

# Educar a consumidores e influencers para erradicar el plagio y la falsificación

Un mercado globalizado como el actual tiene una de sus grandes lacras en la falsificación. Además de un atentado contra la propiedad intelectual de quienes invierten gran esfuerzo y recursos para la creación de productos y servicios que contribuyen al desarrollo de la sociedad, es un fenómeno que deja importantes secuelas.



EVAN LAI, *General Manager de FOREO IBERIA, Francia y Países Bajos*

## HABLAMOS DE CONSECUENCIAS SOCIALES ADVERSAS

como la proliferación del trabajo infantil, de condiciones laborales insalubres o de efectos económicos tan negativos como la pérdida de puestos de trabajo de calidad, que deriva en una disminución de la riqueza local. Es también una significativa fuente de riesgos contra la salud y la calidad de vida de las personas, ya que la fabricación defectuosa mediante el uso de ingredientes y componentes tecnológicos no regulados puede causar patologías graves e irreversibles.

Según los datos de la compañía Red Points, dedicada a rastrear en internet contenidos que vulneran la propiedad intelectual y con la que tenemos una estrecha colaboración, en los dos últimos ha logrado eliminar más de 11.000 falsificaciones en 180 mercados, con un valor total de más de 2 millones de dólares.



Concretamente en el sector de la belleza y el cuidado personal, nuestro partner asegura que las infracciones en este ámbito han aumentado el 20 por ciento en el mismo periodo. Un fenómeno que, lamentablemente, podemos corroborar, ya que solo en 2018 FOREO llevó a cabo 30 redadas administrativas y 15 redadas criminales, incautando más de 30.000 dispositivos falsos de uno

de sus artículos, el cepillo LUNA para limpieza facial. A finales del pasado año, en una sentencia sin precedentes, nuestra compañía recibió una compensación de más de 380.000 euros –la mayor multa por falsificación de diseño en la historia del Shanghai Intellectual Property Court–, tras ganar el juicio contra la compañía Kingdom Zhuhai, declarada culpable de plagiar el

dispositivo original LUNA 3, la versión evolucionada del mismo aparato.

Para FOREO, además de la regulación legal, el arma más eficaz en la lucha contra el negocio de las falsificaciones es educar a sus consumidores, para que puedan detectar por sí mismos las claras diferencias que existen entre sus originales —producidos a mano en fábricas de buena reputación, legalmente reguladas y que pasan por rigurosas pruebas para garantizar el control de calidad— y los artículos falsos que no garantizan ninguna seguridad. Nuestras pautas son claras a este respecto: los productos FOREO auténticos cuentan con un número de serie verificado en el embalaje y la parte posterior del propio dispositivo y se pueden registrar a través de la aplicación ‘FOREO For You’ o a través de la página de registro en [www.foreo.com](http://www.foreo.com). Esto no será posible en el caso de las falsificaciones, que no tendrán tampoco nuestra garantía de dos años. También advertimos de la importancia de detectar las especificaciones técnicas de los dispositivos LUNA, fabricados con silicona ultra-higiénica 100% resistente al agua, que incluyen 8.000 pulsaciones por minuto de nuestra patente T-Sonic en una gama de hasta 16 intensidades.

La falsificación, por tanto, es un importante agravio para la marca, sobre todo por el peligro que supone para los consumidores. Al ser dispositivos que no pasan por ningún control de calidad, no cumplen con las funciones que los usuarios esperan de ellos, y, lo que es más importante, ponen en riesgo su salud.



Para evitar la falsificación siempre es recomendable que los consumidores compren en comercios de confianza o directamente desde el sitio oficial de la marca.

**PERO EL PROBLEMA SE VE AGRAVADO** más aún por el efecto

de un canal tan espontáneo, y de momento tan poco regulado, como es el de las redes sociales. Nuestro grupo antifalsificación encuentra a diario multitud de influencers, algunos de ellos con millones de seguidores, que promocionan diariamente copias ilegales de FOREO, lo que supone una violación directa de nuestra propiedad intelectual. Es cierto que quizá desconozcan hasta dónde pueden llegar las infracciones cometidas por estos fabricantes de productos y marcas emergentes y, por ello, estamos trabajando también en la línea de educar a los líderes de opinión sobre la regulación nacional y europea que puede aplicarse ante estas situaciones, para que valoren el alcance de sus acciones.

En el marco de la Unión Europea hay diversos reglamentos

que han supuesto el desarrollo y la armonización normativa en esta materia y que influye directamente en la regulación del mercado español. Así, entre otras medidas legales, el artículo 54.2 de la Ley de Protección Jurídica del Diseño Industrial condena a indemnizar por daños y perjuicios a quienes realicen cualquier acto de explotación no autorizado del diseño. Asimismo, el artículo 34 de la Ley de Marcas concede al titular del producto original el derecho exclusivo de la marca por su

registro, pudiendo prohibir a un tercero el uso sin su consentimiento, el tráfico económico de cualquier copia de la marca para obtener una ventaja desleal. Además, amparados por el artículo 41 de la Ley de Marcas, el titular del derecho de marca lesionado puede reclamar la adopción de medidas como la retirada de los determinados productos, tráfico económico de los productos, embalajes, envoltorios, material publicitario, etiquetas y cualquier tipo de documentos.

Lo que algunas agencias e influencers desconocen es que, en estos supuestos, compañías como FOREO pueden reclamar su implicación como intermediarios a cuyo servicio han recurrido las empresas plagiadoras para infringir sus derechos de marca. Por ello es, para nuestra compañía, una labor imprescindible el educar a cuantos ejercen este tipo de influencia sobre el consumidor, para que distingan este tipo de infracciones y tomen conciencia de su responsabilidad en ellas, para que nunca se vean en una posición tan comprometida e indeseada 