
JORNADA SOBRE FALSIFICACIONES Y PRODUCTOS FALSIFICADOS

Valencia, 30 de noviembre de 2015



Falsificaciones de perfumes y cosméticos ¿A qué te expones?

Aspectos que el consumidor debe conocer



Esto... ¿tiene impacto...?



Son **más baratas**, eso seguro...entonces...

¿Por qué decir que no a una
falsificación?

¿A qué te expones?

¿Qué hay detrás de...?



FALSO



Al menos....

Un lugar donde se
fabrican....

Unos **proveedores de materiales / ingredientes /
sustancias**

Un lugar donde se almacenan

Transportes...

Una red de ventas....

**Y coordinando todo
esto...
una Organización,
Una “cabeza pensante”**

Y ¿cómo será todo eso?



¿Así?

¿O así?



Las falsificaciones
siempre, se fabrican en un lugar
clandestino
siempre, lo clandestino es así



¿Es posible fabricar un perfume o un cosmético “en un sótano”?

...copiar un bote y meterle un líquido que huela, puede que sí

**...fiarse de lo que hay dentro
...es otro tema**

¿Cómo garantiza un cosmético legal la seguridad del consumidor?

Hay un **Reglamento europeo**

(Reglamento 1223/2009 y desarrollos sucesivos)

Más de 200 páginas de requisitos técnicos y de regulación de ingredientes

Lo respetarán los falsificadores...??????

Los 5 ejes para garantizar la seguridad de perfumes y cosméticos

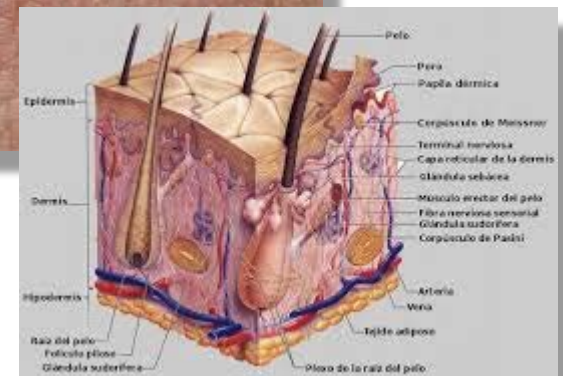
1	El "contenido"
2	El envase
3	Dónde se fabrica
4	Consumidor informado
5	Autoridades informadas

1

El “contenido” real

**Ingredientes autorizados e inocuos.
Tolerancia cutánea.
Seguridad para las personas y medio ambiente.**

¿cómo saber qué ingredientes lleva una falsificación???
¿dónde y a quién compran los falsificadores?
¿alguien habrá realizado la evaluación de seguridad ?
¿y los ensayos de tolerancia cutánea? ¿y test de alergenos



¿A qué te expones con un contenido desconocido?

- ✓ **Ejemplo real** - Dentífricos falsificados con etilenglicol (anticongelante) (muertes por ingestión en jarabes)

- ✓ **Fragancia: las esencias auténticas tienen un certificado de inocuidad (IFRA)**
 - ✓ **El falsificador, ¿usará “alcohol bueno”?**
 - ✓ **¿Usará ingredientes “caros” o “baratos”?**
 - ✓ **Comprará a un fabricante de ingredientes “legal” o**
 - ✓ **Para fijar, ¿qué usa?**
 - ✓ **Para dar olor, ¿usa esencias “de perfumería” o “cosas que huelen”?** Uso de ingredientes de otras aplicaciones: detergentes, ambientadores...

2

El envase

No sólo “bonito”. Debe garantizar calidad adecuada y que no interaccione con el contenido.

Si no saben copiar bien “un cartonaje”

¿Harán otras cosas?

- **“test de compatibilidad entre el material del envase y el contenido”**
- **¿Composición de la cánula? ¿qué tipo de plástico es? (todo el líquido pasa por él)**
- **¿pegamento?**

3

¿Dónde se fabrica?

Instalaciones bajo inspección sanitaria. Buenas prácticas de fabricación . Higiene y procedimientos

Los ingredientes utilizados nunca tienen calidad cosmética. Son de otros orígenes. No se analizan.



Puede usarse cualquier producto químico parecido.

Pueden tener todo tipo de impurezas

Contaminaciones

Alteración del color

Alteración del olor

.....¿y qué no llevarán?



**Ante una falsificación
tanto el consumidor como las
autoridades y los médicos
están a ciegas**

4	Consumidor ¿informado?	<p>¿puede fiarse del etiquetado?</p> <p>¿Le pueden ayudar los Centros de toxicología si tiene que llamar ?</p>
5	Autoridades ¿informadas?	<p>No tienen <u>ninguna información veraz sobre el producto ni de su responsable</u></p> <p>No hay datos de cosmetovigilancia – no hay estadísticas</p>

RIESGO DE UN PERFUME O UN COSMETICO ILEGAL

A corto plazo:

- ✓ Intoxicaciones por inhalación, irritación ocular,
- ✓ dermatitis,
- ✓ reacciones alérgicas severas,
- ✓ sensibilización, no poder usar más otros productos
- ✓ Manchas en la piel, fototoxicidad.

¿A largo plazo ???

- ✓ ¿cancerígenos, tóxicos para la reproducción,..????

LAS FALSIFICACIONES NO SON BARATAS

Nos cobran mucho más de lo que nos dan

Su utilización puede salir muy cara

**La salud no tiene precio,
los costes médicos sí**

**Y a la sociedad le salen muy
muy caras**

**Los perfumes y cosméticos son
atractivos, pero son productos
complejos**

Hay para todos los bolsillos
Elige el tuyo
¡No te espongas!!!

**La compra de falsificaciones
implica la **renuncia** de todas las
garantías como Consumidor !!!**

LA MARCA GARANTIZA EL ORIGEN DEL PRODUCTO

¿Qué es una marca?

Según el Art. 4. de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas:

“Se entiende por marca todo **signo** susceptible de representación gráfica que sirva para **distinguir** en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras.”

Tipos de signos distintivos protegidos por la Ley de Marcas:

- palabras o combinaciones de palabras, incluidas las que sirven para identificar a las personas.
- imágenes, figuras, símbolos y dibujos.
- letras, las cifras y sus combinaciones.
- **formas tridimensionales entre las que se incluyen los envoltorios, los envases y la forma del producto o de su presentación.**
- sonoros.
- Cualquier combinación de los signos anteriores.

La importancia del diseño



Casuística del Sector de la Perfumería y La Cosmética



Falsificación vs. imitación

¿Qué son? (RAE)

- **Falsificación:** es un delito consistente en la alteración o simulación de la verdad, con efectos relevantes, en marcas. Mercancía en la que figure sin autorización una marca idéntica o similar a la debidamente registrada.
- **Imitación:** objeto que imita o copia a otro, normalmente más valioso. El titular de una marca puede oponerse al uso de otra consistente en una copia de elementos parciales de su marca, que pueda originar un riesgo de confusión en los consumidores, al relacionar productos propios a la imagen ajena.

Imitación



Original

Look-Like (E.A.U.)

buena concordancia del conjunto
logotipo del caballo distinto
tapón no conforme al original

Falsificación



VERDADERO



FALSO

El mercado de las falsificaciones



El mercado de las falsificaciones



¿Dónde se encuentran los productos falsificados?

- **En puntos de venta no oficiales (tiendas a 1€)**
- **En mercadillos, en la calle, etc.**
- **En la red (Internet)**



Mercadillo de Vintimille – Italia

PERFUMES
RECIEN ROBADOS
5€



CONTRATOS DE DISTRIBUIDOR AUTORIZADO SE FUNDAMENTAN EN CRITERIOS OBJETIVOS DE CALIDAD Y NO DISCRIMINATORIOS

- **Ubicación del punto de venta (entorno de tiendas, calle, etc.)**
- **Entorno de marcas**
- **Rótulo**
- **Formación del personal**
- **Suelo e iluminación**
- **Escaparate**
- **Volumen de negocio**
- **Stock**



Análisis Comparativos



Análisis comparativo



ORIGINAL



FALSO

Análisis comparativo



ORIGINAL



FALSO



Análisis comparativo



ORIGINAL



FALSO

Análisis comparativo



ORIGINAL



FALSO



ORIGINAL



FALSO

Análisis comparativo



ORIGINAL



FALSO

Análisis comparativo

Elementos de comparación

1. El plástico del embalaje
2. El estuche
3. El frasco
4. El etiquetado
5. Los códigos de marcaje
 - Número de lote
 - Código de trazabilidad

Análisis comparativo

El plástico

Producto falso

- El plástico es rugoso
- Los pliegos están descabalados
- El papel es de mala calidad
- Ruido de papel fino al tacto

Producto original

- El plástico es liso
- Los pliegos son uniformes
- El papel es de buena calidad
- Apenas ruido al tacto

Análisis comparativo

El estuche (exterior e interior)

Producto falso

- Textura del cartonaje: mala calidad y brillo distinto
- Colores: no hay contraste

Producto original

- Textura del cartonaje: muy buena calidad y más brillante
- Contraste en colores

Análisis comparativo



ORIGINAL



FALSO

Análisis comparativo



ORIGINAL



FALSO

Análisis comparativo

El frasco

Producto falso

- Calidad del vidrio muy baja
- Poroso, se nota sobre todo en el fondo del frasco
- Frasco dividido en dos partes, se nota la junta de unión

Producto original

- Calidad del vidrio muy alta
- Liso y transparente
- Frasco hecho de una sola pieza

El tubo dispensador

Producto falso

- Largo excesivo
- Curvatura pronunciada
- Grosor excesivo

Producto original

- Medida adaptada a la capacidad del frasco
- Apenas tiene curvatura
- Grosor mínimo

Análisis comparativo

El etiquetado

En el recipiente y embalaje de todo producto cosmético puesto en el mercado deberán figurar, con caracteres indelebles, fácilmente legibles y visibles:

- a) Nombre o razón social (responsable puesta en el mercado)
- b) Contenido nominal
- c) Fecha de duración mínima ó PAO*
- d) Precauciones particulares de empleo*
- e) Número de lote
- f) País de origen si no UE
- g) Función del producto*
- h) Lista de ingredientes

*****Reglamento (CE)
nº 1223/2009,
sobre productos
cosméticos**

** En la lengua española oficial del estado*

Análisis comparativo



ORIGINAL



FALSO

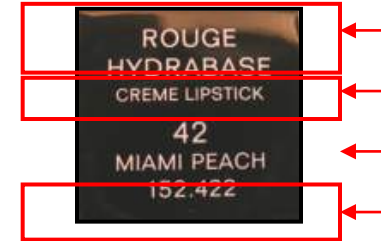
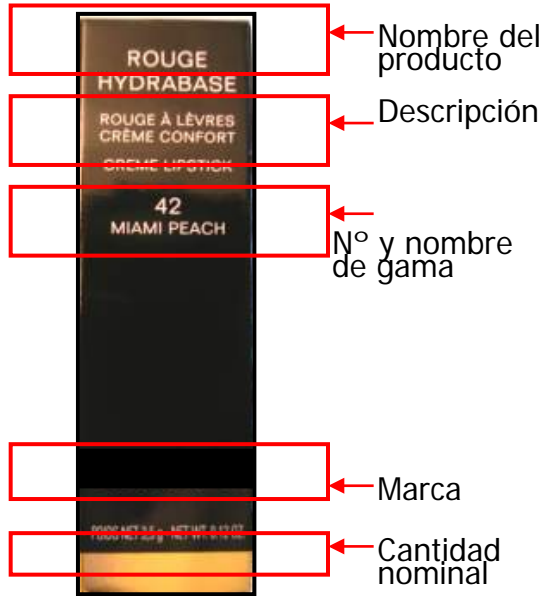
Análisis comparativo



ORIGINAL



FALSO



Análisis comparativo



**Número de lote*

Este número ofrece información sobre la fabricación del producto. Aparece tanto en el estuche como en el frasco.

Análisis comparativo



Análisis comparativo



**Código de trazabilidad*

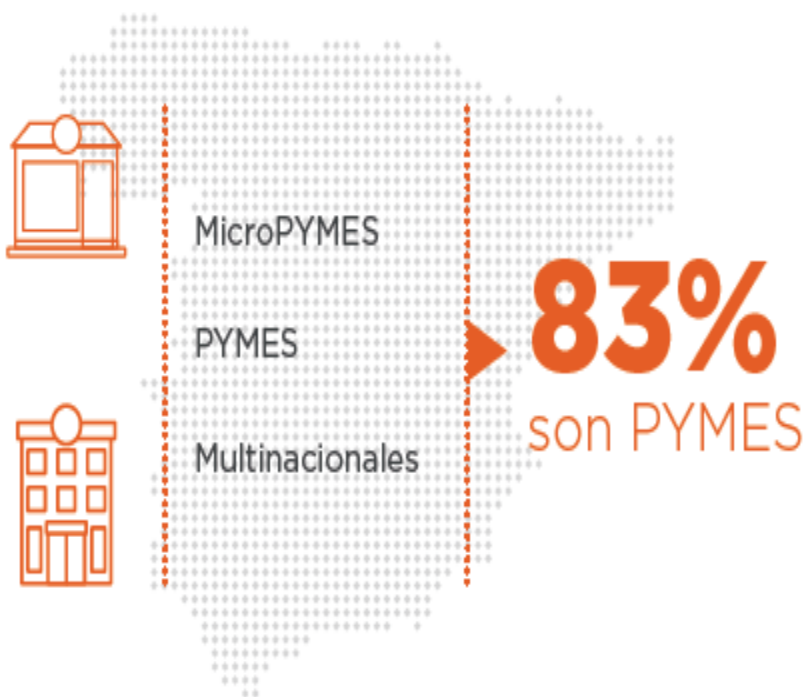
Se presenta como un código de barras pero, a diferencia del anterior, no contiene cifras. Es único por producto. Permite identificar el origen de un producto y su primer destino.

El Sector de la Perfumería y la Cosmética en España



El tejido empresarial de la perfumería y la cosmética:

TIPOS DE EMPRESA



CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR

35.000

Directos

200.000

Indirectos

Representa el
**0,2% del empleo
total en España**

Repartidos entre

15.000 perfumerías,

50.000 peluquerías,

22.000 centros de belleza y

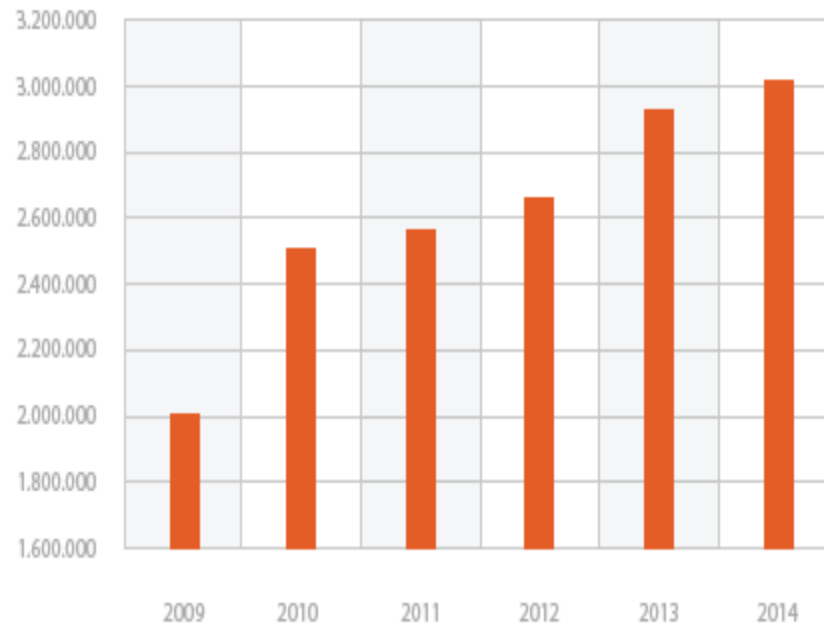
21.800 farmacias

El sector de perfumería
y cosmética generó

3.000
millones de euros en
2014
(exportaciones)

La cosmética española conquista el mundo:

Evolución de las exportaciones en MM de €



Crecimiento
acumulado del
50%
en los últimos
5 años

Los productos cosméticos españoles están presentes en

MÁS DE 150 MERCADOS



En España están registradas en las autoridades sanitarias más de 250.000 referencias clasificadas en cinco grandes categorías:



Perfumes



Cosmética



Productos para el
cuidado de la piel



Productos para el
cuidado del cabello



Productos de
aseo e higiene

¿Dónde se adquieren?
Principalmente a través de cinco canales:

SELECTIVO

GRAN
CONSUMO

FARMACIA Y
DERMOFARMACIA

PELUQUERÍA
PROFESIONAL

CENTRO DE
ESTÉTICA
PROFESIONALES

Los españoles gastan
una **media anual** de

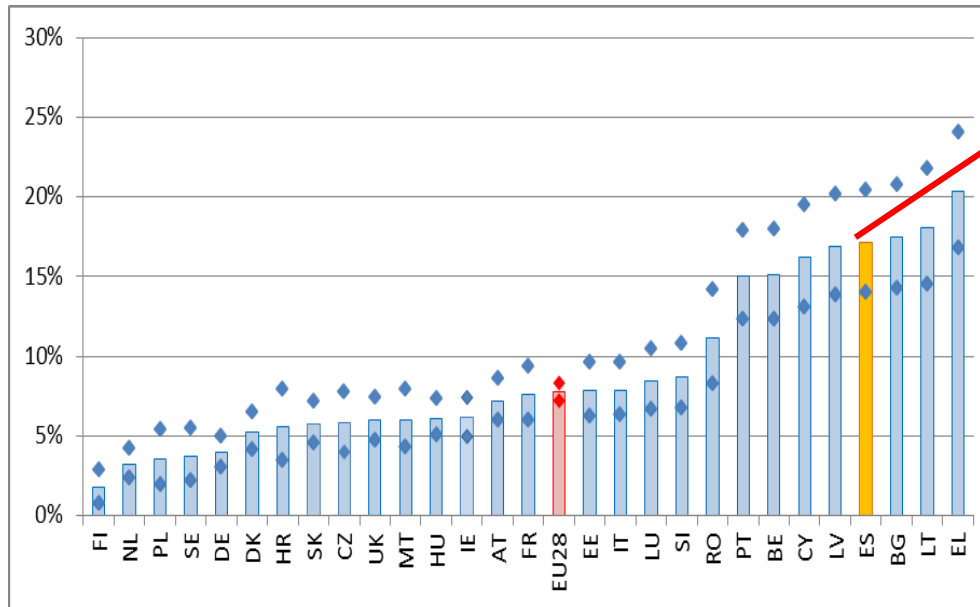
135€

/habitante/año
en estos productos

Los efectos de las falsificaciones en El Sector de la Perfumería y la Cosmética



Efectos directos de las falsificaciones de cosméticos



	Pérdidas de ventas		Pérdidas empleos	
	%	Millones €	%	PT
España	17,1	949	16,6	9.755
UE28	7,8	4.708	8,1	51.561

Fuente: OAMI (OFICINA DE ARMONIZACION DEL MERCADO INTERIOR)

Impacto económico de las falsificaciones en la UE

Cosméticos y perfumes UE

- Total ventas perdidas: 9.500 millones €
- Total empleos perdidos: 80.000
- Ingresos administraciones perdidos: 1.700 millones €



Fuente: OAMI (OFICINA DE ARMONIZACION DEL MERCADO INTERIOR)

Estas cifras ponen de relieve la necesidad de incrementar la concienciación y el rechazo social a las falsificaciones :

1. La compra de falsificaciones **no es una ayuda a las personas que las venden** (habitualmente en condiciones económicas pésimas) sino la condena a una situación de **marginación y explotación**.
2. Luchar contra estas **prácticas fraudulentas** es hacerlo contra la **economía sumergida, el crimen organizado y el blanqueo de capitales**.

MUCHAS GRACIAS



Síguenos en @stanpa_es

Pº de la Castellana, 159 1º A
28046 Madrid
Tel.: (+34) 91 571 16 40
Fax: (+34) 91 571 61 63
stanpa@stanpa.com
www.stanpa.es

Persona de Contacto: Fernando Magariños Munar
Asesor Jurídico

