



SERVICES | PROTECTION DES MARQUES |
LUTTE CONTRE LA DIVERSION

LUTTE CONTRE LA DIVERSION

Les produits détournés et issus du « marché gris » inondent le marché du fait de la mondialisation, la promotion des marques et l'utilisation accrue de l'homologation des produits. C'est le cas avec pratiquement n'importe quel produit à grande demande et forte image distribué au-delà de son marché d'origine en l'absence d'une structure de tarification unifiée et globale.

La diversion de produits affecte non seulement les profits dans les marchés d'origine, mais elle érode également l'identité d'une marque et sa valeur. Lorsque les marchandises de luxe sont présentes à l'étal de discounters non autorisés ou sur les marchés aux puces et lorsque les produits pharmaceutiques sont disponibles sur l'Internet, la perception de la valeur du produit est diminuée aux yeux des consommateurs.

Des multinationales spécialisées dans certaines industries se concentrent sur le détournement des produits en provenance des marchés émergents vers les marchés d'origine. Ces « courtiers » utilisent divers moyens pour obtenir le produit, y compris des sociétés écrans, la corruption ou la tromperie des responsables des ventes et des clients légitimes, voire même le vol.

ÉTUDE DE CAS

PICA MET À JOUR UNE
FRAUDE MASSIVE DANS LA
DISTRIBUTION DE PRODUITS
MÉDICAUX À L'ÉCHELLE
MONDIALE

Grâce à une enquête couvrant le monde entier, PICA a découvert une fraude impliquant des centaines de « sociétés écrans » qui ont détourné depuis des marchés du Tiers-Monde, des produits médicaux de marques célèbres, vers les USA, le Canada et l'Europe. Outre l'impact sur les fabricants, cette fraude a créé des problèmes de santé et de sécurité, en raison de mauvaises conditions de stockage et de manutention des marchandises, de la compromission des produits stériles, de l'utilisation de produits périmés, et des problèmes de rappel.

Comme les sanctions pénales ne s'appliquent généralement pas aux cas de diversion, il est essentiel d'identifier la source et l'arrêter. Cela implique généralement des techniques d'investigation complexes visant à identifier les malfaiteurs en travaillant à la fois en interne et en externe vis-à-vis du client, en examinant les sources potentielles telles que les fabricants, les concessionnaires, le personnel des ventes et en auditant les comptes.

PICA a développé des méthodes uniques et des outils exclusifs conçus pour éviter de perturber les opérations régulières du client ou ses relations d'affaires. Ces techniques permettent d'aller à racine du problème rapidement.

PICA propose également des études de marché et des outils de veille de l'Internet pour assurer la continuité du suivi des marchés d'origine pour à la fois les produits contrefaits et les produits détournés. En combinant ces programmes, avec des enquêtes et des « Due Diligence » sur les nouveaux employés, les partenaires commerciaux et les comptes, PICA permet de maintenir l'intégrité d'une marque et de préserver les marges bénéficiaires.

