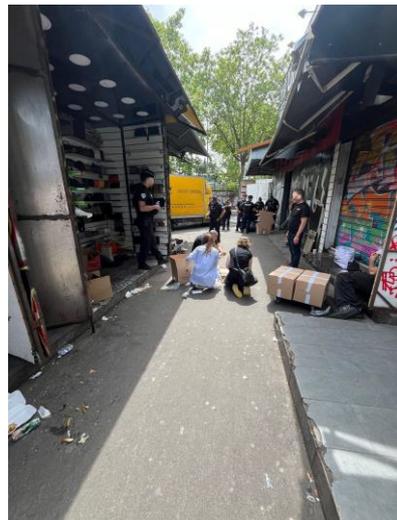


Communiqué de presse, jeudi 18 juillet 2024,

JEUX OLYMPIQUES ET SAINT-OUEN : AUTHENTIQUE 1 - CONTREFAÇON 0

L'Union des Fabricants (Unifab), association de défense et de promotion de la propriété intellectuelle – qui regroupe plus de 200 entreprises issues de tous les secteurs d'activité, se félicite des résultats des actions menées à Saint-Ouen et remercie les autorités pour leur implication dans l'éradication de la contrefaçon au niveau local.

En effet, depuis plusieurs mois les forces de l'ordre, se forment et intensifient leurs actions en faveur de l'authentique. **La ville de Saint Ouen, qui héberge le village olympique, a été le témoin en avril dernier de la fermeture et la mise sous scellé de 11 boutiques de l'avenue Michelet, et plus récemment de celle de 15 magasins supplémentaires et 1 showroom, dans les secteurs du passage Marceau, de la rue Jean Henri Fabre, ainsi que du Marché Malassis, conduisant à la saisie de plusieurs milliers de produits contrefaisants.**





Il est utile de rappeler que **les manifestations sportives internationales de telle envergure, encouragent malheureusement les contrefacteurs** à proposer des produits contrefaisants aux consommateurs. La France devrait accueillir 10 millions de visiteurs supplémentaires dans les jours à venir et ces faits se vérifient, notamment avec **les chiffres des saisies douanières qui portent à 20.48 millions le nombre de faux produits stoppés aux frontières de la France dont 8.6 millions appartiennent au secteur des jeux, jouets et articles de sport.**

En plus de pertes économiques considérables, qui représentent **un manque à gagner de 6.7 milliards d'euros et la suppression de 38 000 emplois chaque année dans le pays**, ces produits ne correspondent à aucune norme en vigueur pour assurer aux consommateurs une utilisation en toute santé et sécurité. Ces évènements ne favorisent pas seulement la recrudescence de contrefaçons dans l'univers du sport mais touchent bel et bien toutes les industries.

La campagne de communication destinée aux consommateurs, "**la contrefaçon c'est bidon**", lancée **jeudi dernier, par l'Unifab, démontre bien l'étendue des produits touchés.** Elle permet une sensibilisation accrue, et une information claire, destinées à éviter que les potentiels acheteurs ne se fassent duper, car sur le territoire, **34% des consommateurs ont déjà acheté une contrefaçon en pensant que le produit était authentique, selon un sondage IFOP.**



« L'urgence de telles mesures a bien été comprise par les pouvoirs publics. Cette zone connue et reconnue pour la vente de produits contrefaisants depuis de trop nombreuses années, a été assainie pour permettre aux événements majeurs qui se préparent de se dérouler sans encombre, et doit le rester ! La priorité est bien la santé et la sécurité des consommateurs qui doivent avoir conscience du caractère irresponsable que représente la consommation de faux produits et j'appelle la municipalité à se saisir, le plus vite possible, de ce sujet qui n'est pas sans risques », déclare Delphine Sarfati-Sobreira, Directrice générale de l'Unifab.

[Télécharger les éléments de la campagne](#)

[Télécharger le visuel global "la contrefaçon c'est bidon"](#)



CONTACT PRESSE :

Régis Messali - Directeur général adjoint

en charge de la communication et du développement

01 56 26 14 07 / 06 16 89 00 81 - rmessali@unifab.com