

ÍNDICE

PARTE PRIMERA: DERECHO ANTITRUST

CAPÍTULO 1. LA DELIMITACIÓN DE LOS MERCADOS DIGITALES: UNA APROXIMACIÓN A LA NUEVA COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA

Ana María Aido Vázquez

I. INTRODUCCIÓN: ¿POR QUÉ ES NECESARIA UNA NUEVA COMUNICACIÓN?

II. NOVEDADES EN LA DELIMITACIÓN DE LOS MERCADOS DIGITALES

1. Metodología general para la definición del mercado

1.1. Mercado relevante de producto

1.2. Mercado geográfico relevante

1.3. Aplicación prospectiva de la delimitación del mercado

2. Delimitación del mercado en condiciones específicas

2.1. Plataformas multilaterales

2.2. Ecosistemas digitales

3. Cálculo de las cuotas de mercado

III. CONCLUSIONES

CAPÍTULO 2. LA RECLAMACIÓN DE DAÑOS POR INFRACCIÓN DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA: UN EJEMPLO DE LITIGACIÓN MASIVA EXTRAMUROS DE LA DIRECTIVA 2020/1828 (UE) RELATIVA A ACCIONES DE REPRESENTACIÓN

Alicia Armengot Vilaplana

I. INTRODUCCIÓN

II. LA NO PREVISIÓN DE MECANISMOS ESPECIALES DE TUTELA: EL EJERCICIO INDIVIDUAL DE LAS ACCIONES POR LOS PERJUDICADOS A TRAVÉS DE LOS CAUCES ORDINARIOS PREVISTOS POR LA LEC.

III. EL EJERCICIO DE UNA ACCIÓN COLECTIVA PARA LA TUTELA DE CONSUMIDORES AFECTADOS POR UNA INFRACCIÓN DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA.

a) Consideraciones generales

b) El ejercicio de una acción colectiva de reclamación de daños por una infracción del Derecho de la competencia en el marco de la LEC de 2000.

1. Adecuación de la regulación de la LEC para esta materia

2. Tipo de intereses tutelados y consecuencias de su calificación

3. Contenido de la sentencia que estima la acción colectiva

4. La ejecución de la sentencia colectiva

c) La futura adaptación de la Directiva 2020/1828/UE en materia de acciones de representación para la protección de los consumidores

IV. LA CONFIGURACIÓN DE MECANISMOS ESPECIALES DE TUTELA PARA ESTA MATERIA: EL PLEITO TESTIGO

V. A MODO DE REFLEXIÓN FINAL

CAPÍTULO 3. LA AUTOPREFERENCIA COMO UNA NUEVA MODALIDAD DE ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE

Fernando Cachafeiro

I. INTRODUCCIÓN

II. LA CONDUCTA ABUSIVA DEL OPERADOR DOMINANTE

1. DEFINICIÓN DE ABUSO

2. TIPOS DE ABUSO

3. TEST DE LEGALIDAD

3.1. Test de legalidad de los abusos excluyentes

3.2. Test de legalidad de los abusos de explotación

II. LA DISCRIMINACIÓN EN EL DERECHO DE LA COMPETENCIA

1. ¿ABUSO EXCLUYENTE O ABUSO DE EXPLOTACIÓN?

2. LA DISCRIMINACIÓN DE COMPETIDORES

3. LA DISCRIMINACIÓN DE PROVEEDORES Y CLIENTES

3.1. El artículo 102 c) TFUE

3.2. Abusos que causan una «desventaja competitiva»

III. LA AUTOPREFERENCIA

1. LA SENTENCIA GOOGLE SHOPPING DEL TRIBUNAL GENERAL

2. LA CONDUCTA: ¿FAVORECER Y PERJUDICAR O SÓLO FAVORECER?

3. TRES IDEAS PARA EMPEZAR

3.1. La autopreferencia es un tipo de abuso autónomo

3.2. «Leveraging» no es abusivo per se

3.3. El auto-favorecimiento tampoco es abusivo per se

4. LA CLAVE: EL CIERRE ANTICOMPETITIVO DEL MERCADO

4.1. Cierre anticompetitivo del mercado

4.2. Carácter super-dominante

4.3. Cambio de modelo

4.4. Ausencia de lógica de la conducta

4.5. Las búsquedas generales son necesarias para los comparadores de tiendas rivales

5. EL PRINCIPIO DE «NEUTRALIDAD DE LA RED»
6. ¿CUÁL ES EL TIPO DE LEGALIDAD DE LA CONDUCTA?
7. INCIDENCIA DE LA LEY DE MERCADOS DIGITALES

IV. CONCLUSIONES

CAPÍTULO 4. EVOLUCIÓN DE LAS ACCIONES PRIVADAS POR INFRACCIÓN DE NORMAS DE LA COMPETENCIA EN ESPAÑA

Francisco Marcos

1. INTRODUCCIÓN

2. EL MARCO LEGAL PARA LA APLICACIÓN JUDICIAL DE LAS PROHIBICIONES DE CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

3. LA EVOLUCIÓN DE LA LITIGACIÓN DE APLICACIÓN PRIVADA DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA

3.1. La “saga de las gasolineras”

3.2. Las acciones por infracciones del Derecho de la competencia en la organización y explotación de competiciones deportivas

3.3. Las primeras acciones consecutivas por daños causados por cárteles

3.4. Las acciones consecutivas al cártel de camiones, al cártel de los automóviles y al cártel de la leche

4. EL FUTURO DE LAS ACCIONES POR INFRACCIONES DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA

4.1. Consolidación de la aplicación judicial del derecho de la competencia

4.1. Trivialización de la aplicación judicial del derecho de la competencia

4.2. Sofisticación de la aplicación judicial del derecho de la competencia

5. CONCLUSIONES

CAPÍTULO 5. “EL ABUSO DE LA POSICIÓN DOMINANTE EN EL MERCADO FARMACÉUTICO: A VUELTAS CON LA BIG PHARMA”

Eduardo Marcos Martínez

I. INTRODUCCIÓN.

II. DELIMITACIÓN DEL MERCADO FARMACÉUTICO.

III. EL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO ANTE LA COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA.

IV. LA CNMC Y LOS PRINCIPIOS RECTORES EN LA DENOMINADA CONSTITUCIÓN ECONÓMICA.

V. CONCLUSIONES.

CAPÍTULO 6. EL NUEVO RÉGIMEN JURÍDICO DE LA ESTIBA PORTUARIA. CUESTIONES CLAVE SOBRE EL CONFLICTO DE LOS ESTIBADORES EN ESPAÑA DESDE LA PERSPECTIVA DE COMPETENCIA

Sabela Rocha Domínguez

PARTE SEGUNDA: COMPETENCIA DESLEAL Y PUBLICIDAD

CAPÍTULO 7. ¿HAY COMPETENCIA DESLEAL AL NO DECIR QUE UN DIBUJO LO HA GENERADO UNA INTELIGENCIA ARTIFICIAL?

Antonio Alonso-Bartol Bustos

I. INTRODUCCIÓN

II. ILÍCITOS DE COMPETENCIA DESLEAL. ENTRE LOS ILÍCITOS DE ENGAÑO Y OMISIONES ENGAÑOSAS Y EL ILÍCITO DE CONFUSIÓN

1. ¿Qué ilícito de competencia desleal elegimos y por qué los actos de engaño y omisiones engañosas?

2. Análisis de los actos de engaño y omisiones engañosas (Artículos 5 y 7 de la LCD)

III. POSIBILIDADES DE APLICACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL Y COMPLEMENTARIEDAD RELATIVA

IV. DEFECTOS DE INFORMACIÓN Y RELEVANCIA JURIDICA PARA LA TOMA DE DECISIONES DEL CONSUMIDOR

1. Información falsa, veraz pero presentada de forma errónea o ausencia de información relevante

2. Alteración del comportamiento económico del consumidor

V. CONCLUSIONES

CAPÍTULO 8. LA PROTECCIÓN SUPLEMENTARIA DE LAS FORMAS FUNCIONALES POR EL DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL

Manuel Bernet Páez

I. INTRODUCCIÓN

II. LA PROTECCIÓN DE LAS FORMAS FUNCIONALES EN EL DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL ALEMÁN

1. De la tesis de la prioridad a la tesis de la equivalencia de tuteladas

2. Un paso más allá: La protección concedida a las formas previamente patentadas por el derecho de la competencia desleal

3. La consagración de la tesis de la equivalencia

4. Evaluación de la tesis de la equivalencia por la doctrina

III. LA PROTECCIÓN DE LAS FORMAS FUNCIONALES EN EL DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL ESTADOUNIDENSE

1. Dilema no resuelto: Prioridad o igualdad entre los regímenes en conflicto

2. La sentencia Traffix Devices: La patente previa como prueba de funcionalidad

IV. UNA PROPUESTA SOBRE EL dilema de la TUTELA POR EL DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL de las formas protegidas previamente como patentes de invención

V. CONCLUSIONES

CAPÍTULO 9. LA NUEVA LEY DE MERCADOS DIGITALES ¿UN INSTRUMENTO DE COMPETENCIA DESLEAL DE DIMENSIÓN ANTITRUST? POSIBLES IMPLICACIONES PARA EL DERECHO NACIONAL.

Marcos Cruz González

I.- INTRODUCCIÓN

II.- ANÁLISIS DE LA NATURALEZA JURÍDICA DE LA LEY DE MERCADOS DIGITALES. EL COMETIDO DE DISCIPLINAR A LOS GRANDES OPERADORES EN LOS MERCADOS DIGITALES.

2.1.- Breve presentación de la “Digital Markets Act”

2.2.- La declaración de Gatekeeper como punto central del nuevo régimen: estructura del ilícito del DMA

III.- IMPLICACIONES PARA EL ORDENAMIENTO JURÍDICO NACIONAL. LA REVIVISCENCIA DEL ART. 3 LDC Y SUS COMPLEJIDADES APLICATIVAS.

3.1.- Paralelismos con la regulación nacional española (art. 3 LDC):

3.2.- Consecuencias de la estructura del ilícito para el Derecho nacional (Art. 1.5 DMA):

CAPÍTULO 10. SOBRE LAS NUEVAS NORMAS RELATIVAS A LA DESLEALTAD DE LAS RESEÑAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN EL ENTORNO DIGITAL

Laura Diéguez Aguilera

I.- CONSIDERACIONES PRELIMINARES Y PROPÓSITO DE ESTE TRABAJO

II.- MARCO NORMATIVO DE LAS PRÁCTICAS DESLEALES SOBRE RESEÑAS DE BIENES Y SERVICIOS

III.- ALGUNAS CONSIDERACIONES TERMINOLÓGICAS PREVIAS Y EL ÁMBITO DE APLICACIÓN PERSONAL O SUBJETIVO DE LA NORMATIVA OBJETO DE ANÁLISIS

1.- Consideraciones terminológicas previas

1.1.- Noción de reseña

1.2.- Noción de sitio de reseñas

2.- Ámbito de aplicación personal o subjetivo de la normativa sobre reseñas

IV.- PRINCIPALES MEDIDAS DE LUCHA CONTRA LA DESLEALTAD DE LAS RESEÑAS PROVENIENTES DE LA DIRECTIVA (UE) 2019/2161

1.- Obligación de información a cargo de los empresarios sobre la autenticidad de las reseñas y la consideración del incumplimiento de esta obligación como una omisión engañosa

2.- Prácticas sobre reseñas reputadas per se desleales

2.1. La afirmación de que las reseñas provienen de clientes reales sin tomar las medidas adecuadas y necesarias para confirmarlo

2.2.- La incorporación de reseñas ficticias o la manipulación de reseñas reales con el fin de promocionar productos y servicios

V.- A MODO DE EPÍLOGO

CAPÍTULO 11. PRÁCTICAS DESLEALES CON CONSUMIDORES: ILÍCITO DE CONSUMO E ILÍCITO DESLEAL

Eva M. Domínguez Pérez

I. REFORMULACIÓN DE LA RELACIÓN DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL Y DEL DERECHO DE CONSUMO.

1. Introducción: las iniciales reformas legislativas en materia de Derecho de consumidores y Derecho de la competencia desleal.

2. El inicio de la reformulación de la relación jurídica entre el Derecho de consumidores y el Derecho de la competencia desleal.

II. UNA VISION CRÍTICA SOBRE LOS RECIENTES PLANTEAMIENTOS DE LA RELACIÓN ENTRE LOS CONTRATOS CELEBRADOS POR LOS CONSUMIDORES Y EL DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL.

1. Las recientes Directivas UE en materia de consumidores

2. El nuevo art. 20 bis TRCU: las medidas correctoras por la realización de prácticas desleales hacia el consumidor

2.1. Contratos celebrados por los consumidores bajo la influencia de prácticas desleales

2.2. Crítica a la regulación de las medidas correctoras ex art. 20 bis TRCU: concepto, efectos, y problemática que plantean.

CAPÍTULO 12. PRINCIPALES NOVEDADES DE LAS INICIATIVAS REGULATORIAS DEL GREENWASHING DE CARÁCTER ARMONIZADOR EN LA UNIÓN EUROPEA

Ana Miranda Anguita

I.- CONSIDERACIONES PRELIMINARES Y PROPÓSITO DE ESTE TRABAJO

1.- Preliminar: el blanqueo ecológico como comportamiento desleal en auge en el tráfico mercantil contemporáneo

2.- La utilidad del vigente Derecho de la competencia desleal para hacer frente a las conductas de blanqueo ecológico y el propósito de este trabajo

II.- LA PROPUESTA DE DIRECTIVA SOBRE EMPODERAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA

1.- Consideraciones previas

2.- Las principales medidas propuestas

2.1.- Nuevas definiciones

2.2.- Prácticas engañosas por acción

2.4.- Prácticas engañosas por omisión

2.5.- Nuevas prácticas reputadas desleales per se o en cualquier circunstancia

III.- LA PROPUESTA DE DIRECTIVA SOBRE ALEGACIONES MEDIOAMBIENTALES EXPLÍCITAS

IV.- VALORACIÓN GENERAL DE ESTAS INICIATIVAS REGULATORIAS

CAPÍTULO 13. EL MARKETING ALGORÍTMICO BASADO EN DATOS REVELADORES DE UN TRASTORNO POR USO DE VIDEOJUEGOS. UN ANÁLISIS DESDE EL DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL.

Irene Sánchez Frías

I. CUESTIONES PRELIMINARES. LA PERSUASIÓN BASADA EN PERFILES Y LA MANIPULACIÓN ALGORÍTMICA EN LA NORMATIVA ESPAÑOLA Y COMUNITARIA.

1. La persuasión basada en perfiles como estrategia de marketing.
2. La manipulación algorítmica del consumidor a través del uso de datos personales en la normativa española y de la Unión Europea

II. EL MARKETING PERSUASIVO BASADO EN TÉCNICAS DE COMPROMISO SOBRE DATOS REVELADORES DE ADICCIÓN AL JUEGO DEL DESTINATARIO. ¿UNA PRÁCTICA AGRESIVA?

1. La publicidad como modelo de negocio en los videojuegos.
2. Requisitos generales para la agresividad de la práctica
3. La explotación de datos reveladores de una adicción al videojuego como medio de influencia indebida.

III. LA EXPLOTACIÓN DE DATOS SOBRE ADICCIÓN A LOS VIDEOJUEGOS ANTE LA CLÁUSULA GENERAL DE DESLEALTAD.

1. El concepto de “adicción a los videojuegos” como causa de especial vulnerabilidad.
2. La buena fe y la diligencia profesional ante la explotación de datos reveladores de la adicción del usuario.
3. La distorsión del comportamiento económico del usuario a través de la explotación de sus datos relativos al uso de videojuegos.

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 14. ALTERACIONES DE LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS EN LÍNEA CON OCASIÓN DE LAS EVIDENCIAS REGLAMENTARIAS

Trinidad Vázquez Ruano

1. APUNTES PRELIMINARES

2. TUTELA DE LA PRIVACIDAD Y PRÁCTICAS PROMOCIONALES

- 2.1. Garantía de la información personal de los destinatarios
- 2.2. Propuesta normativa comunitaria y cambio de paradigma

3. REDES SOCIALES E IDENTIFICACIÓN DEL MENSAJE

- 3.1. El uso de las redes sociales con un propósito comercial
- 3.2. Previsiones autonormativas en relación con la publicidad a través de redes sociales
- 4. CONTINGENTES ALTERACIONES EN LA DIFUSIÓN PROMOCIONAL EN LÍNEA
 - 4.1. Un nuevo panorama reglamentario
 - 4.2. Aproximación a diversas estrategias promocionales en línea
- 5. IDEAS FINALES

PARTE TERCERA: PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL

CAPÍTULO 15. MARCAS Y HUMOR: UNA PAREJA DE HECHO

Dra. D^a Blanca Bagó Oria

- I. PLANTEAMIENTO
- II. LAS PARODIAS COMO EXCEPCIÓN AL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
 - A) Función y justificación
 - B) Delimitación de las parodias
 - C) Condiciones de aplicación.
- III. RACIONALIDAD ECONÓMICA COMÚN DEL DERECHO DE MARCAS Y DEL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL.
- IV. LA PARODIA DE LAS MARCAS COMERCIALES: EL ARTÍCULO 39 LPI EN EL MERCADO. JUSTIFICACIÓN Y CONDICIONES.
 - A) La parodia y el riesgo de asociación
 - B) La información como condicionante
 - C) El humor y la denigración
- V. CONCLUSIONES Y PROBABILIDAD DE LA PARODIA EN EL DERECHO DE MARCAS

CAPÍTULO 16. LAS RECIENTES Y FUTURAS 'HECHURAS' LEGISLATIVAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL EUROPEO

María Isabel Candelario Macías

- 1.- INTRODUCCIÓN.
- 2.- LA LEGISLACIÓN EUROPEA VIGENTE DEL DISEÑO INDUSTRIAL.
 - 2.1. La Ley 20/2003, de protección jurídica del diseño industrial.
- 3.- LAS PROPUESTAS LEGISLATIVAS EUROPEAS SOBRE EL DIBUJO Y MODELOS.
- 4.- REFLEXIONES FINALES.

CAPÍTULO 17. DERECHO DE AUTOR E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: DELIMITACIÓN DE LAS EXCEPCIONES Y LIMITACIONES DEL DERECHO DE REPRODUCCIÓN

Marta Cernadas Lázare

I. INTRODUCCIÓN

II. EL DERECHO DE REPRODUCCIÓN

III. EL COPYRIGHT Y SUS EXCEPCIONES

1. Minería de textos y datos

IV. LA INFRACCIÓN DEL DERECHO DE REPRODUCCIÓN POR UNA IA

1. El empleo de obras protegidas como input

2. El empleo de obras protegidas como output

V. REFLEXIONES

CAPÍTULO 18. EL CARÁCTER DISTINTIVO DE LA MARCA EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Irene Filgueira Loureiro

I. INTRODUCCIÓN

II. EL CARÁCTER DISTINTIVO DE LA MARCA EN SEDE DE REGISTRO

1. Carácter distintivo abstracto y concreto

2. La apreciación de la prohibición absoluta relativa a los signos carentes de carácter distintivo

3. La relación entre la ausencia de carácter distintivo y otras prohibiciones absolutas

4. La distintividad sobrevenida de la marca o secondary meaning

III. EL CARÁCTER DISTINTIVO Y LA PROTECCIÓN DE LA MARCA: ESPECIAL MENCIÓN AL RIESGO DE CONFUSIÓN

IV. APRECIACIÓN DEL CARÁCTER DISTINTIVO DE LA MARCA POR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

1. La Inteligencia Artificial y el Derecho de marcas

2. La apreciación del carácter distintivo de la marca por sistemas de Inteligencia Artificial

3. Problemas de la apreciación automatizada del carácter distintivo de la marca por la Inteligencia Artificial

V. CONCLUSIÓN

CAPÍTULO 19. ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA NULIDAD ABSOLUTA POR MALA FE COMO ÚLTIMA SOLUCIÓN A LOS CONFLICTOS PERMANENTES ENTRE FAMILIAS DE MARCAS

Belén García Álvarez

I. INTRODUCCION

II. MARCAS Y FAMILIAS DE MARCAS

III. LA ACCION DE NULIDAD ABSOLUTA

1. Consideraciones previas

2. La acción de nulidad absoluta por mala fe

2.1. Marco temporal

2.2. Prueba de la mala fe

2.3. Grado de nulidad

2.4. Concepto de mala fe

2.5. Algunas cuestiones sobre procedimiento y órgano competente

V. CONCLUSIONES

CAPÍTULO 20. ALGUNAS NOTAS SOBRE LA ACCIÓN DE INDEMNIZACIÓN DE DAÑOS POR VIOLACIÓN DEL SECRETO EMPRESARIAL

Ramón Miguel Girona Domingo

I. INTRODUCCIÓN

II. EL SECRETO EMPRESARIAL Y LAS RAZONES QUE JUSTIFICAN UNA ACCIÓN SINGULAR DE INDEMNIZACIÓN DE DAÑOS Y PERJUICIOS

III. CONCEPTO Y NATURALEZA DE LA ACCIÓN DE DAÑOS

IV. LOS DAÑOS INDEMNIZABLES

V. EL CÁLCULO DEL DAÑO

VI. CONCLUSIÓN

CAPÍTULO 21. LA PROPIEDAD INDUSTRIAL A LA LUZ DE LA ACTIVIDAD JURISPRUDENCIAL DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA. NUEVO PARADIGMA EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Juan Pablo Gonzales Bustos

1. INTRODUCCIÓN

2. LA COMUNIDAD ANDINA COMO ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL

3. EL TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA

3.1. Acerca de las competencias del Tribunal de Justicia

3.2. Situación actual del Tribunal de Justicia

4. CODIFICACIÓN DE LAS SENTENCIAS DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA

5. RESULTADOS DEL TRABAJO Y DISCUSIÓN

- 5.1. Análisis descriptivo de las sentencias del Tribunal de Justicia
- 5.2. Análisis exploratorio de las decisiones interpretadas por el Tribunal de Justicia
- 5.3. Análisis descriptivo de la interpretación de la Decisión

6. CONCLUSIONES

CAPÍTULO 22. EVOLUCIÓN JURISPRUDENCIAL EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE DISEÑOS DESDE LA SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA UNIÓN EUROPEA DE 12 DE SEPTIEMBRE DE 2019 (COFEMEL VS G-STAR RAW)

Julia Lago Muñoz

- I. EL ASUNTO COFEMEL ANTE EL TJUE.
- II. LA DECISIÓN DEL SUPREMO PORTUGUÉS.
- III: SENTENCIAS AL HILO DE COFEMEL (12 DE SEPTIEMBRE DE 2019 EN ADELANTE).
 1. Año 2020:
 2. Año 2021:
 3. Año 2022:
 4. Año 2023:

CAPÍTULO 23. ¿LA LIMITACIÓN DE LA LISTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ES UNA SOLUCIÓN ADECUADA PARA SOLVENTAR CONFLICTOS ENTRE MARCAS Y DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS?

Ángel Martínez Gutiérrez

- I. APROXIMACIÓN AL PROBLEMA
- II. NEFASTA CONSECUENCIAS DERIVADAS DE LA PRÁCTICA ADMINISTRATIVA
- III. ARGUMENTACIÓN CONTRARIA A DICHA EXESIS ADMINISTRATIVA. POSICIÓN DEL TRIBUNAL SUPREMO
 - a) Las Directrices de la EUIPO carecen de valor jurídico.
 - b) Las figuras de calidad son dominio público. Imposibilidad de apropiación individual.
 - c) Reconocimiento de un derecho de uso de la figura de calidad a favor de operadores económicos.
 - d) El derecho de uso de las figuras de calidad no implica el derecho de registrar una marca y obtener un derecho de exclusiva sobre el nombre protegido.
 - e) La limitación de la lista de productos no elimina la totalidad de consecuencias negativas sobre la figura de calidad derivadas de semejante marca controvertida.
 - f) El pretendido registro de marca debe calificarse de fraude de ley.
 - g) La aplicación analógica del Derecho de marcas depone en contra.
- IV. A MODO DE COROLARIO

CAPÍTULO 24. LA ESTRATEGIA DE LA UNIÓN EUROPEA PARA LA PROTECCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE CALIDAD Y ORIGEN

Pilar Montero García-Noblejas

I. INTRODUCCIÓN

II. LA APUESTA DE LA UNIÓN EUROPEA POR MANTENER EL SISTEMA DE INDICACIONES GEOGRÁFICAS PARA PRODUCTOS ARTESANALES E INDUSTRIALES

1. Etapas preparatorias de la aprobación del Reglamento

2. La creación de un nuevo derecho de propiedad intelectual para productos artesanales e industriales en la Unión Europea

2.1. Objetivos del Reglamento

2.2. Justificación del Reglamento

2.3. Fundamento de la reforma

3. Principales características específicas del régimen aplicable a los productos artesanales e industriales protegidos por indicación geográfica

3.1. Sistema inspirado en el de los productos agrícolas

3.2. Exhaustividad de la competencia de la Unión Europea para un sistema de calidad único

3.3. Requisitos de protección

3.4. Procedimiento de registro

3.5. Organizaciones de productores

3.6. Controles

3.7. Ámbito de protección

4. LA PROGRESIVA ARMONIZACIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS AGRÍCOLAS

4.1. Evolución legislativa

4.2. Objetivo de la reforma y potenciales novedades

5. CONCLUSIONES PRELIMINARES