



“Diciendo no a las falsificaciones, ganamos todos”, lema de campaña

Reyes Maroto presenta la campaña contra las falsificaciones del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

- La iniciativa de la Oficina Española de Patentes y Marcas pretende sensibilizar y concienciar al consumidor sobre los efectos negativos de este fenómeno
- España sufre pérdidas de ventas por valor de 6.766 millones de euros al año como consecuencia de las falsificaciones

28.11.19. La ministra de Industria, Comercio y Turismo en funciones, **Reyes Maroto**, ha presentado hoy la campaña institucional para la concienciación y sensibilización sobre la falsificación de bienes y mercancías y sus consecuencias sociales y económicas.

La ministra ha señalado que “la protección de la propiedad industrial es una prioridad para el Gobierno, y por eso, desde hace año y medio, hemos reforzado las actuaciones orientadas a luchar contra la falsificación y, por tanto, a la vulneración de los derechos de los titulares de marcas y de diseños. Hemos puesto este desafío en la agenda política y pública, para implicar al mayor número de actores en la lucha contra las falsificaciones”.

El lema central de la campaña -desarrollada por la oficina Española de Patentes y Marcas- es “*Diciendo no a las falsificaciones, ganamos todos*”, y tiene como objetivos “sensibilizar a la opinión pública acerca de las consecuencias negativas que tiene este fenómeno sobre la economía, el empleo y la innovación, así como el riesgo para la salud y la seguridad del usuario”, ha señalado **Reyes Maroto**; “creemos necesario objetivo cambiar

actitudes y comportamientos respecto a la adquisición de productos falsificados.

Al acto han asistido la secretaria de Estado de Comercio, **Xiana Méndez**, el presidente de la OEPM, **Fernando Valdés**, el director general de la OEPM, **José Antonio Gil Celedonio**, y representantes de Ministerio de Cultura y Deporte, Ayuntamiento de Madrid, FEMP, CEOE, ANDEMA, AIPPI, COAPI y CECU, entre otros.

La campaña

El claim de campaña es “*Los peores descuentos del mundo, piérdetelos*”.

Los elementos gráficos de la creatividad recogen los sectores económicos más afectados por las falsificaciones (prendas de vestir, cosméticos y teléfonos inteligentes) y el impacto cuantitativo que supone la compra de productos falsificados, con datos sobre pérdidas de empleo, ingresos y, especialmente, la pérdida de derechos para los consumidores.

Para lograr el mayor número de impactos en los consumidores, La campaña se desarrollará en los próximos días en un soporte multicanal: prensa digital, pantallas de centros comerciales, y elementos de mobiliario urbano situados en los lugares más concurridos y céntricos de las ciudades.

El elemento audiovisual es un spot de 20” que será emitido en televisiones de ámbito nacional y autonómico.

Los materiales multimedia se insertarán también en las redes sociales del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y de la Oficina Española de Patentes y Marcas.