

EQUIPAMIENTO

EEUU vs. Puma: guerra por el 'ambush marketing' en los Juegos Olímpicos

El Comité Olímpico y Paralímpico estadounidense demanda al grupo de material deportivo y a su subsidiaria norteamericana por infracción de marca registrada y prácticas comerciales engañosas.

Palco23
24 feb 2021 - 12:42



Guerra por el registro de marcas en los Juegos Olímpicos. El Comité Olímpico y Paralímpico de EEUU (Usopc, por sus siglas en inglés) ha presentado una demanda contra Puma por infracción de marca registrada y prácticas comerciales engañosas.

La Usopc alega que el grupo alemán de equipamiento deportivo ha “declarado la guerra” a sus marcas de los Juegos Olímpicos, específicamente las relacionadas con las marcas comerciales *Tokyo 2020*, *Beijing 2022* y *París 2024*, informa *Sports Business Journal*.

El fabricante de material deportivo tiene la capacidad legal de patrocinar a atletas olímpicos, pero sólo los miembros del programa de patrocinio TOP global del Comité Olímpico Internacional (COI) tienen derecho a utilizar las marcas oficiales de los Juegos.

De acuerdo al expediente judicial, la Usopc está “obligada a proteger la propiedad intelectual olímpica en los Estados Unidos en beneficio del Movimiento Olímpico”, considerando que la infracción de Puma a esas marcas comerciales supone un menoscabo de una de las fuentes principales de financiación de los atletas olímpicos y paralímpicos.

La demanda señala que “un sistema gratuito para todos en el que cualquier empresa pudiera asociar sus productos con las marcas de los Juegos o la marca olímpica diluiría el valor de los patrocinios de la Usopc”, además de afectar directamente la capacidad de los atletas olímpicos estadounidenses de “obtener el apoyo necesario para representar a los EEUU en los Juegos Olímpicos”, en una práctica que califica como de *ambush marketing*.

Usopc demanda a Puma para proteger la propiedad intelectual olímpica y los derechos de sus deportistas

El organismo alega que las empresas de Puma “han distribuido, vendiendo, promocionando, licenciando y/o publicitando prendas especialmente fabricadas, que incluyen o presentan las marcas infractoras”, tras solicitar el registro, ante la Oficina de patentes y marcas de EEUU (Uspto, por sus siglas en inglés), de marcas como *Puma Tokio 2021*, *Puma Tokyo 2022*, *Puma Beijing 2022* y *Puma Paris 2024*. Una solicitud de registro que fue denegada ante una posible confusión con las marcas de la Usopc.

Al mismo tiempo, la compañía alemana ha contraatacado presentando múltiples solicitudes de cancelación de marcas comerciales contra los propios registros de las marcas de Juegos de la Usopc, que aún están pendientes de resolución.

La Usopc defiende que ha presentado la demanda contra Puma “para detener sus ataques injustos contra el equipo de Estados Unidos y los atletas de todo el mundo”, acusándola de estar trabajando para “recortar intencionalmente los fondos críticos para el entrenamiento y los programas de los atletas”. “No nos quedaremos al margen mientras Puma viola los derechos creados para permitirnos apoyar los sueños de los atletas estadounidenses de competir en los Juegos Olímpicos y Paralímpicos”, sentencia.