RESUMEN DEL DÍA MUNDIAL ANTIFALSIFICACIÓN 7 DE JUNIO DE 2012

El pasado día 7 de Junio de 2012 se celebró el Día Mundial Anti-Falsificación, día en el que organizaciones anti-falsificaciones de numerosos países de todos los continentes, organizaron eventos con el objetivo de sensibilizar al consumidor sobre el problema de las falsificaciones a nivel mundial, alertando de los riesgos que tienen adquirir este tipo de productos ilícitos.

En España, se organizaron dos actos para conmemorar este día: una rueda de prensa y una serie de mesas redondas sobre "Falsificaciones y Merchandising".



Rueda de prensa

A primera hora se celebró una rueda de prensa en la Sala Turmalina de la T-1 del Aeropuerto de Barajas (Madrid), coorganizada por la Agencia Tributaria, la Oficina Española de Patentes y Marcas y ANDEMA, en la que intervinieron la Delegada Especial de la Agencia Tributaria, Dª Raquel Catalá, la Directora General de Aduanas, Dª Pilar Jurado, el Director General de la Oficina Española de Patentes y Marcas, D. Alberto Casado, el Presidente de la Asociación Española de Artículos Deportivos, D. Xavier Berneda, el Director General de la Asociación Española de Economía Digital, D. José Luis Zimmermann y el Director General de ANDEMA, D. José Antonio Moreno. Los distintos intervinientes transmitieron un mensaje de unidad frente a las falsificaciones por los impactos negativos que tienen para la economía, el empleo y la seguridad del consumidor.

A la finalización de la rueda de prensa, se presentó un muestrario de productos falsificados incautados durante el año 2011 por la Aduana Postal de Barajas para la grabación de imágenes por parte de la prensa gráfica. Asimismo, se atendió de manera particular a los distintos medios allí presentes.

La rueda de prensa tuvo un impacto en diversas televisiones, haciendo aparición en los telediarios informativos de la edición del mediodía y de la noche. Además, las declaraciones de los diversos intervinientes en la rueda de prensa generaron un impacto aproximado al centenar de noticias en prensa escrita y digital.

Los medios de comunicación, tras la rueda de prensa, destacaron en diversas publicaciones que durante el pasado año 2011, se incautaron 5,5 millones de productos falsificados, que podrían haber alcanzado en el mercado un valor cercano a 318,6 millones de euros. El 89% de dichos productos falsificados provienen principalmente del continente asiático. Pero como destacaron la mayoría de los medios de comunicación, el impacto de las falsificaciones no es solo en términos económicos, pues además cada año se destruyen numerosos puestos de trabajo en toda la Unión Europea por culpa de este fenómeno.

Mesas Redondas sobre "Falsificaciones y Merchandising"

Además, y con posterioridad a la rueda de prensa, se celebró una Jornada bajo el título "Falsificación y Merchandising" en la sede de ANDEMA, y co-organizada por la Agencia Tributaria, la OEPM, el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, y la propia ANDEMA.

Dicha Jornada se desarrolló en tres mesas redondas donde se abarcaron temas como la introducción al Merchandising y su relación con la Propiedad Industrial; particularidades en la lucha contra las falsificaciones de productos de merchandising; y finalmente, su modo de protección.

Tras la inauguración de la jornada, se dio paso a la primera de las mesas redondas, introductoria al concepto del *merchandising* y titulada "Qué derechos de propiedad industrial o intelectual comprende los productos que incorporan merchandising; marca/diseño/derecho de autor", que fue moderada por Dña. Patricia Garcia Escudero, SubDirectora General de Coordinación Jurídica y Relaciones Internacionales de la Oficina Española de Patentes y Marcas. Dicha mesa redonda contó con la presencia de D. José María del Corral, Subdirector General Adjunto de Signos Distintivos de la OEPM, quien expuso cómo tener registrado de manera efectiva los derechos de propiedad industrial sobre los artículos de *merchandising*, y con la de D. Antonio Castan, abogado de Elzaburu, quien expuso varios de los instrumentos de defensa con los que cuenta el titular de un derecho que consista en *merchandising* frente a las copias y a las falsificaciones.



La segunda mesa redonda, dedicada a las "Particularidades en la Lucha contra las Falsificaciones de Productos que Incorporan Merchandising" fue moderada por D. Pablo Bazán, abogado de Gómez Acebo y Pombo. En ella intervinieron Dña. Susana Bayón Plaza, Subdirectora de Propiedad Industrial e Intelectual en REPSOL, Dña. Mónica Dopico, Inspectora Jefe Cuerpo Nacional de Policía - Sección delitos contra la propiedad industrial e intelectual y D. Juan Antonio Lozano Gaviño, Jefe de la Dependencia Provincial de Aduanas e Impuestos Especiales de Madrid. En esta mesa se expuso cómo es necesario, desde la perspectiva de una empresa grande y que hace patrocinios deportivos, como REPSOL, la creación de un Departamento especializado que se encargue de la explotación de una línea de negocio como es el merchandising y, asimismo, persiga las conculcaciones contra sus derechos, por vía de falsificaciones. Por su parte, desde una perspectiva policial, se insistió en la necesidad de luchar contra las falsificaciones mediante una estrategia creativa que incluya la persecución del falsificador por diferentes delitos, junto con el delito contra la propiedad industrial: blanqueo de dinero, evasión fiscal, tráfico de estupefacientes....Ello ayudaría a cambiar la sensibilización del consumidor que, en estos momentos, es bastante baja respecto de la persecución policial de los delitos contra la propiedad industrial.



Finalmente, la tercera y última mesa redonda, que tenía por título "¿Qué opciones tiene la empresa para mejorar la protección del producto con merchandisina?" fue moderada por D. José Antonio Moreno, Director General de ANDEMA. La mesa redonda comenzó con una exposición por parte de D. Felipe Solís, Director Comercial de Securcode, y D. Rogelio Pedraza, del Departamento Comercial de la Fábrica de Moneda y Timbre, en torno a las distintas herramientas técnicas y logísticas que han desarrollado para la protección de productos de Merchandising, pudiendo destacar las etiquetas de seguridad, y los códigos de seguridad, que mediante su lectura junto con un escáner de mano, podrán determinar la autenticidad o falsedad de un producto. Por su parte, Dña. Adela Lario, Directora de la Asesoría Jurídica de Osborne, expuso un caso de buenas prácticas, según el cual, un grupo del mundo de la alimentación y de la restauración, como Osborne y que, por tanto, no se dedicaba a la producción de material de merchandising finalmente decidió enfrentar el grave problema de utilización indebida de su marca registrada del Toro de Osborne por parte de productores de productos de merchandising, mediante el otorgamiento de una serie de licencias para la elaboración de productos auténticos, que tienen en su diseño diversas variantes del Toro de Osborne. Con ello, se ha prácticamente solucionado un problema de falsificaciones y se obtienen nuevos ingresos por explotación de licencia de marca. Finalmente, Dña. Elsa Gomes, Managing Director de Iberia Copyright Promotion Licensing Group, expuso como una de sus empresas la WWE, la entidad gestora de los derechos de transmisión del "wrestling" ha luchado durante varios años contra la utilización indebida de sus derechos de uso y retransmisión.



La Jornada contó con la presencia de más de 50 asistentes, todos expertos profesionales del mundo de la propiedad industrial, quienes pudieron debatir con los ponentes, diversos temas de actualidad, mediante turnos de preguntas.

A la finalización de la Jornada se sirvió un Cocktail donde tanto ponentes como asistentes pudieron charlar de manera más sosegada sobre diversas cuestiones.

