

#Sentencia

CARÁCTER DISTINTIVO

Conclusiones del Abogado General en los asuntos acumulados C 84/17 P Société des produits Nestlé SA/Mondelez UK Holdings & Services Ltd, antes Cadbury Holdings Ltd, y EUIPO, C 85/17 P Mondelez UK Holdings & Services Ltd, antes Cadbury Holdings Ltd/EUIPO y C 95/17 P EUIPO/Mondelez UK Holdings & Services Ltd, antes Cadbury Holdings Ltd.



Resumen: El Abogado General recuerda que resultaría excesivo exigir que se probara la adquisición de carácter distintivo por el uso respecto de cada uno de los Estados miembros.

Si bien esto no significa que el solicitante del registro de una marca pueda dejar de lado regiones y mercados enteros. Han de tenerse en cuenta la importancia geográfica y la distribución de las regiones en las que el carácter distintivo adquirido se haya acreditado de manera que se garantice que

las pruebas a partir de las cuales se realiza la extrapolación para el conjunto de la Unión se refieran a una muestra representativa tanto cuantitativa como geográficamente.

Propone al Tribunal de Justicia que desestime los recursos de casación interpuestos por Nestlé y por la EUIPO al considerar que Nestlé no aportó no datos que demostraran que las pruebas aportadas en relación con la adquisición del carácter distintivo en determinados territorios de la UE pudieran servir de base para extrapolar esa conclusión al resto de países en los que no aportó prueba en relación con la adquisición del carácter distintivo por el uso.

*Fuente: curia.europa.eu

#Patentes

INFRACCIÓN DISPOSITIVO HORCHATA

Lidl demandada por infracción de patente por un horchatero valenciano.

Un pequeño productor de horchata valenciano, Andoni Monforte, ha demandado al gigante alemán de los supermercados Lidl por comercializar un dispositivo para la preparación casera de horchata que supuestamente infringe su patente para este dispositivo.

Monforte asegura que la supuesta copia de su dispositivo por parte de Lidl ha hecho caer en picado sus ventas en toda Europa, por lo que reclama una indemnización y la retirada del producto de todas las filiales de Lidl que lo han comercializado hasta la fecha.

*Fuente: eldiario.es

REQUISITOS NULIDAD DE UNA MUE

Sentencia del Tribunal de Justicia de la UE de 19 de abril de 2018. Asunto C-75/17. FIESTA HOTELS&RESORT, SL vs EUIPO/RESIDENCIAL PALLADIUM, SL

Objeto: Marca de la Unión Europea. Solicitud de nulidad MUE basada en nombre comercial no registrado. Requisitos.

Resumen: En esta sentencia, el TJUE recuerda que el titular de un signo utilizado en el tráfico económico puede obtener que se declare la nulidad de una MUE si dicho signo cumple cuatro requisitos acumulativos:

- (i) el signo debe utilizarse en el tráfico económico;
- (ii) su alcance no debe ser únicamente local [estos dos requisitos deben interpretarse a la luz del Derecho de la Unión];
- (iii) el derecho a utilizar el signo debe ser adquirido con arreglo al derecho del Estado Miembro en el que era utilizado antes de la solicitud de la MUE;
- (iv) el derecho a dicho signo permite a su titular prohibir el uso de una marca posterior [estos dos requisitos interpretados a la luz del Derecho que regule el signo del que se trate]. El TJUE desestima el recurso de casación.

*Fuente: curia.europa.eu

DESCRIPTIVIDAD Y FALTA CARÁCTER DISTINTIVO

Sentencia del Tribunal General de la UE de 24 de abril de 2018. Asuntos T 207/17 y T 208/17. Senetic S.A. vs EUIPO/ HP Hewlett Packard Group LLC.



Objeto: Marca de la Unión Europea. Solicitud de nulidad MUE basada en motivos absolutos (descriptividad y falta de carácter distintivo)

Resumen: El TG desestima los recursos presentados por Senetic y confirma la validez del registro de la MUE “HP” al entender que no cabe afirmar en general que una marca es descriptiva simplemente porque consista en una o dos letras.

Debe existir una relación suficientemente directa y específica entre el signo y los productos y servicios en cuestión para que el público interesado pueda percibir el signo inmediatamente como una descripción de los productos y servicios en cuestión o una de sus características.

Igualmente considera que la combinación de esas letras tampoco se percibe simplemente como una indicación carente de carácter distintivo, máxime cuando el público pertinente puede entender el signo “HP” como una referencia a los nombres Hewlett y Packard, apellidos de los fundadores de la empresa.

*Fuente: curia.europa.eu

SUSTANCIA CONSERVACIÓN POMPEYA

Tecnología española para conservar Pompeya.



Un equipo de investigadores de la Universidad del País Vasco, UPV, ha patentado una sustancia química de origen natural para contribuir a la conservación del patrimonio artístico de la ciudad de Pompeya. La sustancia se ha sintetizado a partir de aceites y plantas del propio yacimiento arqueológico, y su función es la de evitar el crecimiento de plantas y microorganismos que atacan a los murales de la histórica ciudad. La UPV ha firmado un convenio con el Parque Arqueológico de Pompeya para continuar estudiando los avances en este campo y desarrollar un mortero para la restauración de yacimientos.

#Blockchain

"ARTE, CULTURA Y BLOCKCHAIN"

Cristina Martínez-Tercero, abogada del Área Legal de PADIMA y responsable de nuestra oficina de Madrid, tuvo la oportunidad de participar en la mesa redonda **"Arte, cultura y Blockchain"**, organizada por el Centro Universitario Villanueva.

Durante la mesa redonda, se plantearon reflexiones y preguntas acerca de la situación actual del arte como manifestación cultural de España, y cómo las nuevas tecnologías (y en particular Blockchain) va a transformar el mundo del arte y de la cultura en general. [Leer más.](#)



MARCA ESPAÑA MADE IN ALICANTE

PADIMA celebra sus 20 años y el día Mundial de la Propiedad Intelectual con la jornada MARCA ESPAÑA MADE IN ALICANTE.

Jornada en la que algunas de las empresas más destacadas de nuestra provincia como LEVANTINA, BOCOPA, VERDÚ CANTÓ SAFFRON SPAIN, WONDERS, SUAVINEX, PIKOLINOS, CONFECTIONARY HOLDING – Turrón EL LOBO, ACTIU, GIMENEZ GANGA, MINILAND Y SHA WELLNESS CLINIC, compartieron su experiencia en cómo gestionan sus marcas y el papel que juegan en su buena reputación internacional.

Dos interesantes mesas de debate moderadas por representantes de asociaciones de importante relevancia nacional como [FORO DE MARCAS RENOMBRADAS](#) y [ANDEMA](#), Asociación para la defensa de la Marca; y un cierre a cargo de la representante de Relaciones Institucionales de [MARCA ESPAÑA](#), pusieron en valor la contribución de las empresas alicantinas a la “Marca España”.



Más noticias sobre nuestra jornada:

[Marca España reivindica las empresas alicantinas y su compromiso con la calidad, RSC y la innovación tecnológica](#)

[Los empresarios consideran la marca el mejor escudo para proteger sus valores](#)

Galería de Imágenes:

<https://alicanteplaza.es/20-aniversario-de-padima-fotos-pepe-olivares>

<https://www.padima.es/blog/11-de-las-mejores-empresas-de-la-provincia-reunidas-por-padima/>

#ProtecciónDeDatos

NUEVO REGLAMENTO PROTECCIÓN DE DATOS

¿Qué pasará a partir del 25 de mayo cuando entre en vigor el nuevo **Reglamento Protección de Datos**?

Te lo contamos en este interesante post en colaboración con The Social Media Family de nuestra abogada **Cristina Martínez-Tercero**.

[Leer más](#)