

# ÍNDICE

PRESENTACIÓN

ORDENAMIENTO JURÍDICO Y ORGANIZACIÓN JUDICIAL (SINOPSIS Y ABREVIATURAS)

## **[A] SENTENCIAS DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (TJ)**

### I. CUESTIONES PREJUDICIALES

I.1. SUPUESTOS DE USO REFERENCIAL DE MARCA INCLUIDOS EN LAS DIVERSAS VERSIONES DE LAS DIRECTIVAS EUROPEAS (TARJETA REGALO DE ZARA)

I.2. COMPATIBILIDAD DEL RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD OBJETIVA POR LOS DAÑOS PRODUCIDOS AL DEMANDADO POR REVOCACIÓN POSTERIOR DE UNAS MEDIDAS CAUTELARES ADOPTADAS EN SU CONTRA

I.3. REPARTO DE LA CARGA DE LA PRUEBA DEMOSTRATIVA DE LA EXISTENCIA DEL AGOTAMIENTO DEL DERECHO DE MARCA

I.4. USO DE MARCA AJENA COLOCADA EN EL PRODUCTO QUE PUEDE SER UN ACCESORIO O RECAMBIO DEL PRODUCTO AL QUE SE REFIERE TAL MARCA

### II. RECURSOS CASACIÓN ((EUIPO)

II.1. SUBSISTENCIA DE INTERÉS PARA PRESENTAR UN RECURSO ANTE EL TRIBUNAL GENERAL FRENTE A LA RESOLUCIÓN DE LA SALA DE RECURSOS ADOPTADA ANTES DE LA FECHA EFECTIVA DE LA RETIRADA DEL REINO UNIDO DE LA UNIÓN EUROPEA

## **[B]. SENTENCIAS DEL TRIBUNAL GENERAL (TG)**

I. MARCAS DE COLOR

II. MARCAS DE POSICIÓN

III. MARCAS DE FORMA

IV. MARCAS DE FORMA (PROHIBICIÓN FUNCIÓN TÉCNICA)

V. MARCAS DISTINTIVAS Y/O NO DESCRIPTIVAS

VI. MARCAS NO DISTINTIVAS Y/O DESCRIPTIVAS

VII. DERECHOS ANTERIORES

VIII. MALA FE

IX. MALA FE (EXISTENCIA)

X. MALA FE (INEXISTENCIA)

XI. ORDEN PÚBLICO Y BUENAS COSTUMBRES

XII. PRESCRIPCIÓN POR TOLERANCIA

XIII. PROCEDIMIENTO Y RESOLUCIONES EUIPO

XIV. RENOMBRE

XV. RENOMBRE (MARCAS COMPATIBLES)

XVI. RENOMBRE (MARCAS INCOMPATIBLES)

XVII. RIESGO DE CONFUSIÓN

XVIII. RIESGO DE CONFUSIÓN (MARCAS COMPATIBLES)

- XIX. RIESGO DE CONFUSIÓN (MARCAS INCOMPATIBLES)
- XX. RIESGO DE CONFUSIÓN (MARCAS COMPATIBLES/INCOMPATIBLES)
- XXI. RIESGO DE CONFUSIÓN/RENOMBRE
- XXII. USO (MARCAS NO USADAS)
- XXIII. USO (MARCAS USADAS)
- XXIV. VULGARIZACIÓN

## **[C] PRINCIPIOS Y CRITERIOS GENERALES DE JURISPRUDENCIA**

- I. AGENTE (MARCA DE). CONDICIONES DE APLICACIÓN
- II. BIENES VIRTUALES, BIENES REALES
- III. CARÁCTER DISTINTIVO. CRITERIOS DE APRECIACIÓN
- IV. FRASES PROMOCIONALES O ESLOGANES PUBLICITARIOS
- V. FIGURAS GEOMÉTRICAS
- VI. CARÁCTER DESCRIPTIVO. CRITERIOS DE EVALUACION
- VII. CARÁCTER DESCRIPTIVO. DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS
- VIII. CARÁCTER DESCRIPTIVO Y/O DISTINTIVO. CATEGORÍAS HOMOGÉNEAS DE PRODUCTOS
- IX. CARÁCTER DESCRIPTIVO Y/O DISTINTIVO. PARTE DE PRODUCTOS DE UNA CATEGORÍA MÁS GENERAL
- X. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. LOS DISTINTIVOS Y PRODUCTOS DEBEN COMPARARSE TAL Y COMO SE ENCUENTRAN REGISTRADOS
- XI. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. IRRELEVANCIA DESCRIPCIÓN. IMPORTANCIA PERCEPCIÓN DEL PÚBLICO
- XII. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. IRRELEVANCIA DEL RENOMBRE DE LA MARCA SOLICITADA
- XIII. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. LISTADOS IRRELEVANTES PARA DEMOSTRAR CARÁCTER NO DISTINTIVO O DÉBIL
- XIV. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. MARCA UNIÓN EUROPEA ANTERIOR
- XV. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. EXAMEN DE CONJUNTO VS. ELEMENTO DOMINANTE
- XVI. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. CONCURRENCIA SEMEJANZA EN UN SOLO ASPECTO
- XVII. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. FACTOR TÓPICO. COINCIDENCIA O DIFERENCIACIÓN EN ELEMENTO INICIAL
- XVIII. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. TÉRMINO GENÉRICO COMÚN
- XIX. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. POSIBILIDAD DE DESCOMPONERLAS EN PARTES
- XX. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. COINCIDENCIA PARCIAL
- XXI. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. ORDEN INVERSO
- XXII. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. COMPARACIÓN VISUAL
- XXIII. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. COMPARACIÓN FONÉTICA
- XIV. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. COMPARACIÓN CONCEPTUAL
- XXV. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. DENOMINACIÓN PREVALECE SOBRE GRÁFICO Y EXCEPCIONES
- XXVI. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. ACRÓNIMOS
- XXVII. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. NOMBRES PROPIOS. APELLIDOS
- XXVIII. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. POSICIÓN DISTINTIVA Y AUTÓNOMA
- XXIX. COMPARACIÓN ENTRE MARCAS. SIGNOS CORTOS
- XXX. COMPARACIÓN ENTRE PRODUCTOS/SERVICIOS. PRINCIPIOS GENERALES
- XXXI. COMPARACIÓN ENTRE PRODUCTOS VS. SERVICIOS (DE VENTA)
- XXXII. DERECHOS ANTERIORES (ARTÍCULO 8.4 RMUE). REQUISITOS
- XXXIII. MALA FE. DOCTRINA GENERAL
- XXXIV. MARCA REGISTRADA. PRESUNCIÓN DE VALIDEZ Y CARÁCTER DISTINTIVO MÍNIMO
- XXXV. ORDEN PÚBLICO Y BUENAS COSTUMBRES
- XXXVI. PRESCRIPCIÓN POR TOLERANCIA
- XXXVII. PROHIBICIONES ABSOLUTAS. PRINCIPIOS BÁSICOS
- XXXVIII. PÚBLICO PERTINENTE. CARÁCTER DISTINTIVO Y/O DESCRIPTIVO. NIVEL DE ATENCIÓN

XXXIX. PÚBLICO PERTINENTE. RIESGO DE CONFUSIÓN. PRINCIPIOS GENERALES. NIVEL DE ATENCIÓN

XL. PÚBLICO PERTINENTE. CONOCIMIENTO DE IDIOMAS

XLI. RENOMBRE. PROTECCIÓN. PRINCIPIOS BÁSICOS. CONDICIONES GENERALES PARA SU PROTECCIÓN. PRUEBA

XLII. RENOMBRE. EXISTENCIA DE VÍNCULO

XLIII. RENOMBRE. SUPUESTOS INFRACTORES. PARASITISMO

XLIV. RENOMBRE. JUSTA CAUSA

XLV. RIESGO DE CONFUSIÓN. CONDICIONES GENERALES DE APLICABILIDAD. INTERDEPENDENCIA FACTORES

XLVI. RIESGO DE CONFUSIÓN. INCIDENCIA SEGÚN CARÁCTER DISTINTIVO ACRECENTADO O DÉBIL DE LA MARCA ANTERIOR

XLVII. RIESGO DE CONFUSIÓN. TEORÍA DE LA NEUTRALIZACIÓN. SEMEJANZAS VISUALES Y FONÉTICAS Y DIFERENCIACIÓN CONCEPTUAL. DOCTRINA GENERAL

XLVIII. RIESGO DE CONFUSIÓN. PESO SEMEJANZA VISUAL, FONÉTICA O CONCEPTUAL

XLIX. RIESGO DE CONFUSIÓN. IMPOSIBILIDAD COMPARACIÓN DIRECTA DE LAS MARCAS. RECUERDO IMPERPECTO

L. RIESGO DE CONFUSIÓN. CONVIVENCIA DE MARCAS

LI. SECONDARY MEANING. PRINCIPIOS GENERALES

LII. TRIDIMENSIONALES (MARCAS DE FORMA). MARCAS CONSTITUIDAS POR SIGNOS QUE CUMPLEN UNA FUNCIÓN TÉCNICA

LIII. USO MARCA. PRINCIPIOS GENERALES. CARACTERÍSTICAS DEL USO

LIV. USO MARCA. ALTERACIÓN CARÁCTER DISTINTIVO

LV. USO PARCIAL. PRODUCTOS. CATEGORÍAS GENERALES HOMOGÉNEAS EN RELACIÓN CON USO EFECTIVO DE LA MARCA

LVI. USO MARCA. CAUSAS JUSTIFICATIVAS DE LA FALTA DE USO

LVII. VULGARIZACIÓN

## **[D] BIBLIOGRAFÍA**

LIBROS

ARTÍCULOS EN OBRAS COLECTIVAS

ARTÍCULOS EN REVISTAS

ARTÍCULOS Y NOTICIAS EN PÁGINAS WEB Y BLOGS