

LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN FOCO



LA INDUSTRIA DEL PERFUME

¿Por qué se busca la protección de los derechos de autor en la industria del perfume?

Desde su origen en el siglo XIX en el sur de Francia la industria del perfume está cambiando constantemente y ha avanzado significativamente. El conocimiento, especialmente de fórmulas para la producción de perfumes, es la parte más importante de la industria y por eso las empresas de perfumes invierten en la creación de esas

fórmulas. El progreso tecnológico, y en particular la tecnología de “diseño invertido”, hicieron que las fórmulas, que son un secreto comercial, fueran relativamente fáciles de adivinar para la competencia. Por esa razón la industria está motivada a esforzarse más por encontrar nuevas formas de protección legal de sus recursos de información. Los aromas producidos tienen un valor de mercado alto y duradero. Este valor se conserva mucho más tiempo que los 20 años de protección proporcionados

por la patente. Además, la patente requiere la revelación de la fórmula, por lo que los fabricantes prefieren no aprovecharse de la protección de las patentes. El hábil creador de perfumes se inspira de la variedad de

esencias aromáticas, que combina en un intento de obtener una fragancia original.

Una de las razones para el precio alto de los perfumes de marca es que se producen con ingredientes difíciles de obtener.



El perfume más famoso del mundo, Chanel N° 5, por ejemplo, utiliza la civeta. Este animal africano produce secreción de moco para marcar su territorio. Inicialmente su olor es fuerte y repulsivo, pero después de diluirse y reposar se vuelve atractivo. En el pasado las civetas se mataban a causa de la glándula. Hoy la extracción se realiza principalmente en Etiopía, donde se crían estos animales, pero la mayor parte de la industria utiliza material sintético. De la marca "Chanel" afirman que desde el año 1998 la producción de sus perfumes no incluye la secreción natural. Muchas de las marcas de perfumes más caras se basan en aceite de rosa.

¿Qué dificultades surgen en la protección de la propiedad intelectual de los perfumes?

La fragancia única y original es la característica más importante del perfume de lujo y su composición suele ser un secreto muy bien guardado. Sin embargo, paradójicamente, obtener protección legal sobre una fragancia es extremadamente difícil. El requisito de originalidad significa que, si un perfume imita con precisión por ejemplo el aroma de las rosas, no puede recibir protección. No obstante, si un perfumista le da su propio aspecto, el criterio podría cumplirse. Es un hecho que las aromas no encajan en el sistema de derechos de autor

y la legislación no las manejaba cuando se crearon los mismos. En una sentencia el Tribunal Supremo francés comparó a los perfumistas con artesanos similares a los carpinteros, y no con artistas, por lo que no les otorgó derechos de autor.

Un aspecto alarmante en la protección de los derechos de autor de los perfumes es el riesgo de que surjan monopolios irregulares. La mayoría de las personas no tienen un sentido de olfato fuerte y solo pueden distinguir un número limitado de aromas. Por lo tanto, varios perfumes pueden llegar a definirse como similares y la protección de los derechos de autor puede socavar la competencia en un grado indeseable.

¿Qué se puede proteger y qué no?

A pesar de la notable expansión de los derechos de autor en el siglo XXI, expansión hasta el punto de incluir a personajes de cómics, todavía no cubren la industria de las fragancias.

La patente es el derecho de un uso exclusivo de una solución técnica innovadora. El propósito de la ley de patentes es de proteger productos nuevos, innovadores y útiles, pero las patentes no ofrecen protección para las miles de fragancias originales utilizadas en productos cosméticos. Los fabricantes que han obtenido una patente para fragancias han logrado demostrar su eficacia terapéutica. Así como las marcas, las fragancias también son un sello personal de determinados

productos. Hay consumidores que pueden distinguir de forma inconfundible sus perfumes de marca favoritos. La protección de una marca registrada para las fragancias requiere un aspecto distintivo y no funcional. Este requisito es difícil de cumplir, ya que la emisión de un aroma agradable es una funcionalidad que provoca una reacción sensorial. Es por esa razón por la que la protección de la marca registrada tampoco logra proteger las aromas del todo. Principalmente, una marca registrada protegida suele ser la de los nombres de los perfumes. Su embalaje puede ser un diseño protegido y el texto escrito encima también se puede proteger con derechos de autor. Se pueden patentar elementos individuales de la fragancia, pero la fragancia misma no está sujeta a protección como propiedad intelectual.



El artículo es parte de la campaña “PI: ¿POR QUÉ DEBERÍA IMPORTARME?”

La campaña explica el valor de la propiedad intelectual. La propiedad intelectual son los derechos que protegen la creatividad. Esta campaña trata de involucrar a los jóvenes en los esfuerzos por respetar los derechos de los artistas y así apoyar la creación.



<http://ipwhy.europe.bg>

La campaña se realiza con el apoyo de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) e Ideas Powered

Supported by:

