudeurs peuvent également cibler les marques et les consommateurs grâce à un nouvel arsenal d'armes numériques, comme le phishing (hameçonnage), le cybersquattage, la redirection du trafic, et bien plus encore.

Pour parler chiffres, on peut dire que les marchés de la contrefaçon les plus importants aujourd'hui, pour la catégorie à croissance rapide des biens de grande consommation, sont le secteur pharmaceutique, celui de l'électronique grand public ainsi que l'alimentation et des boissons. Toutefois, c'est sur le marché de vêtements et des accessoires que les contrefacteurs se taillent la part du lion, en termes de valeur mondiale des cargaisons de contrefaçons.

Nous allons à présent étudier d'un peu plus près la contrefaçon des vêtements & accessoires et tenter de déterminer ce que cela implique pour votre entreprise.

FAUX

FAUX

FAUX

FAUX

Quelles sont les menaces pour votre marque ?

Les menaces pour votre marque sont nombreuses et le plus souvent bien visibles puisqu'elles exploitent la faille des ventes en ligne (un canal de vente très emprunté) qui peuvent amener les consommateurs à acheter involontairement des vêtements & accessoires contrefaits.

Les sites marchands tels Taobao et Amazon.com®—dont 40 % des ventes sont réalisées par l'intermédiaire de sites marchands tiers¹—sont des canaux de distribution économiquement attractifs et auxquels les gens se fient—ce qui en fait par la même occasion des points de vente vulnérables qu'utilisent les contrefacteurs pour écouler leurs marchandises à des prix compétitifs, à l'insu des consommateurs.

Les réseaux sociaux et les applications mobiles sont également de plus en plus utilisés par les contrefacteurs pour détourner le trafic des marques. En effet, sachant que la part des ventes réalisées via les applications mobiles a représenté 40 % du commerce électronique mondial en 2015² et que les applications mobiles sont elles-mêmes toujours plus nombreuses et variées dans les boutiques d'applications des plateformes mobiles, les opportunités pour détourner l'activité commerciale des sites de vente fiables des propriétaires légitimes des marques sont également de plus en plus nombreuses. Le trafic est alors redirigé vers des sites illégaux sur lesquels les produits contrefaits sont vendus à moindre coût que des produits authentiques.

Concernant les réseaux sociaux, selon les estimations, 66 % des achats liés à la mode seraient influencés par les sites de réseaux sociaux³ et 16 % des ventes se feraient même désormais directement sur ces sites⁴ ; lesquels sont donc devenus des places de marché attractives pour les contrefacteurs. En outre, la création de profils y est gratuite et les contrôles quasi inexistantes—sans parler des faux avis favorables de prétendus consommateurs et des « likes » dont bénéficie la page en question : tout ceci pouvant être acheté à volonté, pour un prix dérisoire. Autant de facteurs qui permettent aux contrefacteurs de créer une empreinte de média social crédible, à moindre coût et fort impact.

Hélas, les consommateurs qui recherchent des produits bien cotés à moindre coût réalisent rarement l'impact qu'ont leurs achats sur eux-mêmes comme sur l'économie au sens large. Or, si la plupart des produits contrefaits sont juste fabriqués avec des matériaux de piètre qualité, d'autres peuvent en revanche présenter des risques physiques en raison de leurs teintures toxiques ou de leur plus grande inflammabilité. Toutefois, ce sont les conséquences indirectes de ces décisions d'achat qui impactent le plus les consommateurs. Dans la mesure où la diminution des ventes de produits authentiques se traduit directement par des besoins réduits en personnel et en main-d'œuvre, on estime que la contrefaçon de vêtements & accessoires coûte plus d'un demi-million d'emplois rien qu'en Europe—aux États-Unis, ce chiffre est d'environ 750 000 emplois—ce qui représente plus de 8 milliards d'euros de recettes fiscales perdues⁵.



66%

des ventes liées à la mode
seraient influencées par les
réseaux sociaux



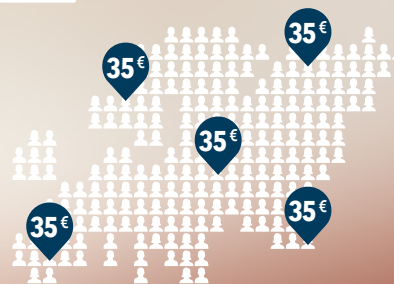
16%

des transactions
commerciales liées à la
mode se font désormais
directement via les
réseaux sociaux

Vêtements & accessoires : les points clés

1,8
MILLIARD
DE DOLLARS

La valeur totale des contrefaçons de luxe vendues dans le monde équivaut au PIB de l'Italie⁶.



La Commission européenne estime que la vente de contrefaçons au sein de l'UE atteint une valeur d'environ 26 milliards d'euros chaque année⁷ – soit 35 € par résident de l'UE dépensés dans l'achat de produits contrefaits.

Les accessoires personnels de luxe sont les marchandises les plus saisies aux frontières européennes⁸ et américaines⁷ – notamment, les montres, les bijoux, les sacs à main et portefeuilles.

Nationalités des marques les plus contrefaites⁹

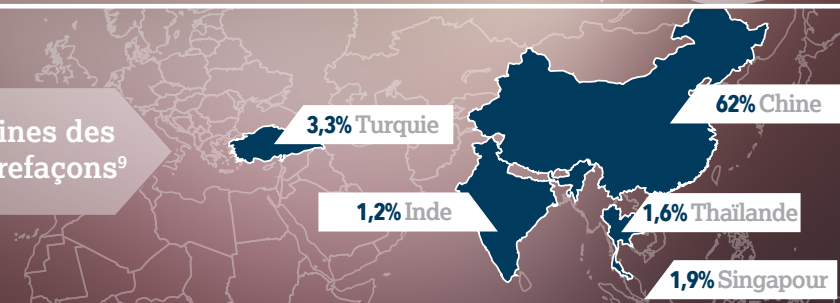


Les produits les plus contrefaits¹⁰



La contrefaçon de vêtements et d'accessoires coûte à l'UE plus de €8 milliard de pertes de recettes fiscales⁵.

Origines des contrefaçons⁹



4

Les quatre étapes qui vous permettront de protéger votre marque contre ces menaces

1 | Connaître son ennemi

Avant de pouvoir mettre en œuvre la moindre stratégie, assurez-vous d'avoir bien cartographié l'environnement virtuel. Posez-vous les questions suivantes :

- Où se trouve l'activité en ligne qui affecte votre marque ?
- Quels sont les risques les plus importants ?
- Quels risques sont les plus susceptibles d'empêcher votre entreprise d'atteindre ses objectifs stratégiques ?
- Quelles sont les pertes potentielles, en termes quantitatifs, liées à cette contrefaçon ?
- De quelle façon l'activité frauduleuse réalisée en ligne nuit-elle à la réputation de votre marque ?

2 | Se protéger

À présent que vous avez identifié les risques et défis en présence, il est important de définir une stratégie pour protéger votre marque et de mettre en place une protection adéquate.



Surveiller les réseaux sociaux et applications mobiles

Renseignez-vous sur les solutions de surveillance des réseaux sociaux et applications mobiles disponibles qui vous permettront de suivre la moindre mention de vos marques ou marques commerciales sur les plateformes de réseaux sociaux.



Mettre en place une solution de surveillance du marché et de lutte contre la contrefaçon

Notre solution de surveillance du marché et de lutte contre la contrefaçon combine nos talents d'experts et d'analystes professionnels à une technologie de pointe, ce qui nous permet d'assurer l'intégrité des données avant même la mise en œuvre d'actions en contrefaçon.



Actions en contrefaçon de marque et acquisition de noms de domaine

Notre taux de réussite en termes de récupération d'actifs numériques, de retrait de contenus frauduleux et produits contrefaits est exceptionnel, voilà pourquoi nous sommes le partenaire qu'il vous faut.

3

Mettre en place un effort collectif

La lutte contre la contrefaçon est une tâche qui incombe rarement à une seule personne. Ne confiez pas la résolution de ce problème à un seul et unique département. Au même titre qu'une contrefaçon affectera plusieurs aspects de votre activité, la solution mise en place pour la contrer doit également s'articuler autour de différents niveaux :

- **Spécialistes de la propriété intellectuelle** – mesures de protection de la propriété intellectuelle, notamment des marques commerciales et droits d'auteur
- **Spécialistes marketing** – prévention de l'érosion de la marque en mettant en place des mesures visant à protéger la réputation de la marque et à diriger les consommateurs vers vos produits légitimes
- **Spécialistes de la gestion du risque** – atténuation des risques au niveau de la chaîne logistique, des consommateurs et en termes financiers.

Le centre de ressources en ligne de CSC® propose des informations et des guides utiles sur la lutte contre la contrefaçon et la protection des marques en ligne. Vous pouvez les consulter sur : cscdigitalbrand.services/fr/ressources-en-ligne

4 Sensibiliser vos clients

Vos clients peuvent représenter un énorme atout dans votre lutte contre la contrefaçon. Même s'il y aura toujours des consommateurs qui rechercheront des alternatives meilleur marché pour les produits qu'ils souhaitent acheter, de nombreux autres se montrent en revanche très attachés à leurs marques de prédilection. Faites en sorte que vos clients fidèles puissent trouver facilement vos produits :

- Publiez en ligne des pages d'aide à l'attention des consommateurs, dans lesquelles ils trouveront des informations leur indiquant quels éléments ils doivent prendre en considération pour vérifier l'authenticité d'un produit, en leur précisant où ce produit peut être trouvé.
 - » Présentez les signes distinctifs de vos produits authentiques – logos, marques commerciales 3D, couleurs, etc.
 - » Donnez une liste des distributeurs officiels, voire une liste des lieux dans lesquels vos produits ne sont pas vendus.
 - » Insistez sur le nombre de fois où votre marque est officiellement commercialisée dans l'année et indiquez quel est la réduction la plus élevée pratiquée sur vos produits authentiques.
- Mettez à la disposition de vos clients un moyen de vous signaler des produits contrefaits.
 - » Insérez un formulaire simple d'utilisation dans vos pages web dédiées au service client afin de permettre aux gens de signaler ce qu'ils ont acheté, où et combien ils l'ont acheté ; et vous permettre ainsi d'identifier les sites et les fournisseurs contrefacteurs.
- Pensez à investir dans des technologies de lutte physique contre la contrefaçon, telles les mesures de protection suggérées à la page 7 de notre matrice de solutions. Cela vous permettra d'aider les consommateurs à valider l'authenticité des produits.

Matrice de solutions

Les solutions CSC qui peuvent protéger votre marque.

Votre problème :	Surveillance de marque	Surveillance des places de marché	Surveillance des noms de domaine	Surveillance des réseaux sociaux	Surveillance des applications mobiles	Comparaison des logos	Retrait des sites web
Je pense que des sites illicites tentent de se faire passer pour ma marque	✓		✓			✓	✓
De fausses versions des produits de ma marque sont vendues sur des sites marchands tiers.	✓	✓				✓	✓
Je pense que de faux profils créés sur les réseaux sociaux utilisent ma marque, vendent des produits contrefaits ou détournent mon trafic au profit de sites factices.	✓	✓	✓	✓		✓	
Je pense que de fausses applications mobiles utilisent ma marque pour vendre des produits contrefaits ou rediriger mon trafic vers des sites factices.	✓	✓			✓	✓	
La réputation de ma marque est menacée par la vente d'imitations de piètre qualité.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓



CSC accompagne les entreprises dans leur lutte en ligne. Nous intervenons pour aider nos clients à gérer, promouvoir et préserver leurs actifs stratégiques les plus précieux face aux menaces du monde en ligne. Des entreprises de renom du monde entier nous font confiance et nous choisissent comme partenaire, notamment plus de la moitié des marques figurant au classement Interbrand des 100 meilleures marques du monde. S'appuyant sur une technologie de pointe, Digital Brand Services permet d'obtenir des résultats exceptionnels à travers une structure de gestion de compte unifiée. Grâce à notre équipe d'experts dédiés, vous disposerez d'un point de contact qui vous permettra de vous assurer au quotidien que votre marque possède bien les atouts dont elle a besoin pour être une marque à succès en ce 21e siècle. Nous vous aidons à consolider et sécuriser vos marques, à les surveiller et à mener des actions en contrefaçon, puis à optimiser et promouvoir ces mêmes marques afin de maximiser votre présence en ligne, sécuriser votre propriété intellectuelle numérique et réduire vos coûts.

Références :

¹*The Wall Street Journal*, "Amazon's Third-Party Merchants Are a Growing Piece of the Sales Pie"

²*Flurry Analytics Blog*, "Media, Productivity & Emojis Give Mobile Another Stunning Growth Year"

³*Marketing Week*, "Social commerce: How willing are consumers to buy through social media?," 2016

⁴*eMarketer*, "How Social Media Influences Shopping Behavior," 2016

⁵The EU's Office For Harmonization In The Internal Market press release, "Over €26 billion and up to 363,000 jobs lost every year in the EU due to counterfeiting of clothes, shoes and accessories," 2015

⁶*The Economist*, "Makers of expensive bags, clothes and watches are fighting fakery in the courts. But the battle seems to be getting tougher"

⁷*Forbes*, "€26BN Lost Every Year In EU Due To Counterfeiting Of Clothes, Shoes And Accessories, Study Finds," 2015

⁸Centre for Economics & Business Research, "Counterfeiting across the globe," 2016

⁹*Vogue*, "Counterfeit Trade Still Worth Billions," 2016

¹⁰*First to Know*, "Top 5 Most Counterfeited Products in the World"

¹¹*International Chamber of Commerce*, "Social media spurs online sale of fake goods in UK," 2015

cscdigitalbrand.services/fr

Copyright ©2017 Corporation Service Company. Tous droits réservés.

CSC est une société de services qui ne fournit aucun conseil juridique ou financier. Les documents présentés ou mentionnés aux présentes ne le sont qu'à titre informatif. Veuillez consulter votre conseiller juridique ou financier afin de déterminer dans quelle mesure ces informations sont pertinentes pour vous.