

EL SECTOR DE LA COSMETICA Y LA PERFUMERIA: SU PROTECCIÓN EN PROPIEDAD INDUSTRIAL

Val Díez
Directora General
Stanpa



La Perfumería y la Cosmética es un sector aspiracional, de lujo, atractivo...

Vulnerable a los ataques a la propiedad industrial
COPIAS, IMITACIONES, FALSIFICACIONES....

“la protección es compleja”

Una industria creadora de empleo y riqueza en España

VALOR ECONÓMICO DEL SECTOR

CIFRAS DEL SECTOR

8.200

millones de €
mercado interior

5.400

millones de €
exportaciones de productos
de belleza, más que vino,
calzado o aceite

+1.700

millones de €
de balanza comercial positiva

300.000

empleos
directos e indirectos

21%

empleo
de perfiles
científico-técnicos

3,4%

de la facturación del
sector destinada a
I+D+i

2º

exportador mundial
de perfumes

150

países
receptores de cosméticos
españoles

4º

mercado
de la UE



Top10

Exportador mundial de productos de belleza



2º exportador

mundial de perfumes



150 países

receptores de cosméticos
Beauty from Spain



1.700 millones €

de balanza comercial positiva



4º

mercado europeo de productos de belleza



8.200

millones de €



+7%

crecimiento a cierre de ejercicio

Una industria vulnerable a los ataques a la Propiedad Industrial

FORMAS DE PROTECCIÓN

Formas de protección del perfume y la cosmética



- Copyright / Trade secrets
- Patentes
- Marcas y diseños industriales
- Defensa en tribunales ante el “*parasitismo*” de copias
- Contra las falsificaciones: lucha policial y educación

La protección intelectual del perfume y la cosmética



COMPLEJA PROTECCIÓN POR DERECHOS DE AUTOR
TRADE SECRETS

I. Derechos de Autor – Ley de propiedad intelectual

- reivindicada por perfumistas creadores. El perfume es una “obra creativa”
- Derechos morales (autoría vs equipos) - *firma*
- Derechos de explotación

Requeriría requisitos complejos de demostrar. Originalidad, diferenciación. **Documentación exhaustiva del proceso de creación**

Caso Lancome – Kecofa Países Bajos. Reconoce derechos de autor.

Caso Dune de Dior – Corte Suprema en Francia no lo reconoció (artesano vs artista).

La protección industrial del perfume y la cosmética



II. Patentes – ingredientes

Requisitos de novedad,
aplicación industrial.
Procesos de obtención.

**El sector cosmético
patenta y mucho.**

Estudio Stanpa sobre patentes del sector 2019

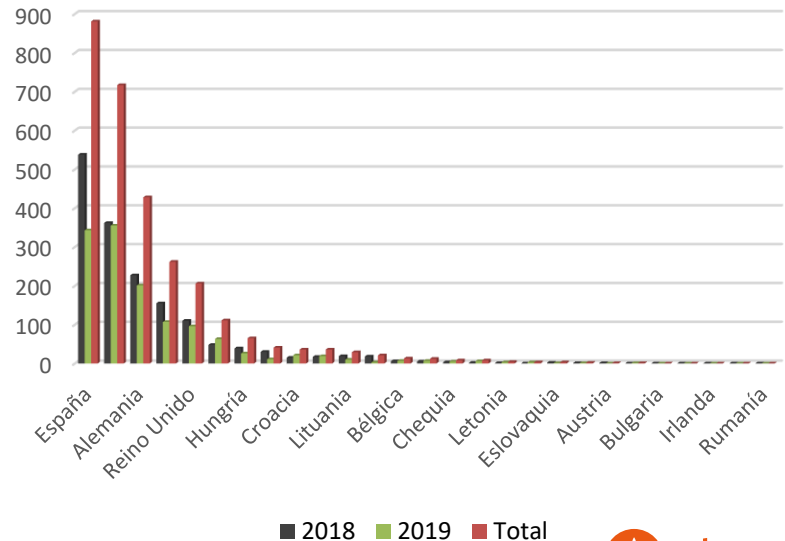


- patentes del ámbito de la cosmética y de la perfumería, publicadas entre los años **2018 y 2019**.
- Fuente: base de datos de la Oficina Europea de Patentes, **Espacenet** (contiene más de 110 millones de documentos de patentes de todo el mundo, es gratuita y se actualiza diariamente.)
- Códigos de Clasificación Internacional de Patentes (CIP):
 - **A61Q - Uso específico de cosméticos o de preparaciones similares para el aseo**
 - **C11B9/00 - Aceites esenciales; Perfumes**

PATENTES DE COSMÉTICA PUBLICADAS 2018 -2019* (I)

- A nivel mundial >**10.000** patentes.
- A nivel europeo se han publicado **2453** patentes.
- En el ranking europeo, **1ª posición España con 881 patentes publicadas**, le sigue Francia con **717** patentes publicadas y en tercer lugar está Alemania con 428 patentes publicadas.

PATENTES PUBLICADAS EN LOS PAÍSES DE LA UE

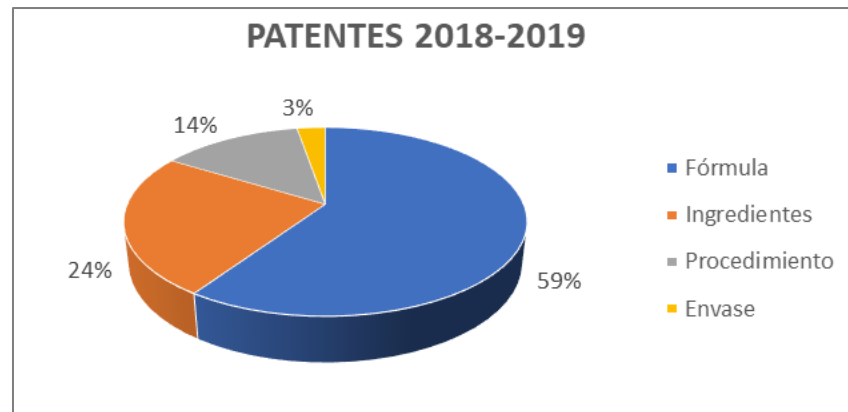


*hasta el 13/11/2019

■ 2018 ■ 2019 ■ Total

PATENTES DE COSMÉTICA PUBLICADAS 2018 -2019* (II)

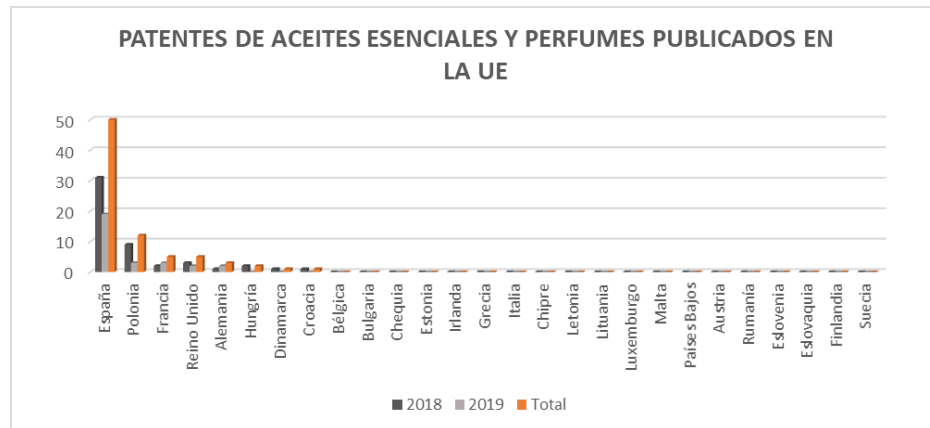
- A nivel nacional, se publicaron **881 patentes** de las cuales **38 han sido presentadas por entidades españolas**, y corresponden:
 - **el 59% a formulaciones cosméticas.**
 - **24% a ingredientes cosméticos.**
 - **14% a procedimientos.**
 - **el 3% a envases, o aplicadores**



*hasta el 13/11/2019

PATENTES DE PERFUMES Y ACEITES ESENCIALES PUBLICADAS 2018 -2019* (I)

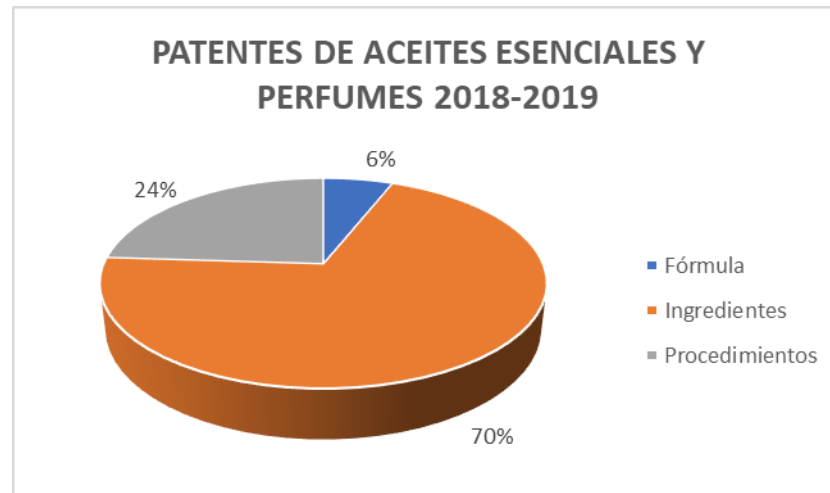
- A nivel mundial publicadas **1925**.
- A nivel europeo publicadas **101** patentes.
- En el ranking europeo, **1ª posición España con 50 patentes publicadas**, le sigue Polonia con 9 y en tercer lugar está Francia y UK con 3.



*hasta el 13/11/2019

PATENTES DE PERFUMES Y ACEITES ESENCIALES PUBLICADAS 2018 -2019* (II)

- A nivel nacional, 50 patentes
 - el 6% corresponden a fórmulas,
 - el 70% corresponden a ingredientes, entre ellos nuevos compuestos orgánicos con función aromatizante.
 - el 24 % son procedimientos de obtención, y sistemas de aplicación.



*hasta el 13/11/2019

La protección industrial del perfume y la cosmética (II)



- **Protección de la marca, distintivo o nombre del perfume.** Muy relevantes en perfume y cosmética
- **Protección de diseños envase,** marca tridimensional, diseños industriales. Muy relevantes en perfumería.
- Importante el status de **Marcas renombradas**
- **Potencial de la “Huella olfativa”?**

El producto en el mercado es un conjunto

FRAGANCIA + ENVASE + MARCA DISTINTIVA

La MARCA es la protección más utilizada, la más eficaz, y la más presente en los tribunales....

La problemática en el perfume, el más atacado

- La MARCA es el símbolo de la aspiración y la creatividad en el perfume, es la base para atraer al consumidor de perfumes al engaño en los dos fenómenos más relevantes de infracción de la propiedad intelectual:

las copias

y

las falsificaciones



La importante distinción entre *inspirarse* y *copiar*

LA PLAGA DE LOS PERFUMES DE EQUIVALENCIA / PARASITISMO DE MARCA

PERFUMES “DE EQUIVALENCIA” O COPIAS



Los perfumes de *supuesta* equivalencia son productos que basan su oferta en la explotación de marcas ajenas imitando sus perfumes y comercializándolos bajo números que asocian a las marcas notorias a través de listados de equivalencia.

Tanto **la ley de Competencia desleal como la Directiva Comunitaria sobre Publicidad Comparativa prohíben expresamente** presentar bienes o servicios como imitaciones o réplicas de otros a los que se aplique la marca o nombre comercial protegido.

PRINCIPALES SENTENCIAS DICTADAS SOBRE LA PERFUMERIA DE EQUIVALENCIA (i)

- **Sentencia 7/2002 de 8 de enero** en el litigio contra Perfumes y Cosméticos Yodeyma, S.L., la **Audiencia Provincial de Toledo** calificó la conducta descrita como constitutiva de un supuesto de **competencia desleal y de publicidad adhesiva**.
- **Case C-487/07 L'Oréal SA and Others v Bellure NV and Others**. El **Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas (TJCE)** en **sentencia de 18 de junio de 2009**, resolvió que “el tercero que hace uso de un signo similar a una marca de renombre obtiene una **ventaja desleal** cuando mediante dicho uso, intenta aprovecharse de la marca de renombre para beneficiarse del poder de atracción, de su reputación o de su prestigio y explotar el esfuerzo comercial realizado por el titular de la marca, sin ofrecer a cambio ninguna compensación económica”

PRINCIPALES SENTENCIAS DICTADAS SOBRE LA PERFUMERIA DE EQUIVALENCIA (ii)

- **CASO PUIG- EQUIVALENZA.** El Tribunal de Marca Comunitaria núm. 1, en su sentencia de 28 de enero de 2014, íntegramente confirmada por la de 13 de junio de 2014 de la Audiencia Provincial de Alicante, considera que se produce una infracción del derecho de exclusiva de las actoras consagrado en el art. 9.1 del [Reglamento de Marca Comunitaria](#) (y correlativo [art. 34.2](#) de la **Ley de Marcas**) afirmando que se trata de un caso de “*free-riding*”, ya que el público relaciona las marcas de las actoras y los productos de perfumería equivalente y se utiliza el material publicitario de los signos distintivos de las demandantes, lo que conlleva un aprovechamiento indebido de la notoriedad de las marcas actoras, calificado por la sentencia como “**parasitismo**” contrario a las prácticas leales en el mercado. Además, la idea de réplica de los perfumes originales es contraria a la leal competencia y por ello es ilícita la ventaja obtenida con esa **publicidad**.

PRINCIPALES SENTENCIAS DICTADAS SOBRE LA PERFUMERIA DE EQUIVALENCIA (iii)

CASO PUIG- SAPHIR. El Tribunal Supremo ratificó las sentencias de la Audiencia Provincial de Alicante y el Juzgado de Marca Comunitaria 2 de Alicante que prohíben al Grupo Saphir y sus minoristas utilizar de **forma oral u escrita** la marcas de la firma de perfumería Puig para vender fragancias de imitación que se comercializan bajo las enseñas Caravan, Saphir e IAP.

El auto del Supremo, de **16 de noviembre**, desestima el recurso de Saphir y confirma el fallo, que tiene alcance en toda la UE,



Competencia desleal y parasitismo de marca



El concepto de «aprovechamiento desleal del carácter distintivo o de la notoriedad de la marca», también denominado **«parasitismo»** o **«free-riding»**, no se refiere al perjuicio causado a la marca, sino al aprovechamiento obtenido por el tercero como consecuencia del uso del signo idéntico o similar.

Stanpa expulsa a Saphir por conductas desleales

Saphir ha sido expulsada de la patronal del sector perfumería. La Junta Directiva de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa) acordó ayer la baja disciplinaria de Laboratorios Saphir por realización de “actos o conductas desleales contrarios a la ética de la Asociación”.

Puig gana una demanda contra Equivalenza por competencia desleal

BARCELONA - La Audiencia Provincial de Alicante ha dictado sentencia firme siguiendo el fallo del Juzgado de Marca Comunitaria 1 de Alicante que estimó la demanda interpuesta por Puig contra el grupo Equivalenza por usar las marcas de perfumes de la compañía catalana para publicitar perfumes de equivalencia -- fragancias que se califican como equivalentes en olor a otros perfumes de referencia--.

Coty gana a Saphir en los juzgados por competencia desleal

El Juzgado de Marcas de la Unión Europea número uno de España prohíbe a Saphir de seguir haciendo uso de las marcas Ck one y Chloé, propiedad de Coty.

El Supremo ratifica la sentencia contra Saphir por imitar fragancias de Puig

EUROPA PRESS/ NOTICIA / 14.12.2016 - 16:46H



- El fallo tiene alcance en todo el territorio de la Unión Europea.
- Puig interpuso la demanda por competencia desleal y le han dado la razón.

Saphir pagará cuatro millones de indemnización a Puig

Una sentencia condenaba a la compañía por competencia desleal, publicidad ilícita, aprovechamiento de la reputación ajena e infracción de marca

EL FENÓMENO ES PREOCUPANTE, CONTINÚA EN REDES Y ESTÁ SIENDO “OBSERVADO” POR EL SECTOR LÍCITO.


Resultado de la búsqueda en Google realizada bajo el texto “perfumes de equivalencia” fecha 12.7.2022

<https://divainparfums.es> · [Translate this page](#) · 

[DIVAIN: Perfumes de Equivalencia - Más de 600 Fragancias](#)

Tienda online de **perfumes** de imitación ► Envío de colonias **equivalentes gratis** ► a partir de 25€ de compra y en 24 horas. ¡Más de 600 Fragancias!
[Descargar catálogo](#) · [Mujer](#) · [Hombre](#) · [Todos los Perfumes](#)



<https://www.aromasartesanales.es> · [c...](#) · [Translate this page](#) · 

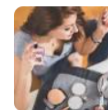
[Perfumes Imitación - Equivalencias | Aromas Artesanales](#)

Los **perfumes de equivalencia** o de imitación son perfumes de elaboración propia, pero cuyo olor se asemejan a los perfumes de grandes marcas. Sin embargo, aunque ...
[Perfumes para Hombre](#) · [Mujer](#) · [The Collection](#) · [Cargar Más Productos...](#)

<https://www.perfumhada.es> · [perfum...](#) · [Translate this page](#) · 

[Perfumes de imitación online Equivalencias al mejor precio](#)

Dentro de nuestro catálogo de **perfumes de equivalencia** para comprar online contamos con versiones inspiradas en las fragancias más conocidas y vendidas de las ...



<https://www.esenzzia.com> · [Translate this page](#) · 

[Tienda online de perfumes de imitación baratos - ESENZZIA](#)

Los **perfumes de equivalencia** (también llamados perfumes de imitación) son fragancias originales, pero inspirados en las sensaciones olfativas que ofrecen otros ...
[Perfumes imitación baratos](#) · [Perfumes imitación mujer](#) · [Perfumes Nicho Baratos](#)



FALSIFICACIONES EN EL SECTOR DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA

IMPACTO DE LAS FALSIFICACIONES EN EL SECTOR

Resumen impacto falsificaciones de perfumes y cosméticos

IMPACTO ECONÓMICO



Pérdidas UE:

9.500 millones

de euros ingresados/año
(7,8%)

Pérdidas España:

949 millones

anuales deja de ingresar/año
(17%)

IMPACTO EN EMPLEO E IMPUESTOS



Pérdidas empleo UE:

80.000

puestos de trabajo/año
(50.000 directos + 30.000 indirectos)

Pérdida ingreso de los
Gobiernos

1.700 Millones

(Impuesto sobre la Renta,
Seguridad Social, Impuesto de
Sociedades e IVA)

IMPACTO DE SALUD



Intoxicaciones por:

- Inhalación
- Irritación ocular
- Dermatitis
- Reacciones alérgicas severas
- Manchas en la piel
- Fototoxicidad

Problemas más graves a
largo plazo

Los **5 EJES** para garantizar la seguridad de perfumes y cosméticos:



1. El contenido



2. El envase



3. Dónde se fabrica



4. Consumidor informado



5. Autoridades informadas

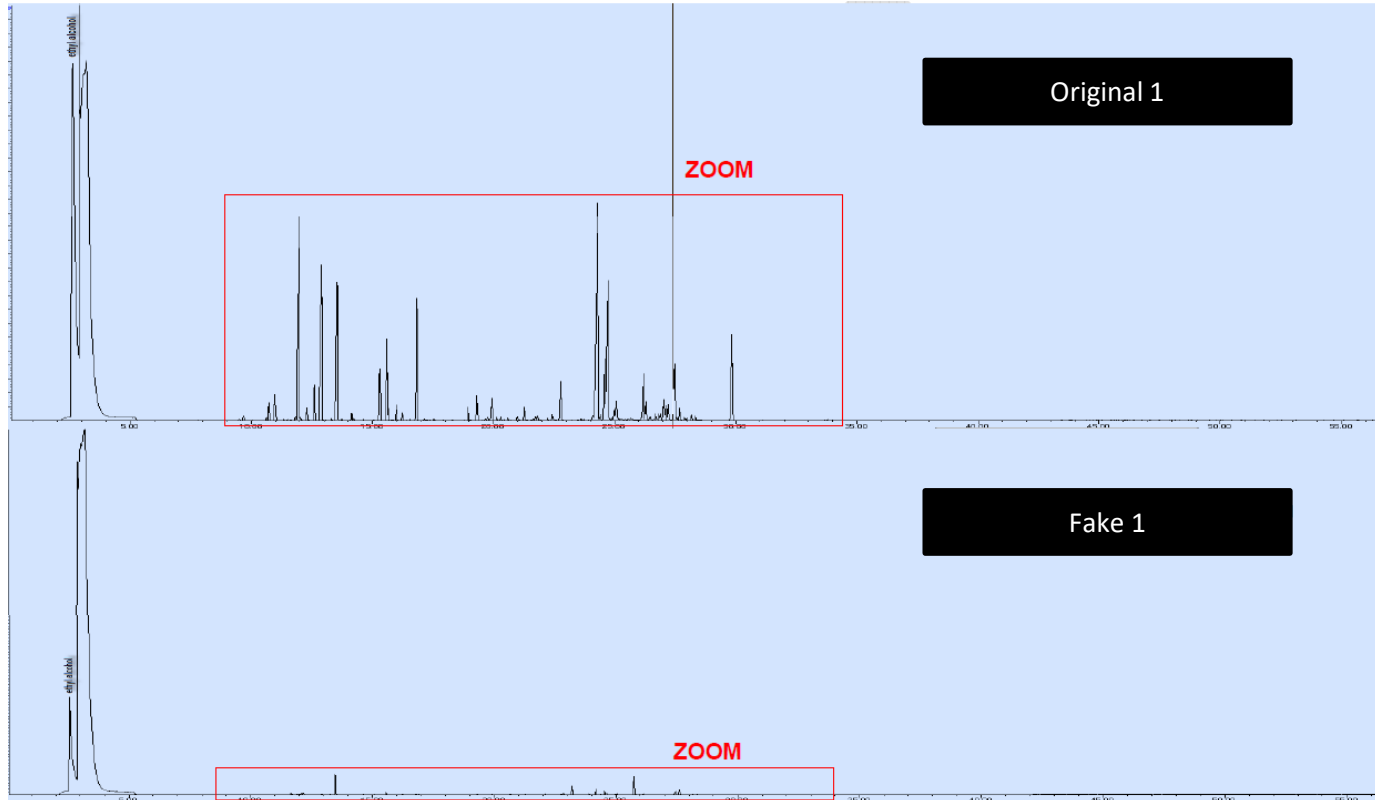
FALSIFICACIONES EN EL SECTOR DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA

PELIGROS Y RIESGOS DE LOS PERFUMES FALSIFICADOS

Análisis comparativo entre perfumes auténticos y falsos: ¿Qué hemos realizado?

- **Análisis comparativo de perfumes auténticos y falsificados en un laboratorio europeo especializado.**
- **Técnica: Cromatografía de Gases en combinación con Espectrometría de Masas (CG/EM).**
- **Resultado: Identificación y cuantificación de los componentes (ingredientes) de los perfumes falsificados.**

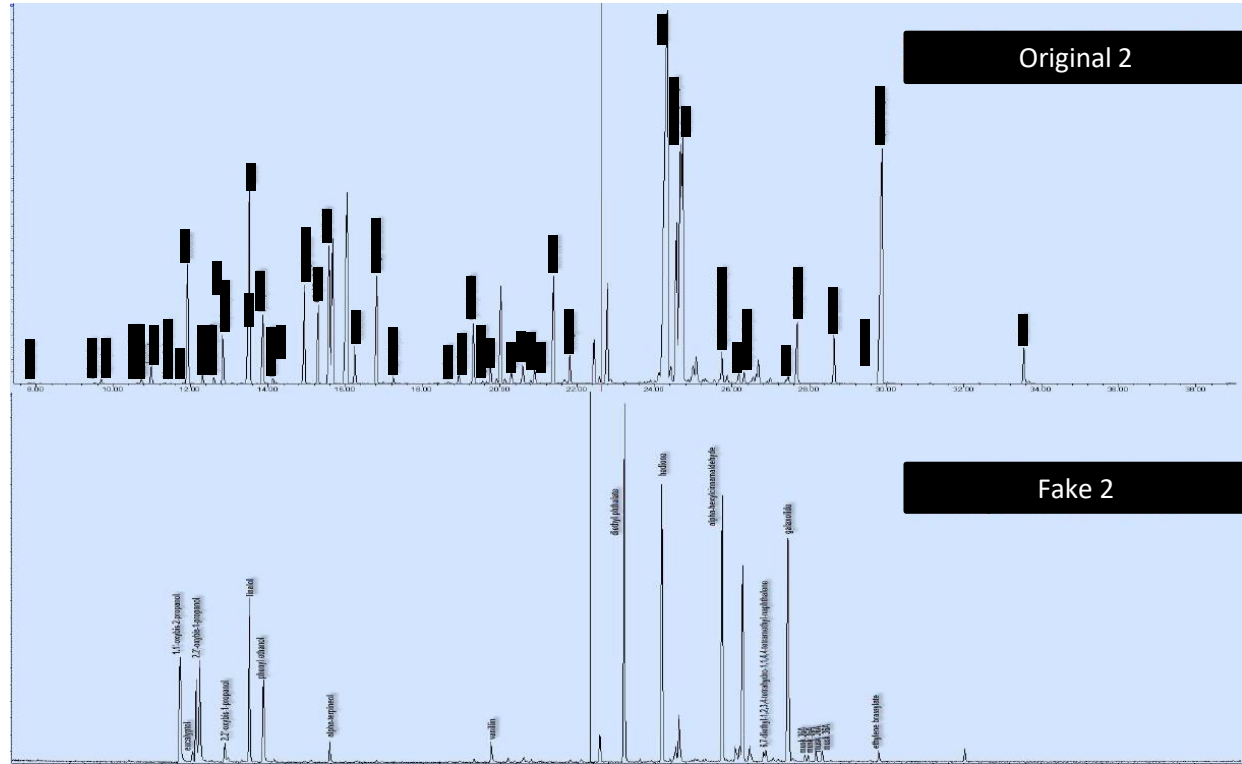
Análisis comparativo entre perfumes auténticos y falsos: Cromatografías



Un perfume auténtico puede tener más de 80 componentes mientras que uno falso apenas llega a 25 y en los coincidentes tiene mucha menor cantidad

Análisis comparativo entre perfumes auténticos y falsos: Cromatografías (zoom)

Los perfumes falsos tienen distinta composición que los auténticos. En algunos de ellos se ha observado sustancias prohibidas.



Análisis comparativo entre perfumes auténticos y falsos: Resultados

- Los perfumes falsificados están **adulterados con gran contenido de agua** (hasta un 40%).
- En los perfumes falsificados hay uso de etanol de baja pureza y de **disolventes cuyo uso está prohibido en cosmética como el metanol** (anticongelante de coches).
- El menor uso de componentes y, su baja calidad y cantidad, hace que **su olor sea fraudulento y efímero**.
- **Pueden producir alergias, manchas permanentes, intolerancias**

Consejos para detectar falsificaciones de perfumes:

Dónde se encuentran los productos falsificados?

- En puntos de venta no oficiales
- En mercadillos, en la calle, etc.
- En la red (Internet)

¿Cómo diferenciar un perfume **VERDADERO** de uno falso?



“FUERA DE PUNTO DE VENTA AUTORIZADO POR DISTRIBUCIÓN SELECTIVA: O ES ROBADO O ES FALSO – AMBOS SON DELITOS”

Detectar falsificaciones de perfumes



VERDADERO



FALSO

En muchos casos, **detectar las falsificaciones es difícil** si no tenemos un original para comparar...

Detectar falsificaciones de perfumes



AUTÉNTICO



FALSO

Detectar falsificaciones de perfumes



AUTÉNTICO



FALSO

Consejos para detectar falsificaciones de perfumes

Producto Original



Tapón de vidrio



Impresión en el reverso



Impresión láser en frasco



Tubo dispensador curvado



Producto Falso



Tapón de plástico



Bordes redondeados
Texto difuminado



Adhesivo con otro texto



Tubo dispensador demasiado largo



Consejos para detectar falsificaciones de perfumes



AUTÉNTICO



FALSO

Consejos para detectar falsificaciones de perfumes



LOCAL

Intervenidos más de 4.000 perfumes falsos en San Pablo

En la nave de San Pablo había unas 3.000 unidades de productos cosméticos, unos 1.000 frascos de perfume y 20 prendas deportivas, todos ellos de marcas muy conocidas.



Stanpa organiza una jornada sobre el impacto y los peligros de las falsificaciones



ESPAÑA ES LÍDER EUROPEO EN FALSIFICACIONES

Las falsificaciones de perfumes le cuestan a España casi 1.000 millones de euros al año y 10.000 puestos de trabajo

Los perfumes falsos pueden provocar incluso problemas de dermatitis por su composición. En nuestro país somos líderes de la **Unión Europea** en ventas de estos productos falsificados.



Navidad y perfumes falsificados, la OCU alerta

19 diciembre, 2013 / Perfumes Salud / 32 comentarios

Noticias

Actualidad Deportes Tiempo Multimedia Programas Series

Perfumes /

Las claves para identificar un perfume original de uno falsificado y evitar estafas y problemas de salud

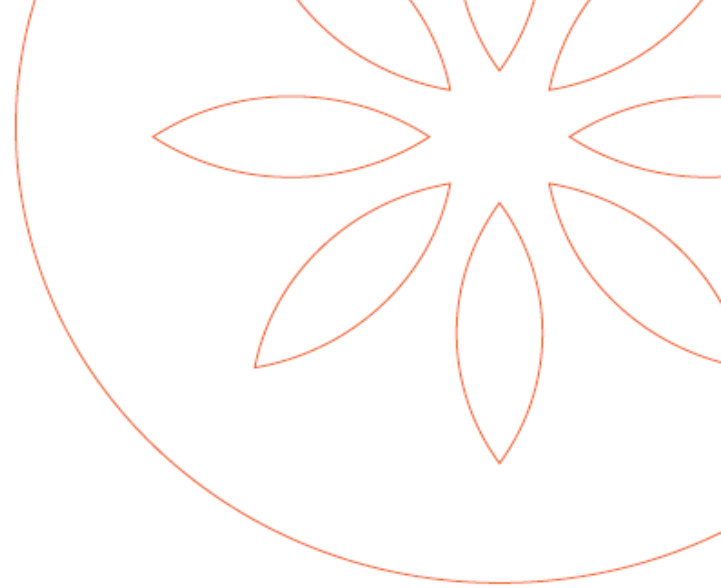
En Navidad crece la venta de perfumes, pero algunos pueden ser falsificados. Esta son algunas claves para identificar la fragancia original de la copia.



Las acciones de protección frente a las falsificaciones

- Interlocución con Autoridades
- Colaboración estrecha con FFSS
- Formación a agentes, referencia en operaciones clave. Conexión con las empresas
- Formación al poder judicial
- Información a los consumidores





EL SECTOR DE LA COSMETICA Y LA PERFUMERIA: SU PROTECCIÓN EN PROPIEDAD INDUSTRIAL

Val Díez
Directora General
Stanpa