

# LAURENT MARCADIER

Ancien magistrat, conseiller chargé des affaires juridiques du Groupe LVMH

## Alvise GIUSTINIANI

Laurent. Peut-être aimeriez-vous aborder la question de l'impact du commerce illicite sur le consommateur et peut-être aussi sur les nouvelles plateformes de commerce électronique.

## Laurent MARCADIER

Merci Alvise. Bonjour à tous et tout d'abord un grand merci au président Thierry de Montbrial pour avoir mis ce sujet stratégique à l'ordre du jour. Sujet qui intéresse l'industrie du tabac mais évidemment aussi les autres industries, et notamment celle que je représente à savoir l'industrie du luxe.

Le groupe Louis Vuitton Moët Hennessy est le numéro un mondial en matière d'activités de luxe, et aujourd'hui rassemble 75 maisons d'exception. Lorsque que l'on procède au bilan des risques et des menaces dont nous sommes victimes, la totalité de nos maisons en mode, maroquinerie, en parfum et cosmétique, en vin et spiritueux mais également en montre et joaillerie, sont victimes aujourd'hui d'actes de copie, de piraterie, de contrefaçon. Nous sommes en effet confrontés à une contre-industrie mondialisée qui aujourd'hui maîtrise des circuits de production, de transport, de logistique et de distribution.

Cette contre-industrie – vous le disiez Alvise – est une contre-industrie criminelle. Quelles que soient les zones géographiques sur lesquelles nous pouvons exercer notre action en répression, grâce à la coopération des autorités locales, nous sommes confrontés à des groupes criminels transnationaux qui ont aujourd'hui investi massivement l'industrie du faux et de la contrefaçon. Alvise le disait par des chiffres qui donnent le vertige : il faut savoir que le faux est la deuxième industrie criminelle derrière le trafic de stupéfiants, et c'est une industrie en très forte progression.

Pour un groupe comme LVMH, il s'agit de penser puis mettre en œuvre une stratégie globale, parce que je suis convaincu que les acteurs industriels doivent apporter à cette problématique du commerce illicite qui se pose à l'échelle du monde une réponse globale. La pire des erreurs serait d'avoir des réponses morcelées pays par pays, alors qu'il faut avoir une vision d'ensemble sur le phénomène.

C'est ce que nous essayons de faire, d'abord sur les marchés physiques parce qu'il faut que nous trouvions les usines, que nous cassions l'outil de production et ralentissions les outils de distribution. Cela passe bien évidemment par des relations très proches en termes de partage d'intelligence, en termes de partage d'information, en termes de formation, en termes de capacité à reconnaître le vrai du faux avec les autorités locales. Parce qu'évidemment, sans le soutien des autorités publiques, il est impossible pour un titulaire de droits de pouvoir avancer et obtenir des résultats.

Ensuite, l'autre partie de notre stratégie doit s'appliquer au monde digital qui a constitué un véritable bouleversement. Lorsque je parle du digital, je pense évidemment aux plates-formes de vente sur Internet, mais aussi aux réseaux sociaux qui sont des vecteurs extraordinaires de diffusion de la contrefaçon.

Je vous donnerai simplement un chiffre qui là aussi donne le vertige : sur Instagram aujourd'hui, 20 % des posts constatés et envoyés, distribués sur Instagram, concernant le marché du luxe, relèvent de la promotion de la contrefaçon.

Un dernier chiffre qui concerne le groupe LVMH et qui est très inquiétant là aussi : pour l'ensemble de l'année 2018, nous sommes parvenus à retirer 20 millions de contenus de faux sur les réseaux sociaux ; pour les six premiers mois de l'année 2019 ce total se monte déjà à 21 millions de contenus.

Nous sommes confrontés à une masse contrefaisante en forte croissance avec des acteurs particulièrement professionnels et qui maîtrisent globalement des circuits de distribution avec une véritable stratégie commerciale. Je

pense qu'il est temps de se rendre compte de cette situation pour proposer des choses. J'espère qu'au cours du débat, nous aurons aussi le moyen de faire des propositions pour faire avancer la situation pour l'ensemble des titulaires de droits.

**Alvise GIUSTINIANI**

Merci, Laurent. C'était très intéressant d'entendre parler de la coopération et des choses que vous avez mentionnées sur le numérique. Ce chiffre stupéfiant de 20 millions de postes supprimés est vraiment étonnant, et cela ne concerne que votre industrie, votre entreprise.