

## FRANCE.COM



**Sentencia del Tribunal General de la UE de 26 de junio de 2018. Asunto T-71/17. France.com, Inc., EUIPO y República Francesa.**

**Objeto:** Motivo de denegación relativo - Riesgo de confusión - Similitud de los signos - Artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento (CE) No 207/2009 (actualmente artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento (UE) 2017/1001)

**Resumen:** El Sr. Jean-Noël Frydman solicitó la marca figurative France.com. La República francesa formula oposición en base a su marca anterior France (fig.) que le fue estimada por la EUIPO. El TG desestima el recurso presentado por la empresa France.com al considerar que, pese a que existen diferencias en el plano visual, fonéticamente los signos son cuasi idénticos ya que los consumidores se referirán al signo de la empresa France.com simplemente como «france» porque la abreviatura «.com» se percibe como indicación de una página web. Los signos también son semejantes desde el punto de vista conceptual. Lo cual unido al hecho de que los signos amparan servicios idénticos o similares es lo que lleva al TG a concluir que hay riesgo de confusión.

\*Fuente: [curia.europa.eu](http://curia.europa.eu)

## 4 BARRAS KIT KAT -NESTLÉ



### Sentencia del Tribunal de Justicia de 25 de julio de 2018

**Objeto:** «Recurso de casación — Marca de la Unión Europea — Marca tridimensional que representa la forma de una tableta de chocolate de cuatro barras — Recurso de casación dirigido contra fundamentos de Derecho — Inadmisibilidad — Reglamento (CE) n.º 207/2009 — Artículo 7, apartado 3 — Prueba del carácter distintivo adquirido por el uso»

**Resumen:** En el año 2002 NESTLÉ solicitó en la UE como marca tridimensional las cuatro barras en las que consiste su producto KitKat. Sin embargo, tras haberse registrado esta marca, la empresa Cadbury Schweppes (hoy Mondelez UK Holdings & Services), solicitó la anulación de este registro.

En 2012, la EUIPO desestimó la solicitud de nulidad al considerar que esta marca había adquirido carácter distintivo debido al uso que se había hecho de ella en la Unión. En este momento Mondelez recurrió ante el Tribunal General esta decisión. El Tribunal General entendió que había sido un error concluir que la marca tridimensional había adquirido carácter distintivo por el uso en la Unión, cuando dicha adquisición únicamente había quedado probada respecto de una parte del territorio de la Unión (no se había demostrado que hubiera adquirido carácter distintivo en Bélgica, Irlanda, Grecia y Portugal). Esta decisión motivó que las partes implicadas formularan sendos recursos.

En esta sentencia, el Tribunal de Justicia desestima el recurso de Mondelez ya que no tenía por objeto la anulación del fallo recurrido, sino únicamente de determinados extremos de su motivación. A continuación, el Tribunal de Justicia analiza los recursos de casación de Nestlé y de la EUIPO.

El Tribunal ha considerado que *“una marca que carece de carácter distintivo ab initio en el conjunto de los estados de la UE, tal marca solo puede registrarse si se demuestra que ha adquirido carácter distintivo por el uso en todo el territorio de la Unión”*.

El Tribunal llama la atención sobre la importancia de diferenciar entre los hechos que deben probarse (adquisición del carácter distintivo) y por otra parte los medios de prueba que puedan demostrar esos hechos. En este sentido, cabe señalar que no existe ninguna disposición en el Reglamento de marca europea que exija acreditar con pruebas distintitas la adquisición del carácter distintivo por el uso en cada Estado miembro considerado individualmente. Por tanto, aunque no es necesario que se aporte prueba de la adquisición del carácter distintivo por el uso respecto de cada Estado considerado individualmente, sí que las pruebas aportadas deben permitir demostrar dicha adquisición en el conjunto de los Estados miembros.

En consecuencia, el Tribunal de Justicia confirma la sentencia del Tribunal General que anuló fundadamente la resolución de la EUIPO mediante la que se concluía que se había adquirido carácter distintivo por el uso de la marca en cuestión sin pronunciarse sobre la adquisición de ese carácter por dicha marca en Bélgica, Irlanda, Grecia y Portugal.

\*Fuente: [curia.europa.eu](http://curia.europa.eu)

## RECARGA MEDIANTE PEDALEO-TOYOTA



**Titular: Toyota patenta un sistema de recarga mediante pedaleo.**

**Resumen de la noticia:** Una solicitud de patente de la empresa automovilística Toyota divulga un sistema para recargar la batería de los vehículos eléctricos mediante el pedaleo de sus ocupantes. De acuerdo al contenido de la solicitud de patente, el sistema estaría concebido para los automóviles compartidos, de forma que cuanto más pedalee uno de los usuarios, mayor sería su contribución a la carga de la batería. El porcentaje de batería cargado serviría de base para obtener un descuento en la tarifa del servicio, de forma que el usuario que más pedalee pagaría menos por su viaje.

\*Fuente: [movilidadelectrica.com](http://movilidadelectrica.com)

#Innovación

---

## SALUD OCULAR

**Titular: Bodegas Matarromera y la Universidad de Valladolid innovan por la salud ocular.**

**Resumen de la noticia:** Bodegas Matarromera y la Universidad de Valladolid comparten titularidad en una solicitud de patente que reivindica un tratamiento oftalmológico a base de extracto de uva. El proyecto se enmarca dentro de un acuerdo de colaboración recientemente suscrito por ambas entidades. Sin embargo, esta no es su primera colaboración en proyectos de innovación, habiendo participado anteriormente en proyectos como un sistema electrónico para el análisis organoléptico del vino

\*Fuente: [retailactual.com](http://retailactual.com)

## FACE2FACE: DOECT UA

Durante este mes de julio, el equipo de PADIMA ha estado presente en el evento FACE2FACE organizado por Doect\_UA. Una jornada, cargada de sorpresas y que fue lugar de encuentro para empresas y emprendedores. Una vez más, nuestra empresa mostró su apoyo a los jóvenes empresarios y a sus proyectos. Una tarde amena entre juegos, networking y ponencias.



Foto: Alicante Plaza

## ENTREVISTA A EVA TOLEDO E IVÁN SEMPERE EN INFORMACIÓN TV

Iván Sempere y Eva Toledo, ofrecieron una entrevista en los estudios de **Información Tv**, en el programa **Alicante Hoy** como protagonistas de los premios de la Fundación Empresa de la Universidad de Alicante-Fundeun 2018– en los que Iván recibió el premio **Business Knowledge 2018**.

Ambos estuvieron acompañados de la emprendedora **Nathalie Zink Lorre**, impulsora de la marca **Anfechem**, que ha ganado el **Premio PADIMA** al proyecto que mejor protege la creatividad y la innovación a través de las marcas, diseños y patentes.

Una interesante entrevista en la que hablaron de emprendimiento, marca y empresa.



[VER VÍDEO DE LA ENTREVISTA](#)

# EVA TOLEDO ENTREVISTA A SUAVINEX PARA DIRCOM

The screenshot shows the website interface for INNOVA+C. At the top, it says 'Una iniciativa de dircom' and 'INNOVA+C COMUNICAR LA INNOVACIÓN // INNOVAR EN COMUNICACIÓN'. The weather for Madrid is 30°/15°. The navigation menu includes 'INICIO', 'QUIÉNES SOMOS', 'NOTICIAS', 'ENTREVISTA', 'OPINIÓN', 'CASOS PRÁCTICOS', and 'CONGRESO INNOVA + C'. The article title is 'SUAVINEX, LA INNOVACIÓN CORRE POR SUS VENAS' with the subtitle 'La innovación ya no es una elección, el debate debe centrarse en nuevas herramientas o fórmulas.' The author is Eva Toledo, dated 5 JUNIO DE 2018. The main image shows a blue and orange baby bottle on a testing machine. A sidebar titled 'MÁS ENTREVISTAS' lists other articles.

## “SUAVINEX, la innovación corre por sus venas”

Interesante entrevista de Eva Toledo a Gustavo Lubián Castillo, Corporate director of Innovation and CSR in SUAVINEX e Irene Cano, Communication Manager de SUAVINEX.

Eva, como actual vocal de la comisión de innovación en [Asociación de Directivos de Comunicación \(Dircom\)](#) nos presenta una empresa que cuida y apuesta por su diseño y su innovación cada día.

[LEER ENTREVISTA COMPLETA AQUÍ](#)