



Exposition
temporaire

**A VOS MARQUES, PRÊTS,
INNOVEZ !
Contrefaçon : hors-jeu**

Décembre 2012
Décembre 2013

en partenariat avec :

union des fabricants unifab
POUR LA PROTECTION INTERNATIONALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

MUSÉE CONTREFAÇON FABRICANTS

FIFAS

PREVENTION MACIF

DOUANES & DROITS INDIRECTS

inpi
INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

CNAC
COMITÉ NATIONAL ANTI-CONTREFAÇON

Avec le concours :
ACG, Adidas, Arc'Teryx, Arena, Babolat, Citroën, Cornilleau, Cycleurope, Définitive, Eden Park, Ensisa, Konami, Lacoste, Lange, Look Cycle, Mavic, Michelin, Microsoft, New Era, Nike, Peugeot, PriceMinister, Rossignol, Salomon, Scott, Suunto, Trigano, Taylor Made, Victorinox, Wilson, Zefal.

A travers des produits sportifs innovants illustrant différentes disciplines sportives, l'objectif de l'exposition est de souligner le dynamisme des entreprises du sport dans la protection des droits de propriété industrielle.

L'exposition a été montée en partenariat avec la FIFAS afin de mobiliser toute l'industrie du sport.

→ Pari réussi puisque nous comptons 25 entreprises participantes :

Adidas	Konami	Dynastar
Arc'Teryx	Lacoste	Salomon
Arena	Look Cycle	SCOTT
Bollé	Mavic	Suunto
Babolat	Microsoft	TRIGANO
Citroën	New Era	TaylorMade
Cornilleau	Nike	Victorinox
Cycleurope	Peugeot	Wilson
Eden Park	Rossignol	Zefal

A VOS MARQUES, PRÊTS, INNOVEZ ! Contrefaçon : hors-jeu

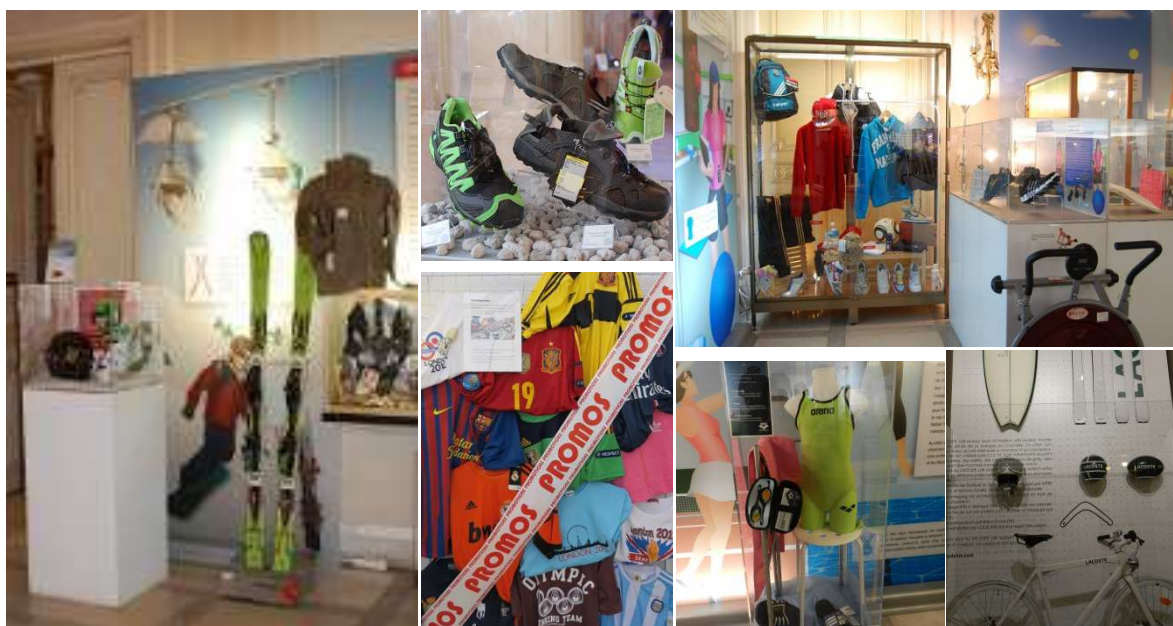
Le sport est fédérateur. Il favorise l'entraide et le dépassement de soi, il porte les valeurs humaines les plus hautes et donne à chacun l'envie de s'élever. En France, on compte ainsi plus de 34 millions de sportifs dont 16 millions de licenciés en club. Le marché potentiel pour les équipementiers sportifs est donc supérieur à la moitié de la population française, ce qui n'a pas échappé aux contrefacteurs, qui tentent de détourner une partie de la clientèle en proposant leurs copies à des prix attractifs.

A vos marques, prêts, innovez !

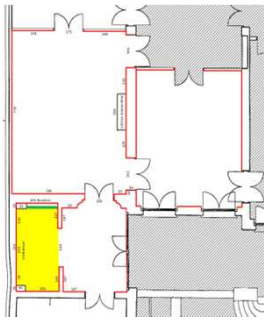
Heureusement, l'industrie sportive conserve depuis toujours une longueur d'avance sur ceux qui tentent de copier leurs produits : l'innovation. Qu'y a-t-il de plus efficace que de commercialiser des articles sans cesse plus performants, s'appuyant sur des technologies si pointues que l'usage de toute contrefaçon est criant de médiocrité ?

Chez le sportif de haut niveau comme chez le sportif amateur, l'envie de dépasser ses limites est le principal moteur. Pour l'accompagner, les marques de sport proposent un équipement intelligent, fruit d'une longue recherche. L'observation des sportifs et un savoir-faire lentement acquis permettent à ces fabricants de repousser les limites du corps, de réduire les désagréments physiques propres à certaines activités, et d'offrir des accessoires qui s'adaptent si bien à la morphologie humaine qu'ils semblent en être le prolongement.

Dans cette exposition, vous allez découvrir un monde de performance, dans lequel sportif et équipementier évoluent en symbiose pour atteindre l'excellence.



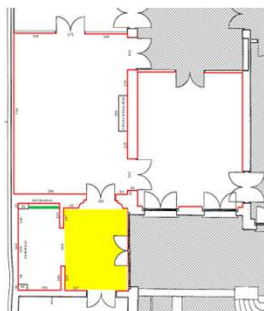
Déroulé de l'exposition (1/3)



Introduction

D'entrée de jeu, l'exposition oppose innovation et contrefaçon, en confrontant d'une part le LAB Lacoste mettant en scène les articles de sport innovants développés par Lacoste, et d'autre part un étal de contrefaçons grossières de produits sportifs (maillots de football, sportswear, goodies des JO London 2012). Cette exposition est en effet l'occasion de souligner à quel point la copie est la négation même du progrès,

LACOSTE LAB

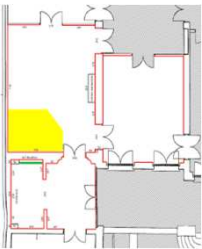


Introduction, suite : Espace jeux vidéos

Pour l'exposition, Microsoft nous prête une console de jeux vidéo kinnect afin d'aborder la question du sport sous l'angle du jeu. Cet espace est aussi l'occasion de développer notre discours sur l'innovation dans les jeux vidéos.

Déroulé de l'exposition

(2/3)

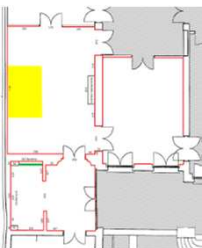


1/ Le sport en amateur : savoir s'équiper

→ *Fitness, running, musculation :*

Des pratiques amateurs répandues, qui doivent être soutenues par un équipement de qualité.

- Objet culte : la Nike Air. Créée en 1979, elle est la chaussure de toute une génération,
- Zoom innovation : chaussures de running nouvelle génération : concentré de technologie à nos pieds,

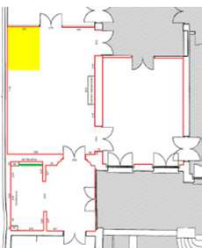


2/ Les sports individuels en compétition

→ *Tennis, ping pong, natation, golf :*

Quand l'innovation réinvente le sport.

- Objet culte : Le Polo Lacoste L1212 créé en 1928 ne se présente plus. Icône vestimentaire, il a été l'un des produits les plus copiés du XXème siècle,
- Zoom innovation : la nouvelle raquette de ping pong Cornilleau a reçu le prix de l'innovation en 2011,



3/ Les sports collectifs

→ *Football, rugby, basket, baseball :*

Sport populaire / sport professionnel : les mutations.

- Objet culte : le ballon de football. On a déjà tous tapé dedans, mais qui sait qu'il subit plus 200 tests d'efficacité avant sa mise en vente ?
- Zoom innovation : les textiles intelligents sont devenus indispensables au sport,



Déroulé de l'exposition

(3/3)

Les sports de montagne

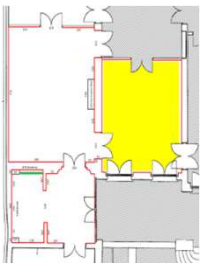
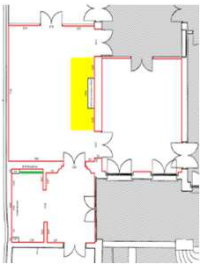
→ *La démocratisation des sports de montagne, glisse et trekking : Indissociable des innovations techniques.*

- Objet culte : l'invention du ski parabolique a révolutionné la pratique du ski, devenue accessible à tous sans formation,
- Zoom innovation : les chaussures de ski Lange. Fruit de nombreuses innovations et procédés brevetés, elle améliorent le confort, la précision et la sécurité du skieur.

Les sports de roues

→ *Rallyes, moto, FI, cyclisme : Des liens privilégiés entre sport et industrie.*

- Objet culte : le pneu Michelin développé pour le vélo en 1891 favorisa le développement des courses cyclistes et l'engouement qui suivit,
- Zoom innovation : le vélo en carbone Look Cycle, vainqueur du Trophée de l'Innovation en 2012,



Informations pratiques

Le Musée de la Contrefaçon est ouvert tous les jours sauf le lundi de 14h00 à 17h30 sans réservation.

Les visites guidées sont proposées aux groupes sur réservation.

Tarifs : 4 euros / personne + 35 euros forfaitaire par conférence.

Renseignements : www.unifab.com

Le Musée de la Contrefaçon a été créé en 1951 par l'Union des Fabricants pour informer les consommateurs sur l'existence de la contrefaçon et ses multiples facettes.

L'Union des Fabricants (UNIFAB) est l'association française de lutte anti-contrefaçon. Créée en 1872 et reconnue d'utilité publique en 1877, elle a contribué à la rédaction des principaux textes en faveur de la reconnaissance des droits de propriété intellectuelle en France et en Europe. Aujourd'hui, elle rassemble plus de 200 membres et poursuit son action en menant des opérations de lobbying, de formation et de sensibilisation.

La contrefaçon touche désormais tous les secteurs d'activité, et les entreprises de toutes tailles. Mondialisée, organisée, industrialisée, numérisée, la contrefaçon ne cesse de se développer, et il devient difficile de contrôler son expansion. On estime qu'elle représente 5 à 10% du commerce mondial.

Contact

Musée de la Contrefaçon
16 rue de la Faisanderie
75116 Paris
Tel. 01 56 26 14 03

✉ musee@unifab.com

