

ÍNDICE

SECCIÓN PRIMERA: DERECHO DE MARCAS Y DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL

CAPÍTULO 1. La infracción de una marca de la Unión Europea mediante el upcycling. Aspectos materiales y de Derecho internacional privado

CAPÍTULO 2. La infracción de la marca por Internet y Derecho de la Unión Europea: competencia judicial internacional y ley aplicable

CAPÍTULO 3. Actos de imitación en el sector de la moda

SECCIÓN SEGUNDA: DISTRIBUCIÓN, DERECHO DE LA COMPETENCIA Y LITIGACIÓN TRANSFRONTERIZA

CAPÍTULO 4. El contrato internacional de franquicia en el sector de la moda: particularidades sustantivas y conflictuales

CAPÍTULO 5. Los contratos de distribución se visten de Prada: derecho de la competencia, restricciones verticales y luxury brands

CAPÍTULO 6. Sucesión de campañas promocionales y ley de ordenación del comercio minorista: de dónde venimos y hacia dónde vamos

SECCIÓN TERCERA: TECNOLOGÍA Y REDES SOCIALES

CAPÍTULO 7. “Fashion in the metaverse”: protección de la moda “tokenizada”, infracciones y remedios

CAPÍTULO 8. Tecnología, patentes y moda

CAPÍTULO 9. Marco jurídico aplicable a la comunicación mediante influencers y últimos avances legislativos

SECCIÓN CUARTA: RETOS A LOS QUE SE ENFRENTA EL NEGOCIO DE LA MODA

CAPÍTULO 10. La regulación del impacto ambiental de la moda: hacia la deseada circularidad