

UNA VISIÓN INTEGRAL FRENTE A LAS FALSIFICACIONES DESDE LA ÓPTICA DE LOS TITULARES DE MARCAS



Jornada Stop Manta
Peñíscola

José Antonio Moreno Campos
Director general de ANDEMA

INDICE

- Presentación de ANDEMA.
- Importancia de la propiedad industrial
- Impacto de las falsificaciones
- Caracterización del fenómeno delictivo de las falsificaciones
- Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones:
 - Marco jurídico eficaz
 - Marco institucional eficaz
 - Coordinación y cooperación público-privada
 - Eficacia de acción policial
 - Formación y especialización
 - Fallos judiciales desincentivadores
 - Sensibilización del consumidor
- Retos para los titulares de marcas:
 - Resolución del almacenamiento y destrucción de mercancías falsificadas
 - Colaboración de terceros intermediarios
 - Fallos judiciales contundentes
 - Sensibilización del consumidor
 - Voluntad política

INDICE

- Presentación de ANDEMA.
- Importancia de la propiedad industrial
- Impacto de las falsificaciones
- Caracterización del fenómeno delictivo de las falsificaciones
- Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones:
 - Marco jurídico eficaz
 - Marco institucional eficaz
 - Coordinación y cooperación público-privada
 - Eficacia de acción policial
 - Formación y especialización
 - Fallos judiciales desincentivadores
 - Sensibilización del consumidor
- Retos para los titulares de marcas:
 - Resolución del almacenamiento y destrucción de mercancías falsificadas
 - Colaboración de terceros intermediarios
 - Fallos judiciales contundentes
 - Sensibilización del consumidor
 - Voluntad política

ANDEMA es una asociación sin ánimo de lucro creada hace 30 años y hoy compuesta por 70 empresas pertenecientes a todos los sectores de actividad industrial y de servicios, que creen en importancia de las marcas como principal activo intangible generador de riqueza y valor añadido y la necesidad de una defensa común frente a los infractores de sus derechos que pretenden aprovecharse indebidamente del valor generado, fundamentalmente mediante copias o imitaciones y falsificaciones.



ANDEMA persigue los siguientes **objetivos**:

- Promover la defensa de la marca y otros derechos de propiedad industrial frente a infracciones de derechos, incluidas las imitaciones o copias y falsificaciones.
- Mejora del marco jurídico de las marcas y otros derechos de propiedad de propiedad industrial mediante la participación en consultas públicas y colaborando con el regulador.
- Dar a conocer la importancia de las marcas y las razones para rechazar el consumo de copias y falsificaciones de productos protegidos por marca, elevando el nivel de sensibilización del consumidor, medios de comunicación, jueces, políticos y contribuyendo a la formación de policías y agentes de Aduanas.
- Elaborar estudios sobre la marca desde distintas ópticas: jurídica, económica y social.
- Generar una opinión pública favorable al respeto de las marcas y otros derechos de propiedad industrial

ANDEMA colabora con las siguientes **instituciones españolas**:

- Consejo General del Poder Judicial
- Fiscalía General del Estado
- Asociaciones Profesionales de Jueces
- Audiencias Provinciales
- Oficina Española de Patentes y Marcas (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo)
- Agencia Tributaria – Subdirecciones de Gestión Aduanera y Vigilancia Aduanera
- Cuerpo Nacional de Policía
- Guardia Civil
- Policías Locales
- Policías Autonómicas
- Comisión Intersectorial para Actuar contra las Actividades Vulneradoras de los Derechos de Propiedad Industrial

ANDEMA colabora con las siguientes **instituciones europeas**:

- Oficina de la Propiedad Industrial de la Union Europea (EUIPO).
- Observatorio Europeo contra las Infracciones de Derechos de Propiedad Intelectual (e Industrial)
- DG Growth, Dirección General de la Comisión Europea.

ANDEMA participa y colabora con **otras entidades**:

- Global Anti-Counterfeiting Group Network (GACG)
- Association des Industries de Marque (AIM)

Asociados actuales de ANDEMA:



Asociados actuales de ANDEMA:



Página corporativa de ANDEMA:



The screenshot shows the homepage of the ANDEMA website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Base de datos', 'Área Asociados', 'ES | EN', and a search bar. The main header features the 'An de UMA' logo and a '30 ANIVERSARIO' graphic. Below the header, a red navigation bar contains links for 'Inicio', 'Qué son las marcas', 'Sobre ANDEMA', 'Empresas asociadas', 'Cómo Asociarse', 'Publicaciones', and 'Actualidad'. The main content area features a quote from Rosa Tous: "Detrás de cada marca, hay una personalidad, unos valores y, sobretodo, un gran equipo. Defender las marcas es responsabilidad de todos." The quote is attributed to 'ROSA TOUS Presidenta de ANDEMA, y Vicepresidenta Corporativa de TOUS'. To the right of the quote is a portrait of Rosa Tous. To the right of the portrait is a sidebar with links for 'Empresas Asociadas', 'Certificados de Renombre', 'Publicaciones', and 'Agenda'. Below the quote, there is a section titled 'Sobre ANDEMA' with the text: 'Andema es la asociación que defiende los derechos de la marca de las empresas en España'. At the bottom of the page, there is a red footer bar with the word 'ACTUALIDAD' in the center. Below this, a cookie consent message is displayed, and at the very bottom, there is a Windows taskbar with various pinned icons.

INDICE

- Presentación de ANDEMA.
- Importancia de la propiedad industrial
- Impacto de las falsificaciones
- Caracterización del fenómeno delictivo de las falsificaciones
- Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones:
 - Marco jurídico eficaz
 - Marco institucional eficaz
 - Coordinación y cooperación público-privada
 - Eficacia de acción policial
 - Formación y especialización
 - Fallos judiciales desincentivadores
 - Sensibilización del consumidor
- Retos para los titulares de marcas:
 - Resolución del almacenamiento y destrucción de mercancías falsificadas
 - Colaboración de terceros intermediarios
 - Fallos judiciales contundentes
 - Sensibilización del consumidor
 - Voluntad política

Estudio de la OEPM, ANDEMA y Universidad de Alicante

Impacto de las marcas en la economía y sociedad españolas

Resumen ejecutivo

Ó NYDESARROLLOAPAAPIBTHBFPA MOF
OPNFIMPUESTOSNCGR TGVMQAPOYHWNFG
IZMLPLGHTBMARLEXPORTACIONESÑJ
GAEVJLPVIMPACTONSICCOMERCIOKKI
KTBEEÑYBMA DDSPUBLICIDADFLEJB
MÍABVOEPMARCASMQPLGFÑFDVERMBXFF
YGINNOVACIÓNYDESARROLLOAPAAPIB
HJSTLNWUTGOPNFIMPUESTOSNCGR TGVM
ELNIZODVANZMLPLGHTBMLNZODVAN
PANDEMARI GAEVJLPVIMPACTOTLNWUI

➤ www.andema.org

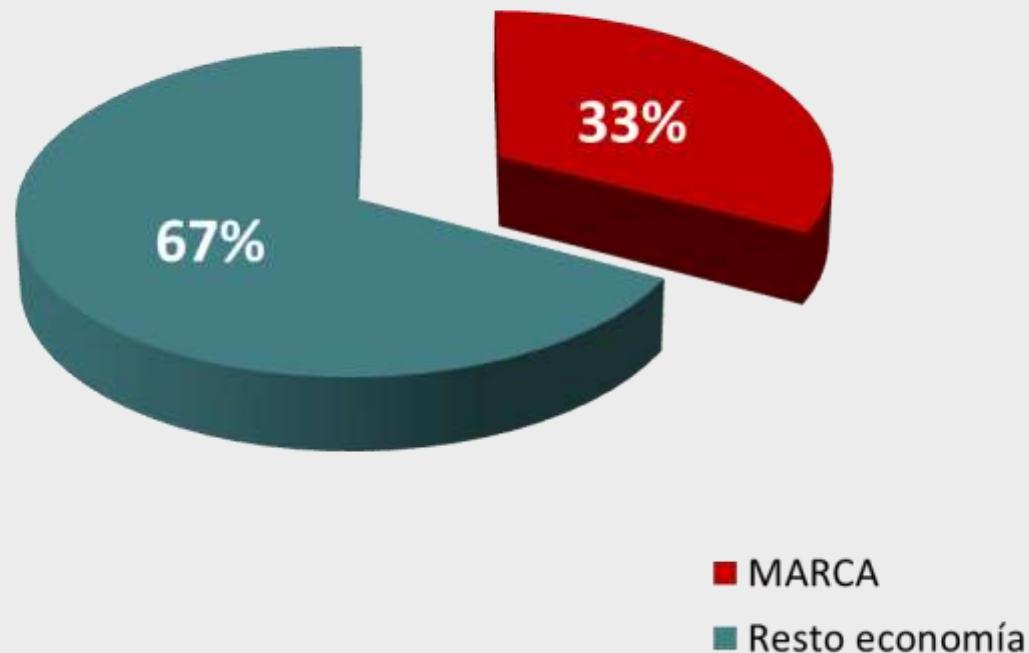
Magnitudes analizadas



Magnitudes analizadas

■ EMPLEO

Las marcas proporcionan empleo a más de 6.100.000 personas (33%) del total del empleo en España.

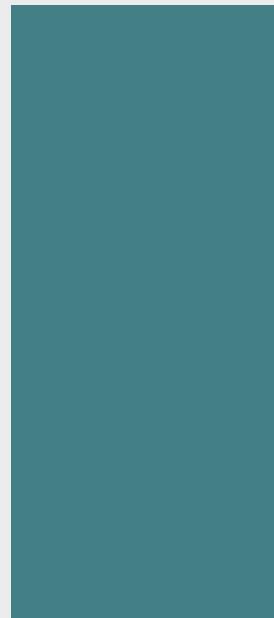


Magnitudes analizadas

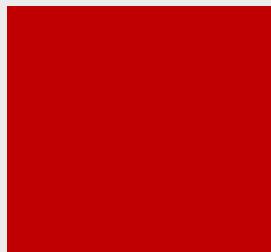
■ PIB

Las marcas suponen 420.000 millones de euros (40%) sobre el total del PIB español.

1.051.342 mill
€



420.650 mill €



■ PIB economía

■ PIB marcas

Magnitudes analizadas

■ Impuestos y tributos

- Las marcas aportan 73.500 millones de euros en concepto de impuestos:

IS: 8.500 millones de euros (52%)

IRPF: 25.000 millones de euros (36%)

IVA: 25.000 millones de euros (51%)

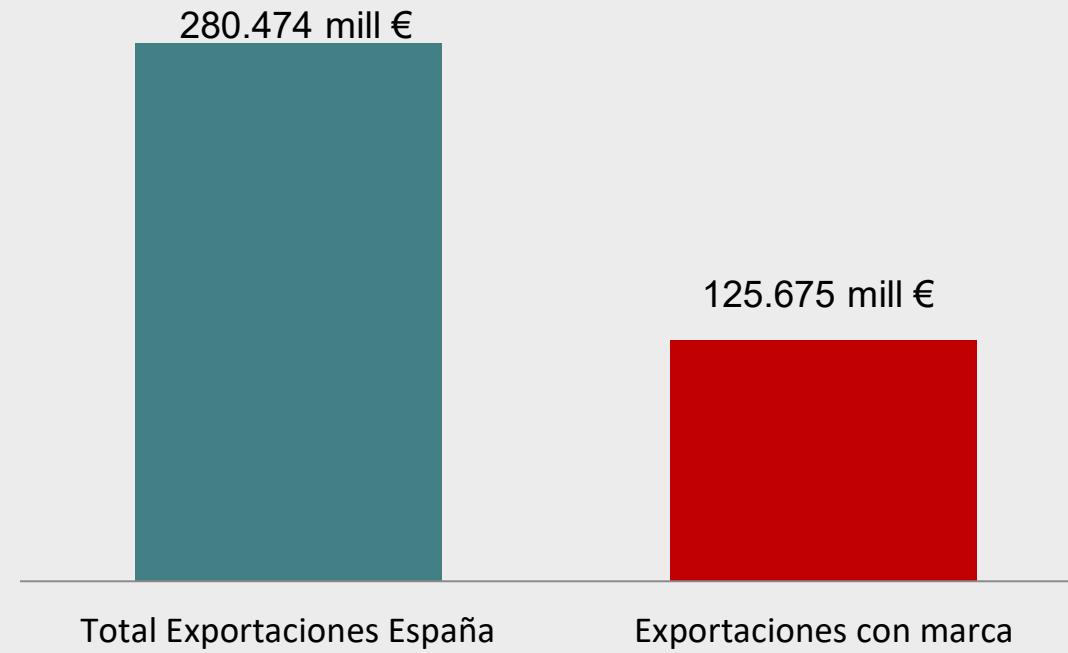
IIEE: 15.000 millones de euros (75%)

- Las marcas aportan 70.500 millones de euros en concepto de cotizaciones a la Seguridad Social.

Magnitudes analizadas

■ Exportaciones

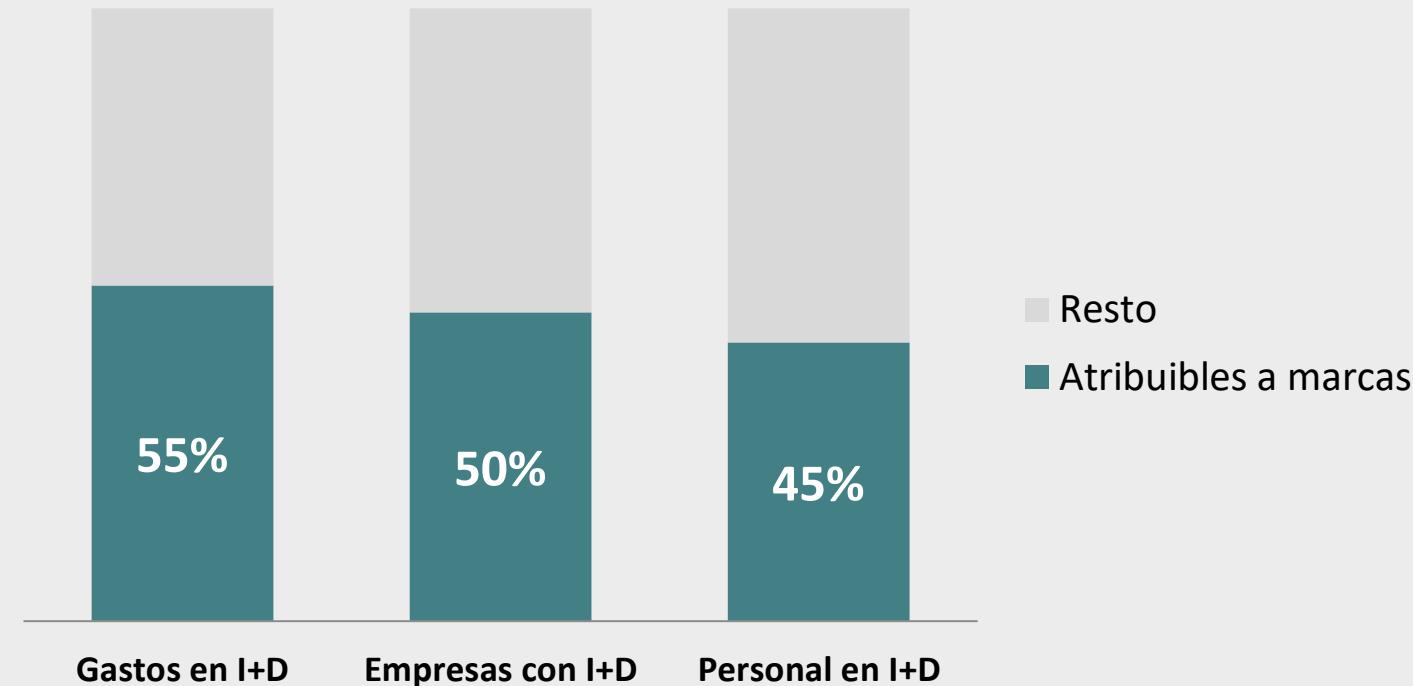
Las marcas representan **125.600 millones de euros (45%)** del total de las exportaciones españolas.



Magnitudes analizadas

- I+D

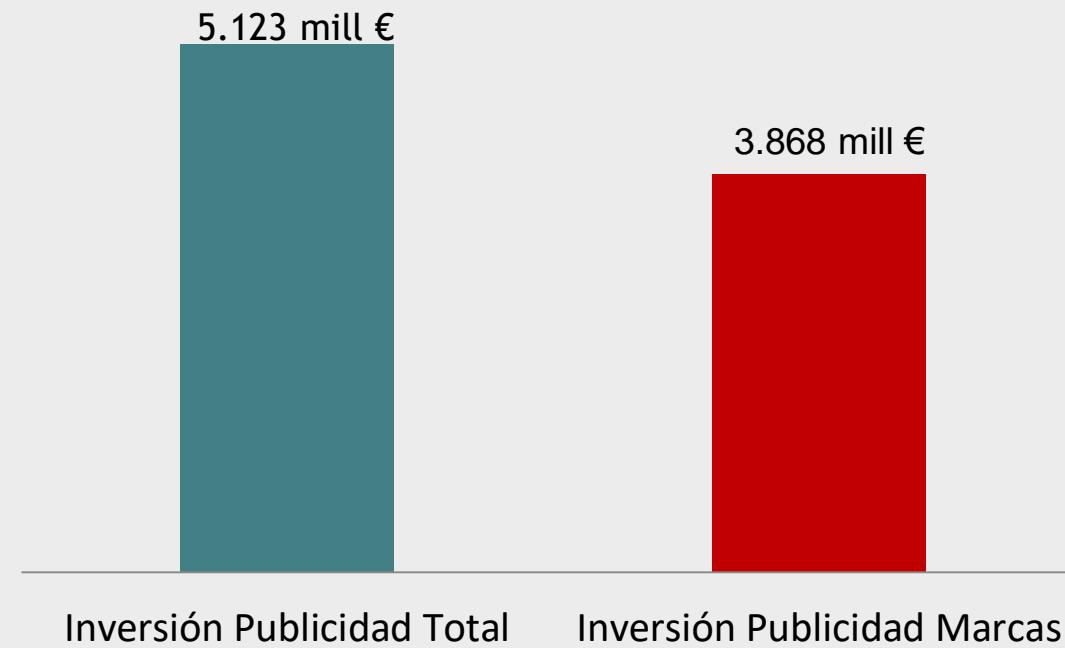
Las marcas representan 4.100 millones de euros (55%) del total de la inversión en I+D.



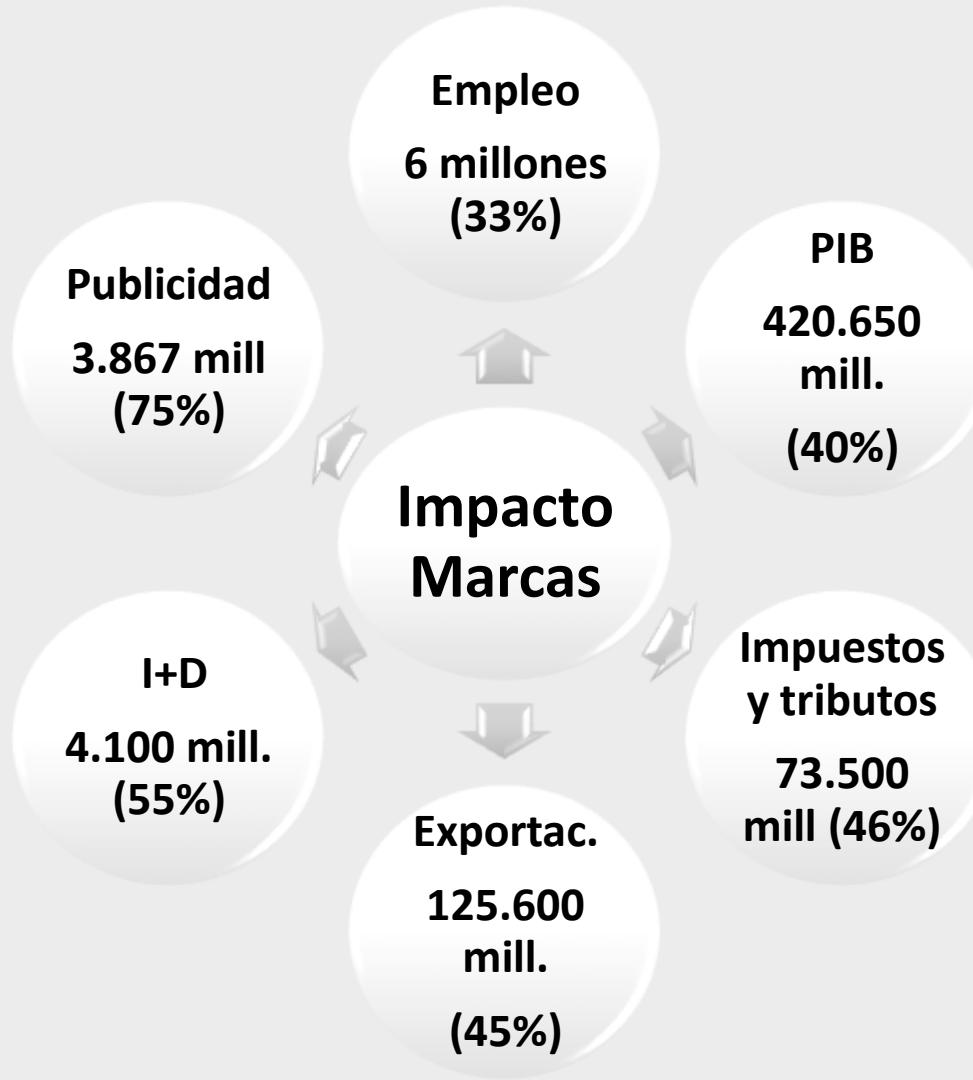
Magnitudes analizadas

■ Publicidad

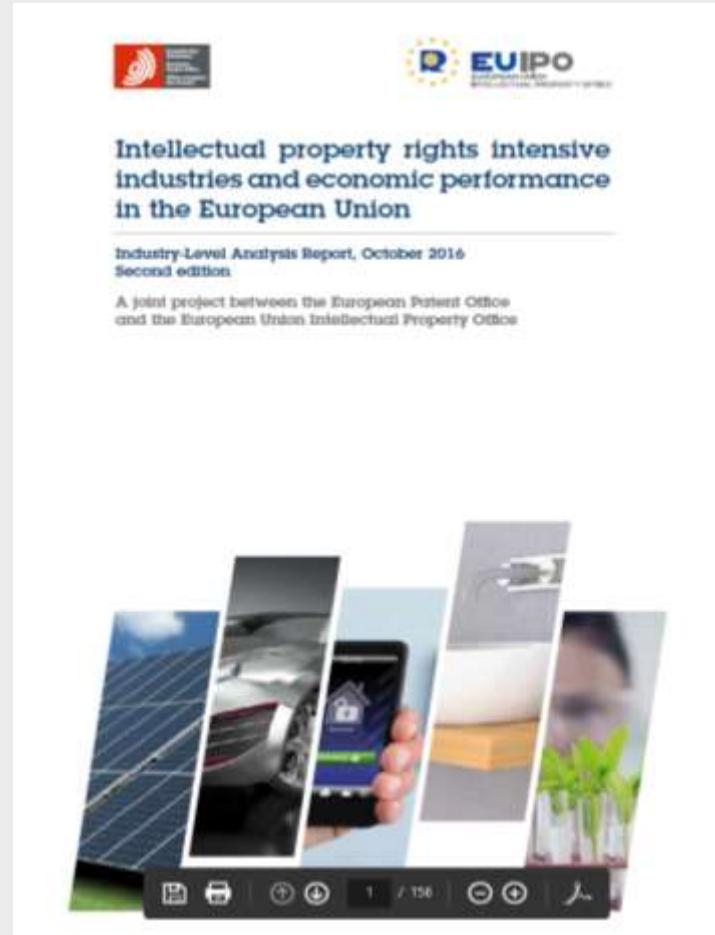
Las marcas invierten más de **3.860 millones de euros** en publicidad, en términos comparativo, el 75% del total de las inversiones en publicidad



Conclusión



Estudio de la Oficina de la Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) y la Oficina de Patente Europea (EPO)



EMPLEO

Sumando los empleos directos (27,8%) junto a los empleos indirectos (10,3%), los sectores intensivos en DPI aportan el 38,1 % de los puestos de trabajo de la UE. Es decir, 1 de cada 3 trabajadores.

Table 1:
Direct and indirect contribution of IPR-intensive industries
to employment, 2011-2013 average

IPR-intensive industries	Employment (direct)	Share of total employment (direct)	Employment (direct+indirect)	Share of total employment (direct+indirect)
Trade-mark-intensive	45,789,224	21.2%	65,486,334	30.3%
Design-intensive	25,662,683	11.9%	38,673,508	17.9%
Patent-intensive	22,268,215	10.3%	36,021,154	16.7%
Copyright-intensive	11,630,753	5.4%	15,240,509	7.1%
GI-intensive	n/a	n/a	399,815	0.2%
PVR-intensive	1,018,754	0.5%	1,220,410	0.6%
All IPR-intensive	60,032,200	27.8%	82,214,925	38.1%
Total EU employment			215,808,033	

Note: due to overlapping use of IP rights, the sum of the figures for the individual IPR exceeds the total figure for IPR-intensive industries.

PIB

Los sectores intensivos en DPI generan casi el 42,3 % del PIB de la UE, lo que supone una aportación de 5,3 billones € al total del PIB de la UE.

Table 2:
Contribution of IPR-intensive industries to GDP, 2011-2013 average

IPR-intensive industries	Value Added / GDP (€ million)	Share of total EU GDP
Trade-mark-intensive	4,812,310	35.9%
Design-intensive	1,788,811	13.4%
Patent-intensive	2,035,478	15.2%
Copyright-intensive	914,612	6.8%
GI-intensive	18,109	0.1%
PVR-intensive	51,710	0.4%
All IPR-intensive	5,664,168	42.3%
Total EU GDP	13,387,988	

Note: due to overlapping use of IP rights, the sum of the figures for the individual IPR exceeds the total figure for IPR-intensive industries.

REMUNERACION

Dado que los sectores intensivos en DPI generan el 39 % del PIB y el 26 % del empleo (directo), el valor añadido por empleado en dichos sectores es superior al del resto de la economía. Un empleado puede ganar de media un 41% más.

	Coste medio del personal (EUR a la semana)	Prima (en comparación con los sectores no intensivos en DPI)
Sectores intensivos en marcas	719	42 %
Sectores intensivos en dibujos	666	31 %
Sectores intensivos en patentes	831	64 %
Sectores intensivos en derechos de autor	856	69 %
Sectores intensivos en IG	739	46 %
Todos los sectores intensivos en DPI	715	41 %
Sectores no intensivos en DPI	507	
Todos los sectores (incluidos en la SBS)	589	

INDICE

- Presentación de ANDEMA.
- Importancia de la propiedad industrial
- **Impacto de las falsificaciones**
- Caracterización del fenómeno delictivo de las falsificaciones
- Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones:
 - Marco jurídico eficaz
 - Marco institucional eficaz
 - Coordinación y cooperación público-privada
 - Eficacia de acción policial
 - Formación y especialización
 - Fallos judiciales desincentivadores
 - Sensibilización del consumidor
- Retos para los titulares de marcas:
 - Resolución del almacenamiento y destrucción de mercancías falsificadas
 - Colaboración de terceros intermediarios
 - Fallos judiciales contundentes
 - Sensibilización del consumidor
 - Voluntad política

5 Consecuencias negativas que suponen las falsificaciones para la sociedad

- ① Reducen las inversiones en I+D y destruyen puestos de trabajo.
- ② Atentan contra la salud y la seguridad de los consumidores.
- ③ Afectan económicoamente a las pequeñas y medianas empresas.
- ④ Disminuyen los ingresos en impuestos debido a la caída de ventas declaradas y legales.
- ⑤ Conforman una de las actividades predilectas del crimen organizado.



PÉRDIDAS ECONÓMICAS POR FALSIFICACIÓN EN 13 SECTORES

España

9,3 %

6 175
millones EUR

PÉRDIDAS DE VENTAS AL AÑO
debido a las falsificaciones

133 EUR

EUROS PERDIDOS POR HABITANTE

40 131

TOTAL DE EMPLEOS PERDIDOS

UE

7,5 %

58 937
millones EUR

116 EUR

434 701

5 SECTORES MÁS IMPORTANTES POR PÉRDIDA DE VENTAS EN ESPAÑA



2 063 millones EUR
8,2 %

1 432 millones EUR
7,6 %

933 millones EUR
16,2 %

581 millones EUR
11,1 %

386 millones EUR
10 %

 PRENDAS DE VESTIR

 MEDICAMENTOS

 COSMÉTICOS

 VINOS Y ESPIRITUOSOS

 SMARTPHONES

23 247 millones EUR
8,1 %

15 953 millones EUR
6,6 %

5 828 millones EUR
8,9 %

2 744 millones EUR
6,9 %

4 212 millones EUR
8,3 %



Caracterización del fenómeno delictivo de las falsificaciones hoy:

- Control por bandas que controlan otros tráficos: drogas, tráfico de seres humanos, prostitución, así como blanqueo de capitales.
- Altamente lucrativo y escasa respuesta penal relativa.
- Ventas “físicas” de falsificaciones crecientes en ciudades como Barcelona, Madrid y ciudades marítimas de Cataluña.
- Incremento de la venta de falsificaciones por plataformas de comercio electrónico y páginas webs .

Marca y falsificación: situación actual

- Fenómeno criminal mundial, con conexiones internacionales
- Altamente profesionalizado
- Muy opaco en sus eslabones superiores de importación y distribución
- Impacto económico a nivel mundial muy difícil de evaluar:
 - G-20: US\$ 650.000 millones al año
 - OCDE: US\$ 250.000 millones de dólares (sin incluir los bienes producidos y distribuidos domésticamente ni piratería digital distribuida y adquirida vía Internet)
 - El Foro Económico de Davos, reunido en Suiza, estimó en US\$ 450.000 millones el comercio de falsificaciones en el mundo.
 - OCDE-EUIPO: 509.000 millones de dólares, un 3,3% del comercio internacional

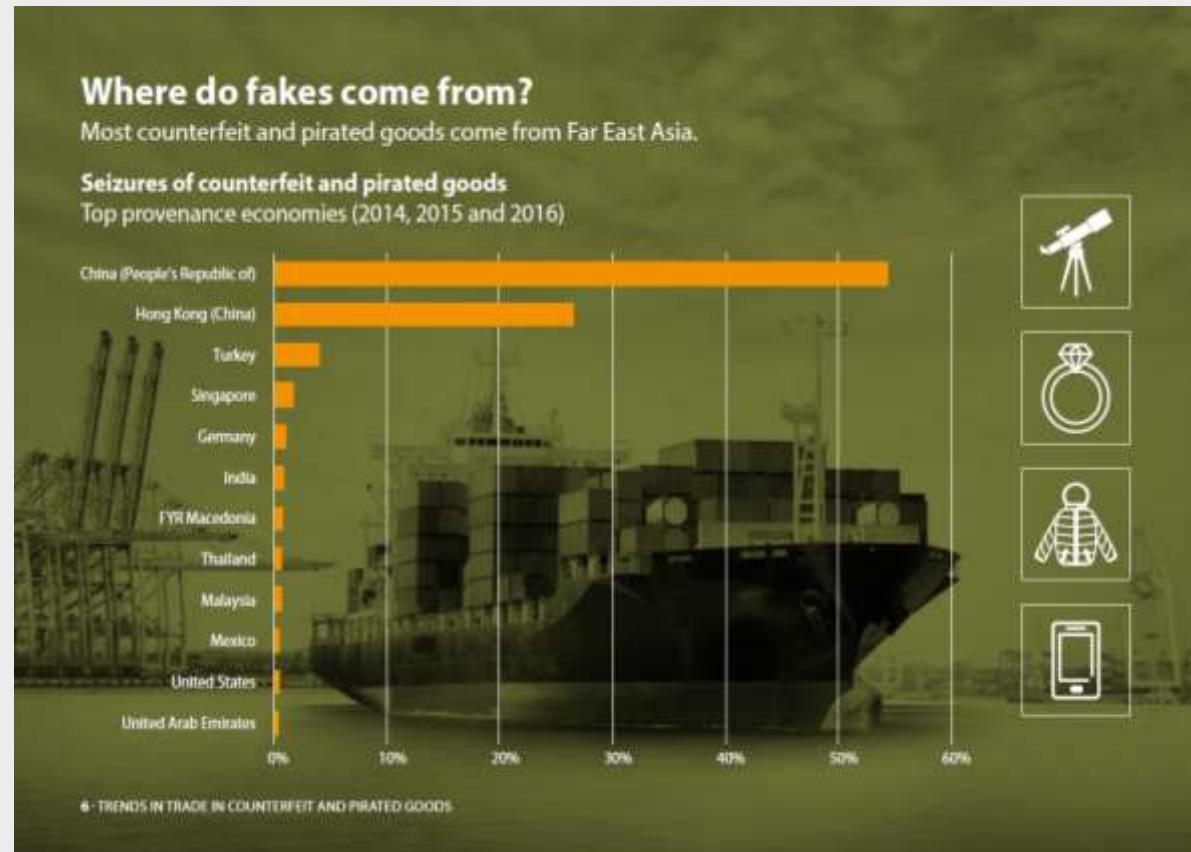
Marca y falsificación: situación actual

- Gran conocimiento del comercio internacional y de los puntos flacos en Aduanas.
- Origen de las mercancías mayoritariamente en China. Especialización sectorial en otros países: India para medicamentos, Egipto para artículos alimenticios y Turquía para cosméticos y perfumes.
- Utilización de puntos de tránsito para el transporte de mercancías desde Asia a Europa, que funcionan como “hubs” para el tráfico de contenedores.
- Dichos puntos de tránsito disponen de grandes Zonas de Libre Comercio, zonas donde se cambian, documentan y reetiquetan las cargas de los contenedores, para ocultar el verdadero lugar de origen del producto (frecuentemente China) completar el proceso de elaboración del producto, añadiéndole marcas o envasado.

Marca y falsificación: productos más intervenidos



Marca y falsificación: procedencia de productos más intervenidos



Marca y falsificación: principales modos de entrada de falsificaciones



How are fakes transported?

In terms of value, fakes transported by container ship dominate.

In terms of number of seizures, trafficking fakes by small parcels is growing, becoming a significant problem for enforcement.



Principales productores y puntos de tránsito de falsificaciones con destino a la Unión Europea

The key **producers** and **transit points** for fake goods



\$461bn
total import value
of counterfeit
& pirated goods
in 2013

Values of trade in fakes in ten of
the top product categories



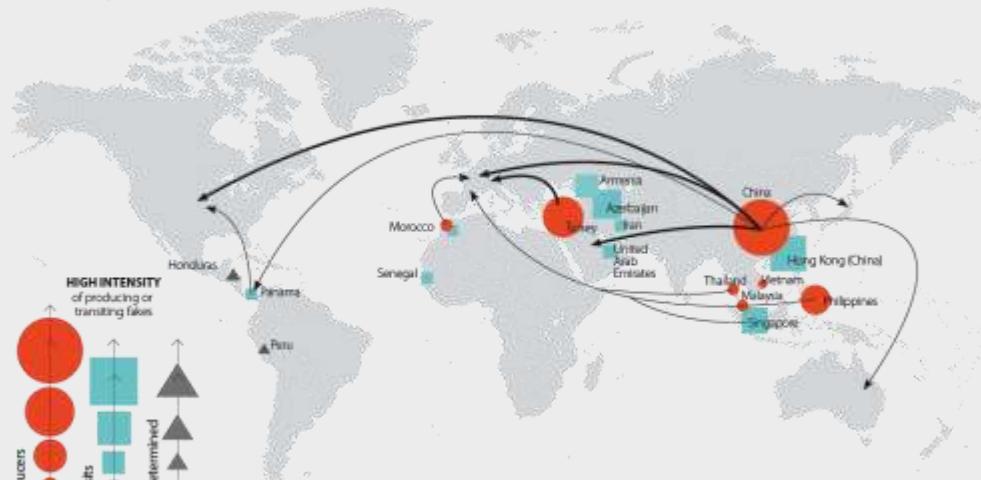
63%
of all seized fakes
were shipped by
postal & express
services. Growing
challenge for law
enforcement!

Transportation modes
by value of seizures



Principales productores y puntos de tránsito de productos de deporte falsificados con destino a la Unión Europea

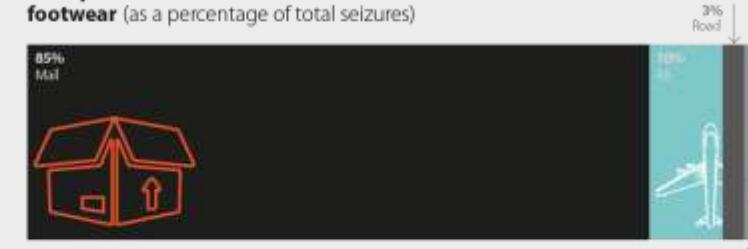
The key trade routes for fake footwear



\$13.3bn
the global trade value of fake footwear

10.5%
the total share
of fakes in global
trade in footwear

Transportation methods for counterfeit
footwear (as a percentage of total seizures)



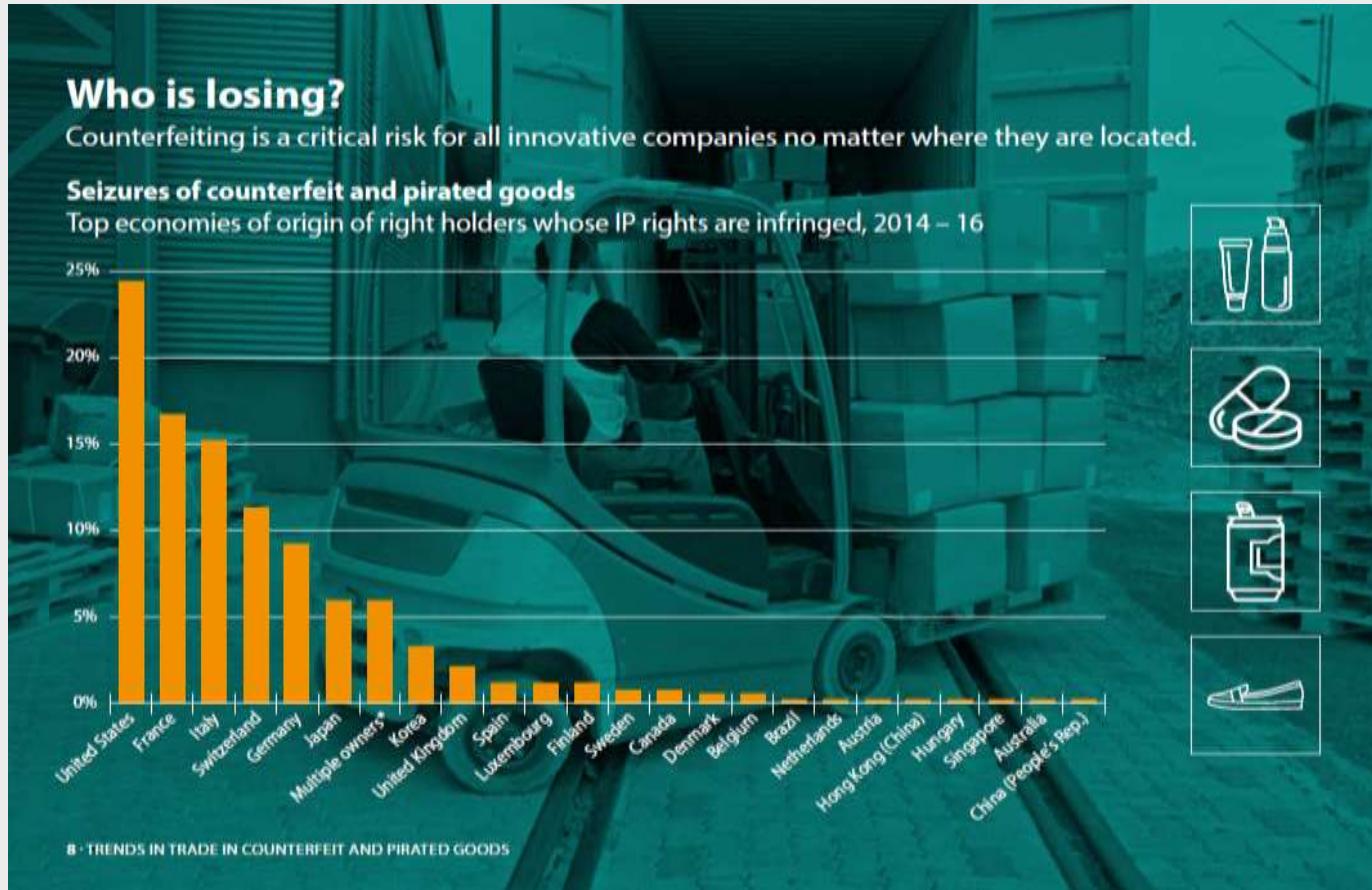
Size of shipments

>10 items	8%
6-10 items	4%
2-5 items	24%
1 item	64%

Some of the most common seizures of footwear



Marca y falsificación: principales países perjudicados



INDICE

- Presentación de ANDEMA.
- Importancia de la propiedad industrial
- Impacto de las falsificaciones
- **Caracterización del fenómeno delictivo de las falsificaciones**
- Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones:
 - Marco jurídico eficaz
 - Marco institucional eficaz
 - Coordinación y cooperación público-privada
 - Eficacia de acción policial
 - Formación y especialización
 - Fallos judiciales desincentivadores
 - Sensibilización del consumidor
- Retos para los titulares de marcas:
 - Resolución del almacenamiento y destrucción de mercancías falsificadas
 - Colaboración de terceros intermediarios
 - Fallos judiciales contundentes
 - Sensibilización del consumidor
 - Voluntad política

Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones: **marco jurídico eficaz**

Normativa que aprueba medidas para luchar contra la venta de falsificaciones:

1. A nivel aduanero, el Reglamento (UE) nº 608/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de junio de 2013, relativo a la vigilancia por parte de las autoridades aduaneras del respeto de los derechos de propiedad intelectual y por el que se deroga el Reglamento (CE) nº 1383/2003 del Consejo.

La respuesta aduanera es armonizada a nivel de los Estados miembros.

2. Leyes que aprueban medidas penales para luchar contra las falsificaciones son leyes nacionales, dado que la Unión Europea no tiene competencias.

Ley Orgánica 1/2015, de 30 de marzo, por la que se modifica la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal, introdujo una nueva redacción del artículo 274 del Código Penal

➤ Las distintas conductas criminales asociadas al delito contra la propiedad industrial se estratifican en tres:

1. Importación, fabricación o producción al por mayor
2. Distribución o comercialización al por menor
3. Venta ambulante u ocasional

Y a cada una de ellas se les otorga una respuesta penal diferente y proporcional a la gravedad de la misma, con vistas a que los jueces puedan modular la pena en función de dicha gravedad y que las infracciones contra la propiedad industrial no reciban una absolución que, muchas veces, estaba provocada por una respuesta penal desproporcionada prevista en el artículo 274.

3. Ordenanzas municipales que regulan las infracciones y sanciones administrativas a la venta ambulante ilegal.

Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones: **marco jurídico eficaz**

Aprobación el pasado 26 de Marzo de 2015 por Congreso de Diputados de la **Ley Orgánica 1/2015, de 30 de marzo**, por la que se modifica la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal, que incorpora un nuevo artículo 274 y una Disposición Final Segunda modifica el artículo 367 de la Ley de Enjuiciamiento Criminal:

Principales novedades:

- Las distintas conductas criminales asociadas al delito contra la propiedad industrial se estratifican en tres:
 1. Importación, fabricación o producción al por mayor
 2. Distribución o comercialización al por menor
 3. Venta ambulante u ocasional

Y a cada una de ellas se les otorga una respuesta penal diferente y proporcional a la gravedad de la misma, con vistas a que los jueces puedan modular la pena en función de dicha gravedad y que las infracciones contra la propiedad industrial no reciban una absolución que, muchas veces, estaba provocada por una respuesta penal desproporcionada prevista en el artículo 274.
- Se eleva las penas para las conductas más graves hasta 4 años, convirtiendo dicho delito en grave, lo que permite a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado la solicitud al juez de medidas de injerencia –pinchazos telefónicos, registros en domicilio....-

Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones: **marco jurídico eficaz**

- 2009, creación del Observatorio Europeo contra las Falsificaciones y la Piratería.
- Desde 2012, el Observatorio es gestionado por la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI, ahora llamada EUIPO), en Alicante y cambia su nombre a Observatorio Europeo sobre Vulneraciones de los Derechos de Propiedad Intelectual.
- Trabajo conjunto de representantes de los 28 Estados Miembros y representantes del sector privado de todos los subsectores industriales.
- Grupos de trabajo:
 - Legal
 - Estadística
 - Propiedad Industrial en el Mundo Digital
 - Sensibilización del consumidor
 - Observancia de derechos

Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones: **marco jurídico eficaz**

- 2 Marzo 2006, creación de la Comisión Intersectorial para actuar contra las actividades vulneradoras de los Derechos de Propiedad Industrial
- Real Decreto 54/2014
- Composición:
 - Ministerio de Industria, Comercio y Turismo
 - Ministerio de Exteriores y Cooperación
 - Ministerio de Justicia
 - Ministerio de Defensa
 - Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas
 - Ministerio de Interior
 - Ministerio de Educación Cultura y Deporte
 - Ministerio de Empleo y Seguridad Social
 - Ministerio de Economía y Competitividad
 - Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad
 - Representante del Consejo de Consumidores y Usuarios
 - 3 Asociaciones representativas en la defensa de Derechos de Propiedad Industrial

Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones: coordinación y cooperación público-privada

- Dada la complejidad del fenómeno de falsificaciones, resulta capital la coordinación y cooperación público-privada:
 - Mejora del marco jurídico
 - Proveer y compartir inteligencia
 - Formación y especialización en la materia
 - Coorganización de campañas de sensibilización

ANDEMA realiza numerosas actividades de cooperación con EUIPO y el Observatorio Europeo sobre Vulneraciones de Derechos de Propiedad Industrial, con la OEPM, con Aduanas, con el Cuerpo Nacional de Policía, Guardia Civil, Policías Autonómicas y Locales...

Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones: **eficaz acción policial**

- Importancia de la acción policial frente a las falsificaciones que no han sido detectadas por Aduanas: pequeñas cantidades, pero repartidas por todo el territorio aduanero.
- Competencias compartidas en la lucha contra las falsificaciones generan distorsiones e ineficiencias:
 - A nivel nacional: CNP y Guardia Civil
 - A nivel autonómico: Ertzaintza y Mossos d'Esquadra
 - A nivel local: Guardia Urbana de Barcelona, Policía Municipal de Madrid y Policías Locales
- Necesidad de coordinación interpolicial
- Gran cambio en la persecución de delitos de falsificaciones en los últimos 5 años.
- Policía está realizando menos acciones contra manteros (clima social hostil) y más investigaciones sobre eslabones más altos de la cadena.
- Enfoque, delitos contra la propiedad industrial como crimen organizado: investigaciones e intervenciones por distintos delitos: blanqueo de dinero, delito contra la Hacienda Pública, tráfico de seres humanos, explotación laboral...

Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones: **fallos judiciales desincentivadores**

- Muchos Juzgados de lo Penal y muchas Audiencias Provinciales absuelven a demandados en procedimientos penales por delitos contra la propiedad industrial, en base a:
 - Doctrina del error del consumidor
 - Principio de intervención mínima del Derecho Penal
- Los beneficiarios de las falsificaciones consideran que este es un negocio criminal muy lucrativo y con escasa respuesta penal.
- La multa con la que terminan muchos procedimientos se descuenta en la contabilidad de estos criminales como un coste más.
- Escaso incentivo a que grupos criminales beneficiarios de falsificaciones dejen de cometer estos delitos, frente a los inmensos beneficios económicos que le reportan.
- Necesitamos fallos judiciales mucho más contundentes, que envíe una señal clara a los falsificadores de que nuestros Estados no permitirán que haya un lucro a costa de la infracción de los derechos de propiedad industrial.

Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones: **formación y especialización**

- Fenómeno de delitos contra la propiedad industrial es evolutivo y dinámico: importancia de tener formación actualizada
- ANDEMA lleva más de 15 años participando en cursos de formación y especialización en materia de falsificaciones de productos, con peritos designados por las marcas:
 - CNP: Curso de Delitos contra la Propiedad Industrial e Intelectual y Curso de Peritajes sobre Falsedad Documental, en la Academia de Ávila
 - Guardia Civil
 - Policías Autonómicas y Locales, a demanda, con cursos personalizados por sectores de interés.
- Academia del Observatorio Europeo sobre las Vulneraciones de Derechos de Propiedad Intelectual organiza formación especializada por sectores a policías y jueces de países de la Unión Europea.
- Debería invitarse a participar a aquellos jueces cuyos fallos revelan una escasa comprensión de la realidad de las falsificaciones y de las consecuencias socio-económicas de que un Estado miembro no combatá dicha fuente de economía sumergida.

INDICE

- Presentación de ANDEMA.
- Importancia de la propiedad industrial
- Impacto de las falsificaciones
- Caracterización del fenómeno delictivo de las falsificaciones
- Elementos necesarios para una lucha eficaz contra las falsificaciones:
 - Marco jurídico eficaz
 - Marco institucional eficaz
 - Coordinación y cooperación público-privada
 - Eficacia de acción policial
 - Formación y especialización
 - Fallos judiciales desincentivadores
 - Sensibilización del consumidor
- **Retos para los titulares de marcas:**
 - Resolución del almacenamiento y destrucción de mercancías falsificadas
 - Colaboración de terceros intermediarios
 - Fallos judiciales contundentes
 - Sensibilización del consumidor

Retos de los titulares de las marcas: **voluntad política**

- La lucha contra las falsificaciones es eficaz cuando la instancia política cree en que se debe actuar contra dicho delito/infracción administrativa/acción de competencia desleal/actividad de economía sumergida.
- Los ejemplos cada vez son más evidentes, sobre todo a nivel municipal:
 - Ayuntamientos que creen en que no deben tolerar la venta callejera de falsificaciones: Verona, Málaga, Marbella, San Sebastián....
 - Ayuntamientos que dan cobertura a la venta de falsificaciones por una supuesta consideración social del problema: Madrid y Barcelona.
 - Administración Pública debe hacer acciones de sensibilización con dichos Ayuntamientos, a través del envío de estudios sectoriales y organización de eventos en dichas reuniones, invitando a sus responsables políticos del máximo nivel.

Retos de los titulares de las marcas: **resolución del almacenamiento y destrucción de mercancías falsificadas**

- El almacenamiento y destrucción de mercancías falsificadas intervenidas en delitos contra la propiedad industrial debería correr a cargo del infractor o del Estado donde se ha cometido la infracción, pero nunca a cargo del infringido.
- El artículo 29 del Reglamento 608/2013 deja a voluntad de la autoridad aduanera el trasladarle al titular de la marca (infringido) los costes de almacenaje y manipulación de las mercancías, así como la destrucción de las mercancías.
- Titulares de marcas en algunas operaciones policiales deben hacerse cargo del transporte, depósito y destrucción de efectos intervenidos. En España desde hace 10 años y comienza a ocurrir en otros países de la Unión Europea.
 - Doble victimización de los titulares de marcas.

Retos de los titulares de las marcas: **colaboración de terceros intermediarios**

- Las medidas de observancia (enforcement) son ineficaces si no colaboran algunos intermediarios en sectores que son imprescindibles para que el tráfico de mercancías falsificadas en el comercio electrónico lleguen a su destinatario:
 - Empresas de prestación de servicios de Internet
 - Plataformas de comercio electrónico
 - Empresas de mensajería y paquetería
 - Empresas de transporte
 - Correos
 - Empresas de tarjetas de crédito

Los acuerdos voluntarios de colaboración son de cumplimiento facultativo, con resultados a medio-largo plazo, mientras que el impacto de la venta de falsificaciones es inmediato y desde hace muchos años. ¿Necesaria aprobación de normativa?

Retos de los titulares de las marcas: sensibilización del consumidor

- El consumidor tiene la clave para la resolución del problema de las falsificaciones, pues si hay oferta de productos es porque el consumidor representa una demanda.
- El consumidor español tiene un escaso nivel de sensibilización de las consecuencias negativas de las falsificaciones y de lo que hay detrás de las falsificaciones: criminalidad, explotación laboral, blanqueo de capitales...
- Administraciones públicas y sector privado llevamos años haciendo campañas de sensibilización del consumidor en torno al rechazo de las falsificaciones por sus consecuencias para la sociedad y la economía ≠ nivel de sensibilización muy bajo en países como España.
- En materia de sensibilización, necesitamos:
 - Implicación de la llamada “sociedad civil”, sobre todo de los representantes de las asociaciones de consumidores, en las campañas de sensibilización, siguiendo el ejemplo de ASGECO, CECU y otras.
 - Coordinación de los mensajes entre las distintas entidades que realizamos acciones de sensibilización y colaboración para la difusión recíproca.
 - Campañas anuales, dotadas económico y de gran impacto visual.
 - Campañas en lenguaje claro y comprensible por los distintos públicos y targets.
 - Aprender de cómo utilizan las herramientas de comunicación los infractores para convencer al público.

MUCHAS GRACIAS



Curso de Especialización en Documentoscopia
División de Formación y Perfeccionamiento

José Antonio Moreno Campos
Director general de ANDEMA