



'La verdad de las falsificaciones'

Industria lanza su campaña anual contra las falsificaciones

- **Reyes Maroto: “Creemos imprescindible sensibilizar a la opinión pública y a los consumidores acerca de las consecuencias negativas sobre la economía, el empleo y la innovación, así como el riesgo para la salud y la seguridad del usuario”.**

23 de noviembre de 2022. La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, ha lanzado hoy una nueva campaña de sensibilización contra la compra de productos falsificados y sus consecuencias sociales y económicas con el eslogan 'La verdad de las falsificaciones', que tiene como objetivo informar de las consecuencias que tiene la compra de productos falsificados y concienciar a toda la población, con especial incidencia en los más jóvenes, de la importancia de un consumo responsable y seguro.

Según ha destacado la ministra **Reyes Maroto**, “creemos imprescindible sensibilizar a la opinión pública y a los consumidores acerca de las consecuencias negativas sobre la economía, el empleo y la innovación, así como el riesgo para la salud y la seguridad del usuario. Como todos sabemos, el fenómeno de las falsificaciones perjudica al comercio de proximidad, promueve la economía sumergida y no pasa los controles de calidad que garantizan un consumo seguro. Por este motivo hemos puesto la lucha contra las falsificaciones en la agenda política y pública, para implicar al mayor número de actores tanto institucionales como del sector privado”.

“Y junto a la sensibilización, la campaña tiene como objetivo cambiar actitudes y comportamientos respecto a la adquisición de productos falsificados”, ha recordado la ministra.

El acto ha contado además con la participación de la comandante de la Guardia Civil, **Beatriz Vernet**, así como de la directora de la Oficina de Patentes y Marcas, **Aida Fernández**, y del subsecretario del Ministerio y presidente de la OEPM, **Pablo Garde**, que ha sido el encargado de conducir el evento.

Campaña institucional

El lema elegido es 'La verdad de las falsificaciones' cuya presentación se hace coincidir con el *black friday*, momento en el que se realizan más compras de productos online, siendo este medio en el que más está creciendo el consumo de falsificaciones.

La campaña está centrada en **concienciar y sensibilizar** al público a través de un mensaje creativo de los riesgos y problemas tanto sociales como individuales derivados de la compra de falsificaciones. Mediante un *claim original*, que llame a atención del receptor, sea fácilmente compartible y con el que se pretende generar conversación y **notoriedad**.

La publicidad estará presente en televisión, radio, internet, prensa, así como en redes sociales con la etiqueta **#Laverdaddelasfalsificaciones**.

La fecha de finalización de la campaña será **el próximo 21 de diciembre coincidiendo, del mismo modo, con los días previos a las fechas navideñas** durante los cuales el comercio experimenta unas ventas más elevadas.

Desde la Oficina Española de Patentes y Marcas se ofrece información actualizada sobre el fenómeno de las falsificaciones que se puede consultar en el siguiente sitio web: <https://stopfalsificaciones.oepm.es/>

La importancia de los productos falsificados

Estos datos confirman que la piratería y la falsificación siguen constituyendo una grave amenaza para la salud y el bienestar de los consumidores, así como para la economía y el empleo.

Según el último estudio de la Oficina de Propiedad Intelectual de la UE, la pandemia de la COVID-19 y el consiguiente aumento del comercio on-line y del consumo de contenidos digitales ha aumentado la distribución de productos falsificados y pirateados. Las importaciones de productos falsificados y pirateados representan el 6,8 % de las importaciones de la UE, por valor de 121.000 millones EUR, lo que perjudica a las empresas y, en particular, a las pymes. Lo más alarmante es que un número cada vez

mayor de estos productos son medicamentos, alimentos, cosméticos y juguetes falsificados.

El comercio online se ha convertido en el principal canal de distribución de productos falsificados:

- Más del 50% de los productos falsificados incautados en las fronteras de la UE proceden del comercio electrónico.
- Los principales productos falsificados que se venden online son artículos de perfumería y cosmética, productos farmacéuticos y gafas de sol.

Otro dato importante es que los jóvenes compran más productos falsificados y siguen accediendo a contenido pirateado:

- Más de la mitad (el 52%) de los europeos encuestados, de entre 15 y 24 años, reconoce haber adquirido al menos un producto falsificado online durante el último año, tanto deliberada como accidentalmente, y una tercera parte (el 33%) declara haber accedido a contenidos digitales a partir de fuentes ilegales.
- Entre quienes lo hicieron deliberadamente, el 37% adquirió un producto falsificado y el 21% utilizó, reprodujo, descargó o retransmitió en línea contenidos procedentes de fuentes ilegales.
- En España, el 45% de los jóvenes adquirió una falsificación a propósito y el 25% accedió conscientemente a contenido pirateado.
- El precio y la disponibilidad siguen siendo los principales factores que se tienen en cuenta a la hora de adquirir falsificaciones y acceder a contenidos digitales pirateados, pero la influencia del entorno cercano y la sociedad también juega un papel cada vez más importante.