

# LOUIS VUITTON

## PROTECTION DE LA MARQUE

### Respecter notre héritage

La lutte contre la contrefaçon fait depuis longtemps partie de la stratégie de développement durable de Louis Vuitton au niveau mondial. Préserver la créativité et les droits des designers, des artistes et des marques est indispensable à leur pérennité. L'une des plus grandes menaces à leur survie est aujourd'hui la contrefaçon, ses effets allant bien au-delà de l'achat d'un sac peu onéreux dans une ville lointaine pendant les vacances.

Soucieux de respecter la créativité et de protéger la propriété intellectuelle, Louis Vuitton applique en matière de contrefaçon une politique de tolérance zéro. La contrefaçon est une violation du talent, du savoir-faire des artisans et de la créativité des artistes auxquels Louis Vuitton doit son succès. Le vol des droits de propriété intellectuelle ruine l'investissement et la connaissance déployés pour développer l'entreprise. La contrefaçon aggrave aussi la situation des communautés où elle s'opère, car elle y crée des conditions de travail non réglementées et dangereuses et s'accompagne de violations des droits de l'homme, en permettant notamment le travail des mineurs ou le travail forcé. L'achat d'une contrefaçon « bon marché » s'avère toujours plus couteux qu'il n'en paraît.

Louis Vuitton est confronté à la contrefaçon depuis les tout premiers jours de sa réussite. C'est ainsi qu'en 1896 Georges Vuitton créa l'emblématique toile Monogram pour dissuader les imitateurs, attirés par le succès et la renommée mondiale de la marque.

### Préserver la créativité

La Direction de la Propriété Intellectuelle de Louis Vuitton gère plus de 18 000 droits de propriété intellectuelle, dont des marques, des modèles, des droits d'auteur et des copyrights avec l'appui de 250 agents dans le monde. Grâce à cette équipe de juristes et d'anciens agents d'Institutions ou Organisations spécialisées, répartie entre le siège parisien et les bureaux de Tokyo, Hong Kong, Shanghai, Beijing, Séoul, Milan, Istanbul, Athènes, Dubaï, New York et Mendoza, des milliers d'actions de lutte contre la contrefaçon sont menées chaque année sur le terrain. En 2017, Louis Vuitton a engagé plus de 38 000 procédures en contrefaçon dans le monde (y compris des procédures, pénales, civiles et douanières), qui ont conduit au démantèlement de réseaux criminels et ont ainsi permis de soulager les souffrances de personnes contraintes de travailler pour des organisations illégales. La Division Internet de la Direction de la Propriété Intellectuelle enregistre les noms de domaine, lutte contre le cyber-squatting et traque la contrefaçon en ligne, notamment sur les moteurs de recherche et les sites marchands. En 2017, son action a permis de faire fermer plus de 6000 sites internet litigieux et de mettre un terme à plus de 120 000 ventes aux enchères.

## Lutter contre l'illégalité

La vente de produits contrefaits est un délit grave, dont les bénéficiaires profitent à des organisations criminelles au détriment des consommateurs, des entreprises et des gouvernements, ce qui appelle à un comportement responsable de la part de tous les acteurs économiques. Louis Vuitton est convaincu de la nécessité de partager les responsabilités entre tous les acteurs de la chaîne de valeur. Chaque acteur économique doit exercer son activité avec précaution et vigilance afin de protéger le consommateur des méfaits de la contrefaçon.

En 2003, Louis Vuitton a mis en place le « principe de responsabilité partagée » de façon à lutter contre la contrefaçon en ciblant les « intermédiaires », tels que les propriétaires, bailleurs de locaux, les entreprises de transport et les services de paiement qui fournissent leurs services aux réseaux de contrefaçon. Ce programme a été particulièrement efficace en certains hauts lieux de la contrefaçon, tel que Canal Street, à New York.

Louis Vuitton est convaincu que les opportunités et les responsabilités doivent être partagées, dans le monde physique comme sur Internet, considérant que chaque acteur a un devoir de vigilance afin de protéger les consommateurs contre les pratiques trompeuses et illicites.

La lutte contre la contrefaçon est un combat à long terme, et Louis Vuitton est plus déterminé que jamais à préserver la créativité en protégeant sa marque, dans l'intérêt des consommateurs, de ses collaborateurs et de tous ceux qui pâtissent des conséquences de l'industrie de la contrefaçon.

L'authenticité des produits Louis Vuitton est garantie par le réseau de distribution exclusif Louis Vuitton. Ses produits ne sont vendus que dans des magasins Louis Vuitton, propriétés de Louis Vuitton et dotés de son propre personnel, et sur l'unique site internet officiel : [louisvuitton.com](http://louisvuitton.com).

### Contact Presse :

Jun Fujiwara  
Corporate Press Director  
Louis Vuitton Malletier  
+33 1 5580 3380