

“És difícil evitar imitacions de la Xina”

Raúl Gutiérrez Ruiz (Barcelona, 1977) és agent de la propietat industrial i expert en marques, patents, dissenys i drets d'autor. Treballa a Elx i assessora empresaris que volen defensar els seus productes de les imitacions, la majoria procedents de la Xina.

—Hi ha molts casos d'empresaris que es protegeixin contra la pirateria asiàtica?

—N'hi ha força. Són casos de joies, maquinària i qualsevol producte que tingui èxit comercial. Són sobretot productes senzills que tenen molta acceptació entre el públic.

—Com per exemple?

—El producte estrella són les bosses i complements de Tous.

—És complicada la lluita?

—Per a un petit empresari que té èxit amb un producte, és difícil evitar que el producte es fabriqui allà i que n'arribin imitacions. Per tenir protecció arreu caldria anar allà i inscriure's al registre de la propietat. No és barat, pot costar tot plegat 1.800 euros, en el cas d'una marca. L'experiència és que les autoritats xineses actuen en els casos que hi ha denúncia. Cada cop més, hi ha clients que busquen protegir els seus productes a països com el Brasil, els Estats Units, el Japó i també la Xina.

—Les còpies il·legals procedents d'Àsia són la gran amenaça per als empresaris d'Elx?

—Per descomptat, però cal tenir en compte que el primer enemic és el mateix empresari. Aquí hi ha hagut falta de previsió. S'ha confiat en les estructures de fa uns anys i la indústria no s'ha reconvertit. No s'ha invertit prou en innovació i desenvolupament. La competència que ve de la Xina és molt forta i els comerciants d'aquí es veuen impotents pels preus baixos que ofereixen.

—I què es pot fer?

—Fa uns anys Alemanya tenia el mateix problema amb els espanyols que emigraven allà. Llavors, van decidir incentivar la innovació i la reconversió de les indústries. Si no s'innova, és molt difícil competir en preu. La innovació és un additiu que dónes al producte. A banda del preu, el consumidor es fixa en el disseny, l'ornamentació i les característiques tècniques. Això és un aspecte al qual no s'ha donat prou importància, ni a l'estat ni a la zona d'Elx. Aquí es desenvolupen models de calçat de fa anys i no s'inverteix en nous materials ni en nous mètodes, que és el que podria competir amb els baixos preus.

—Suposem que un empresari s'adona que un fabricant xinès imita els seus productes. Què pot fer?

—Aquest és el problema. Normalment aquí l'empresari no fa res fins que veu que l'estan imitant. Si el disseny és molt peculiar, com la Coca-Cola, es pot anar contra l'imitador perquè hi ha una reputació al darrere.

“Una inversió de futur”.

Així defineix

Raúl Gutiérrez, expert en patents i marques, els tràmits, complexos i cars, necessaris per registrar un producte.

Una mesura que, en tot cas, no sempre detecta les còpies il·legals.



"Aquí es desenvolupen models de fa anys i no s'inverteix en nous materials ni en nous mètodes, que és el que podria competir amb els baixos preus", diu Raul Curiérez.



"Ei problema és que aquí no es registren els productes i que no hi ha defensa possible"

Ara bé, un empresari normal no pot fer res, encara que ho vegi clar, si no té registrat el producte. El problema és que no es registra.

—És molt complicat fer-ho?

—Cal fer una sol·licitud a l'oficina espanyola de patents i marques. Es pot fer en línia o a través d'una agència. Requereix uns coneixements del producte, perquè hi ha una classificació internacional. Si parlem d'una marca, el que es registra és el distintiu d'una cosa, que pot ser un logotip, un dibuix, una paraula, però mai una cosa genèrica. Hi ha coses que no es poden registrar, com la bandera d'un estat. Quant a disseny, es registra l'aparença estètica d'un objecte, és a dir, com és físicament, sense tenir en compte els components tècnics; per exemple, una catifa, un cotxe o una sabata. I en el cas de les patents, es registra una creació tècnica, bàsicament un invent.

—No sembla fàcil per a un empresari petit.

—No ho és. Alguns ho fan, però la majoria van a una agència. Els trà-

mits són complicats, i després hi ha el tema de la vigilància, perquè l'oficina no actua d'ofici.

—Què vol dir?

—Doncs que dos cops cada mes es publica un butlletí oficial de la propietat industrial. Cal estar atent per veure si hi ha marques, patents o dissenys que són iguals o semblants a la teva. No cal que sigui idèntica, cal que sigui semblant. Tu presentes una sol·licitud d'oposició a l'oficina i els anomenats "examinadors" decideixen si el nou producte que s'ha inscrit té dret a fer-ho o no. L'empresari només és té a si mateix. El sistema mai no actua d'ofici; seria un treball molt ingent. T'has de defensar tu mateix, com en el sistema judicial.

—I amb aquest panorama, val la pena enregistrar un producte?

—Sí, per tenir una posició ferma en el mercat. És, de fet, una inversió de futur. L'empresari dona uns diners que, en principi, no donen res a canvi.

—És molt car? Quant val enregistrar una sabata, per exemple?

—S'acostuma a registrar la sola de la sabata. Sumant tot el procés, des de la sol·licitud fins a la concessió, costa entre 600 i 800 euros. Però no tot el que es ven es pot registrar.

—Què es registra?

—Els productes que puguin tenir transcendència. L'empresari s'assegura un monopoli durant uns anys per fer ús del producte i vendre'l a tot l'estat. Les marques es poden renovar indefinidament, però un disseny registrat té una durada de 25 anys. Després tothom el pot copiar legalment. Les patents tenen una durada de vint anys.

—La introducció d'una marca comunitària europea millorarà la situació?

—Ara, mitjançant el registre a l'Oficina d'Harmonització del Mercat Interior (OHMI), amb seu a Alacant, tens protecció automàtica a l'Europa dels 25. Hi ha una publicació, el butlletí de marques comunitàries, que també cal vigilar. És el mateix procediment que a l'estat espanyol. També hi ha el disseny comunitari, que també es registra a l'OHMI. A més, està prevista per a l'any que ve, potser, la creació d'una patent comunitària. Des de fa cinc anys està en discussió. La seu seria a Munic.

Joan Corbera