

## El consumidor debe estar informado del grave impacto y los peligros de los perfumes falsificados

- En puertas de la campaña de Navidad -en sólo unos días se compra un tercio del consumo de perfumes de todo el año- Stanpa y Academia del Perfume han organizado una jornada para alertar a los consumidores de los riesgos de la compra de falsificaciones.
- La mayor preocupación para el sector y para autoridades, más allá del impacto económico y de empleo, son los peligros para la salud del uso de productos con ingredientes fraudulentos y fabricados clandestinamente. El uso de perfumes falsos puede producir efectos perjudiciales como alergias, intolerancias, manchas en la piel o quemaduras por el sol.
- Según los estudios de la EUIPO, el sector de la cosmética y los perfumes es el 2º de mayor impacto en España y se traduce en pérdidas de casi mil millones de euros y más de 8000 empleos.
- La Policía Nacional revela que detrás de las falsificaciones se encuentra el crimen organizado y que se ha producido un cambio de tendencia, ya no hay que irse a países lejanos, las falsificaciones “Made in Europe” y “Made in Spain” son una realidad.

**Madrid, 11 de diciembre de 2018.-** La Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, Stanpa, ha reunido a un grupo de autoridades y expertos para advertir del impacto y riesgos de la compra de falsificaciones de perfumes y cosméticos, instando al consumidor a que no se la juegue y haga sus compras de Navidad en puntos autorizados que cuentan con todas las garantías de los productos auténticos.

En la jornada se han tratado las diferentes problemáticas de los perfumes ilegales: los **riesgos para la salud** por parte de **Val Díez**, Doctora en Farmacia y Directora General de **Stanpa y de la Academia del Perfume**; la visión de los consumidores y cómo quedan afectados sus derechos, por parte de **M<sup>a</sup> Emilia Gómez**, Responsable del Área Jurídica de **CECU**, Confederación de Consumidores y Usuarios. Por parte de la **Policía Nacional**, **Mónica Dopico**, Inspectora Jefe de la Unidad de Delitos de la Propiedad Intelectual e Industrial, ha explicado cómo el crimen organizado y el blanqueo de dinero se encuentra detrás de las falsificaciones. **Carolina Arias**, del Observatorio de la Oficina de la Propiedad Intelectual de la U.E, **EUIPO**, ha hablado de los perjuicios a la sociedad y a la economía, cuantificando las pérdidas y el impacto en empleo. Por su parte, **Águeda Fole Sanz**, Jefa de Internacionales de la **Oficina Española de Patentes y Marcas**, ha hablado del daño a la creación y de diferentes medidas que las autoridades están poniendo en marcha para combatir este problema. Por último, **Laura Urquizu**, CEO de **Red Points**, ha expuesto cómo detectar el fraude en el medio digital.

### La complejidad de las formulaciones de los perfumes y los controles de calidad

**Val Díez** ha advertido sobre los peligros para la piel y la salud del uso de perfumes falsos. Ha explicado que los perfumes son productos muy complejos, que mezclan en diferentes proporciones numerosos componentes para aportarnos, tanto ese valor aromático que nos agrada, como la durabilidad adecuada. Esos ingredientes, sean de origen natural o científico, han de ser fabricados bajo estrictas garantías y han de someterse a estrictos controles para asegurar su calidad y su seguridad.

Detrás de la creación de un perfume, hay muchos procesos que seguramente no se conocen, pero están ahí para garantizar que podemos usar perfumes con un solo interés: disfrutarlos. A nivel internacional existen unos estándares para asegurar que todas las esencias y componentes de un perfume son totalmente seguros: se trata de los estándares de IFRA, de la International Fragrances Association, avalados por RIFM, el Centro de Investigación Científica de la industria de las fragancias<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Este es el sistema de autorregulación de la industria, basado en evaluaciones de riesgo realizadas por un Panel de expertos independiente (en este momento más de 180 ingredientes de perfumes han sido regulados por los estándares de IFRA) RIFM es el Centro de Investigación Científica de la industria de las fragancias, que prepara informes completos sobre los materiales, incluidos todos los datos de seguridad disponibles.

Los fabricantes de perfumes cuentan con sofisticados laboratorios y equipos de científicos que aseguran que todo cumple con los estándares que los consumidores exigen, de acuerdo con la exhaustiva regulación cosmética europea (Reglamento con más de 200 páginas de requisitos). Fundamentalmente consisten en asegurar que las instalaciones y procesos donde se fabrican son legales y seguras, que los ingredientes son asimismo legales y seguros y, por supuesto, asegurar la transparencia en el etiquetado y la información al consumidor.

En materia de seguridad, la evaluación de un perfume tiene como objetivo evitar alergias, intolerancias, fotosensibilidad, manchas o pigmentaciones; deben contar con protección frente a la luz solar y pasar las baterías habituales de toxicología humana. Por supuesto, hoy en día son obligados la sostenibilidad y respeto para el medioambiente. Las plantas o laboratorios en los que se producen las falsificaciones escapan a las inspecciones legales, pudiéndose utilizar productos químicos dañinos para las aguas y la biodiversidad.

### La radiografía de un perfume falso nos muestra el peligro de sus ingredientes

Stanpa ha llevado a cabo un análisis comparativo de perfumes auténticos y falsificados en un laboratorio internacional especializado, con la técnica de Cromatografía de Gases/Espectrometría de Masas (CG/EM), con el objetivo de poner de manifiesto las diferencias entre productos auténticos y falsos. **Ver Anexo 1. Gráficos cromatograma.**

Se han observado múltiples diferencias en la composición entre los perfumes originales y los falsos. **Frente a los más de 80 componentes que tiene un perfume original, las falsificaciones no suelen tener más de 20 o 25, que son en su mayoría distintos** (solo un 10% de los ingredientes encontrados en los productos originales aparecen también en los falsificados).

Los perfumes falsificados son un fraude, contienen en su mayoría agua, hasta un 50%, y etanol industrial o de baja pureza como disolvente. En algunos aparece dietilenglicol, **sustancia tóxica cuyo uso está prohibido en cosméticos** excepto en el caso de trazas y también se detecta la posible presencia de otras sustancias prohibidas. Una pequeña presencia de algunos componentes aromáticos básicos como el geraniol o el citrol enmascaran la fórmula para engañar al consumidor.

Los productos falsificados no tienen filtros UV, lo que puede dar lugar a fotodegradación y generar sustancias de riesgo para la salud que produzcan dermatitis, reacciones alérgicas, manchas en la piel, etc.

En conclusión, **los perfumes falsificados tienen una composición muy distinta e incluyen disolventes industriales, componentes tóxicos o prohibidos, algo grave en un producto que está durante horas en contacto con nuestra piel.**

### La desprotección y vulnerabilidad del consumidor ante efectos adversos

**M<sup>a</sup> Emilia Gómez**, de CECU, advierte que al comprar falsificaciones se está renunciando a todos los derechos como consumidor. El producto carece de garantía en caso de defecto o no conformidad del mismo, dejando al consumidor indefenso ante cualquier incidencia.

Más problemático es aún si un perfume falso produjera una reacción alérgica, ya que el médico no podrá conocer sus componentes a la hora de identificar qué es lo que ha generado el efecto adverso y tenerlo en cuenta al prescribir el tratamiento adecuado.

La compra de productos falsos por internet está creciendo a un ritmo preocupante. El producto puede no llegar nunca o se puede recibir algo que no era lo esperado. Además, algunas webs que venden productos falsos utilizan la venta para capturar y almacenar los datos personales y económicos del comprador o infectar su ordenador con virus.

Por otra parte, los productores de falsificaciones, al encontrarse al margen de la ley, incumplen las normas internacionales sobre condiciones sociales, laborales y de derechos humanos. Los trabajadores se encuentran en la mayoría de los casos en situaciones de explotación, incluso de esclavitud.

### Cambio de tendencia: “Made in Europe” y “Made in Spain”, el relevo a los países asiáticos

**Mónica Dopico**, Inspectora Jefe de la Unidad de Delitos de la Propiedad Intelectual e Industrial de la **Policía Nacional**, ha explicado la evolución que a lo largo de su experiencia ha tenido lugar en los países de procedencia de las

falsificaciones. Si hace años lo más habitual era que las mismas se fabricaran en países lejanos, en la actualidad han proliferado los laboratorios clandestinos en Europa e incluso en España.

Ha explicado que el crimen organizado es quién está detrás de falsificaciones de productos, con delitos desde blanqueo de dinero a tráfico de armas y drogas, trata de personas y menores, que en algunos casos, llega a la esclavitud. Se estima que casi 250 millones de menores en el mundo trabajan en economía sumergida, desvelando alguno de los casos recientes, como el de una organización criminal con múltiples actividades que, entre diversos métodos de blanqueo de capitales, había creado una página online para la venta de perfumes. Simulaba ventas masivas para blanquear y cuando tenían pedidos importaban productos falsos de China.

### Perfumes y Cosmética, casi 1000 millones de pérdidas y más de 8000 puestos de trabajo en juego

La Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), a través del Observatorio Europeo de las Vulneraciones de los Derechos de Propiedad Intelectual, viene publicando estudios sobre el impacto de las falsificaciones y piratería en distintos sectores desde el año 2015. Estos estudios han puesto de relieve que la falsificación es un fenómeno que afecta en distinta medida a sectores muy diversos: desde ropa, bolsos o joyas, hasta medicinas, bebidas alcohólicas, móviles o cosméticos.

Según los estudios de la **EUIPO**, que presentan datos comparables entre sectores y para todos los países de la UE, el sector de la cosmética y los perfumes en España es el 2º mayor impacto porcentual sobre las ventas (16%), casi el doble de la media europea. Esto se traduce en pérdidas de casi mil millones de euros y 8200 empleos para el sector.

### Más de 350.000 perfumes y cosméticos incautados

Según datos de la Agencia Tributaria, en 2017 fueron intervenidos 3.100.000 productos falsos, de los cuales se incautaron más de 350.000 perfumes y cosméticos. El Ministerio de Industria ha expresado su preocupación no sólo por el daño ocasionado a la economía y al empleo sino además por los riesgos para la salud de una práctica tan sorprendentemente extendida en nuestro país. Combatir las falsificaciones se ha convertido en una prioridad y se están llevando a cabo numerosas medidas en diferentes frentes.

La **OEPM (Oficina Española de Patentes y Marcas)** es un Organismo Autónomo que depende del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, muy involucrado en todas las acciones que el mismo está impulsando para la defensa y promoción de los derechos de propiedad industrial, y en concreto para luchar contra la falsificación, tanto en el ámbito nacional como de las Comunidades Autónomas y municipales.

**Águeda Fole Sanz**, de la **OEPM**, ha comentado algunas de las acciones más recientes encaminadas a este fin han sido la Constitución de la Mesa de Intrusismo el día 4 de diciembre, la Convocatoria de la Comisión Intersectorial para actuar contra las actividades vulneradoras de los derechos de propiedad industrial el 10 de diciembre, y la aprobación muy próxima de un Real Decreto que modifica la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas. Además, la formación y las campañas de sensibilización son cometidos que no deja de hacer la OEPM desde hace años.

### El fraude digital y las nuevas tecnologías para combatirlo

**Laura Urquizu, CEO de Red Points**, expertos en detección del fraude digital, comenta que el problema de las falsificaciones de perfumes en online se multiplica al mismo ritmo que lo hace el comercio electrónico. Los falsificadores aprovechan la viralidad de internet y actúan suplantando la reputación de las marcas, su tráfico e incluso las ventas de las marcas legales. En perfumería y cosmética, el 50% de las falsificaciones se concentran en RRSS. En el mundo digital, el acceso al producto falso es inmediato y global, a un solo clic.

Lo que empezó siendo un problema para las grandes marcas, actualmente se expande y afecta cada vez más a otras de menor volumen y, especialmente, a marcas nicho o nuevas marcas emergentes. Los problemas pueden abarcar desde productos falsos a uso indebido de la marca o ventas no autorizadas por comerciantes.

El 50% de los usuarios no quieren comprar productos falsos, pero se encuentran con que lo que reciben está falsificado, con las consecuencias no solo para la salud y la pérdida económica sino también para la reputación de la marca. Pese a que las marcas cumplen con todos sus requisitos de propiedad intelectual la lucha contra la falsificación se hace tremendamente complicada.

Los sitios ilegales siguen patrones similares a los virus en internet y manualmente sería casi imposible rastrearlos, pero afortunadamente la tecnología avanza también para la detección del fraude. Existen tecnologías capaces de escanear y monitorizar de forma semi automática y asistida el amplísimo medio digital con las que se ha conseguido alcanzar una eficacia muy alta. Urquizu ha comentado cómo han conseguido superar el 90% de detección acertada.

### El hashtag #YoAuténtico, el orgullo de la mejor compra

A partir de esta jornada, Stanpa promueve el hashtag #YoAuténtico para animar a los consumidores que compran productos auténticos, en establecimientos autorizados, hagan visible que defienden la creación de marcas y los puestos de trabajo implicados. La mejor compra estas navidades es aquella en la que el consumidor puede mostrarse orgulloso y subir el hashtag de sus compras a sus redes sociales. Las diferencias entre un perfume auténtico y uno falsificado son numerosas:



### CONTACTOS DE PRENSA

#### WEBER SHANDWICK

Amparo González  
[agonzalez@webershandwick.com](mailto:agonzalez@webershandwick.com)  
 Alberto Egea  
[aegea@webershandwick.com](mailto:aegea@webershandwick.com)  
 Tel. 91 745 86 00

#### FUNDACIÓN ACADEMIA DEL PERFUME

Cristina de Catalina  
 Directora de Desarrollo  
[cristina.decatalina@academiadelperfume.com](mailto:cristina.decatalina@academiadelperfume.com)  
 Tel. 607 46 20 57

#### STANPA

Clara Pi / Nuria Cuenca  
 Comunicación  
[stanpacomunicacion@stanpa.com](mailto:stanpacomunicacion@stanpa.com)  
 Tel. 91 571 16 40

La Academia del Perfume es una fundación de carácter social y cultural dedicada a la difusión y promoción de la cultura del perfume. Impulsada por las principales empresas del sector, busca fomentar el descubrimiento y divulgación del universo perfume, su ciencia y su creación artística a través del conocimiento, experiencias, educación e innovación. Es la primera academia de perfumes del mundo en tener académicos en su seno y cuenta entre ellos con algunos de los mejores perfumistas mundiales de habla hispana.

Stanpa es la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. Fundada en 1952, integra en la actualidad a más de 270 empresas que fabrican y distribuyen perfumes, cosméticos y productos de cuidado personal en nuestro país.