

Propiedad industrial, intelectual y nuevas tecnologías

Propiedad Intelectual

Nueva sentencia condenatoria por facilitar enlaces

El Juzgado de lo Penal nº3 de Valencia ha condenado al responsable de las webs "divxonline", "estrenosonline" y "seriesonline" a un año, 7 meses y 15 días de prisión por poner a disposición de los usuarios de Internet contenidos multimedia y películas para su visionado en 'streaming' o para su descarga sin autorización de los titulares.

La sentencia considera que el condenado incluyó enlaces a obras alojadas en diferentes servidores y de las que obtuvo beneficios económicos a través de publicidad.

Aun considerando que los archivos no se descargaban en el servidor de los acusados, y entendiéndose que lo que ofrecía eran meros enlaces, el Juez con-



sidera que la conducta sí constituye comunicación pública tipificada con arreglo a lo dispuesto en el artículo 270 del Código Penal.

Además, la sentencia señala que el denunciado es plenamente consciente de la irregularidad de su actividad, por lo que no puede acogerse a la exención de responsabilidad que prevé el artículo 17 de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI).

"No se trata de valorar si el contenido al que acceden es ilícito o no, sino saber si con su actividad los acusados realizaban un acto de comunicación pública". En este caso, al tratarse de visionado directo sí es considerado "comunicación pública" y no mera intermediación.

Clientes

Confirmada la notoriedad del PELOTAS de CAMPER

El Tribunal de Marca Comunitaria de Alicante dictó sentencia el pasado 26 de abril confirmando la notoriedad y distintividad del modelo de calzado PELOTAS, el más vendido de la empresa mallorquina superando ya los 12.000.000 de pares. La ilícita copia del zapato, realizada por la empresa española Kiowamoda, producía confusión con la marca tridimensional pelotas a pesar de que el modelo infractor venía identificado con la marca Fleximax, distinta a CAMPER. A la declaración de infracción se suma la obligación de retirada del mercado de todos los productos infractores junto con la destrucción de los moldes utilizados para su creación. La demandada deberá igualmente hacer frente a una indemnización por las ventas realizadas del producto y deberá publicar de la sentencia en un medio nacional.



Patentes

Nespresso pierde en UK

Nestec (empresa de Nespresso) ha perdido el pleito por infracción de patentes que interpuso en Reino Unido contra Dualit, por la comercialización de cápsulas de café compatibles con máquinas Nespresso.



La patente que protegía la cápsula de Nestec caducó en 2011 en Reino Unido, lo que obligó a Nestec a interponer la demanda en base a otra posterior y en vigor que protegía un dispositivo de expulsión de cápsulas, en el que se incluye la cápsula en sí.

Por lo tanto Nestec tuvo que alegar infracción indirecta de su patente. Sin embargo, el Juez ha entendido que no concurren los elementos necesarios para apreciar tal infracción.

El Juez, considera que el objetivo de la patente era perpetuar a Nestec en su posición de monopolio y de esta manera controlar el mercado de suministro de cápsulas para sus máquinas Nespresso, cuando la patente que las protegía ya no está vigente.

Esta decisión abre las puertas a los fabricantes y/o distribuidores de cápsulas compatibles con dichas máquinas en el Reino Unido.

Anulación de la marca FONT DE LA FIGUERA por ser un municipio perteneciente D.O. Valencia

La Sala de Recursos de la OAMI acaba de pronunciarse de nuevo sobre el viejo debate entre marcas que consisten o contienen el nombre de zonas de producción de vinos y la propia zona de producción. En este caso, el conflicto se produjo entre la marca FONT DE LA FIGUERA (vino de la denominación de origen Priorat, de Cataluña) y uno de los municipios valencianos que más producción de vino aporta a la D.O. Valencia, como es LA FONT DE LA FIGUERA. En principio, los ingredientes aparentaban ser claros en su concepción general: identidad denominativa entre marca y zona de producción vinícola al amparo de una denominación de origen protegida; protección demandada para clase 33 (bebidas alcohólicas) donde se incluyen los "vinos"; coincidencia con el nombre del término municipal; así como indicación geográfica protegida por Tratados Internacionales.

No obstante, las apariencias sólo son eso, apariencias, y en primera instancia la OAMI resolvió a favor de la concesión de la marca. La Sala de Recursos ha modificado sustancialmente la decisión y aunque acoge alguno de los criterios de la División de Anulación, lo hace con ciertos matices. [Pincha aquí para más información](#)



Jurisprudencia

El Tribunal Supremo estima el recurso planteado por la revista Vogue contra Heat Mode. SL declarando la caducidad de Vogue en clase 25 y la nulidad de la marca "Vogue studio" también en clase 25ª

El Tribunal Supremo admite el recurso presentado por Magazine Publisher, con filial en España Conde Nast, titular de las marcas Vogue, contra Heat Mode SL titular de las marcas en clase 25ª "Vogue" (expediente 255.186) y "Vogue Studio" (expediente 2.529.728).

Magazine Publisher interpuso por un lado la acción de caducidad por falta de uso de la marca 255.186 registrada con posterioridad a la conocida marca de revistas "Vogue", admitiendo que el único uso que podría probar la demandada era de la de la marca "Vogue Studio", contra la que Conde Nast también interpuso una acción de nulidad y cuyo diseño coincidía con las marcas de la demandante, generando confusión y aprovechamiento del prestigio de la revista, debiendo declararse la caducidad de la primera y la nulidad de la segunda por incurrir en las prohibiciones relativas del artículo 6 y 8 de la Ley de Marcas.

En primera instancia, el Juzgado de Barcelona admite la demanda presentada, considerando la falta de uso de la marca Vogue y estimando la acción de nulidad relativa de "Vogue Studio". Sin embargo, Heat Mode recurre la decisión y la Audiencia Provincial Barcelona admite el recurso y anula la sentencia de primera instancia.

Ante esta situación los titulares de la conocida revista inter-

ponen el correspondiente recurso de casación ante el Tribunal Supremo que considera:

- Respecto a la acción de caducidad: Que la sustitución del peculiar tipo de letra de la marca Vogue 255.186 por el de la marca 2.529.728 que se aproxima al de los notorios signos distintivos de la demandante, no puede ampararse en el artículo 39.2.a. que considera uso del signo distintivo el empleo de la marca en una forma que difiera en elementos que no alteren de manera significativa el carácter distintivo de la marca en la forma bajo la cual se halla registrada. Por tanto, el Tribunal Supremo admite la acción de caducidad por falta de uso.
- Respecto a la nulidad de la marca 2.529.728 "Vogue Studio", el Tribunal Supremo reconoce la notoriedad del demandante y estima el evidente peligro de conexión entre los productos textiles y los productos del demandante, titular de marcas muy semejantes a aquella, con las que distinguen un producto muy conocido en el mercado, con una influencia evidente en el mundo de la moda. Estima por tanto la acción de nulidad de la marca "Vogue Studio".

VOGUE

Vogue

VOGUE
studio

Denegada la marca CAFÉ NARIÑO por descriptiva, engañosa y contraria a la Ley

La solicitud de marca española CAFÉ NARIÑO ha sido rechazada, entre otros motivos, por entrar en conflicto con la indicación geográfica "CAFÉ DE COLOMBIA".

La marca se solicitaba en clase 30 para "café y café artificial" y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia contactó con el titular en un intento de que retirase la solicitud. Alegaba que Nariño es una importante región cafetera de Colombia y que, por tanto, la solicitud incurría en prohibiciones absolutas. El solicitante no retiró voluntariamente

su marca y finalmente la Federación se opuso argumentando que la marca era (1) descriptiva si el café provenía de la citada región (2) engañosa si no provenía de dicha región y (3) contraria a la ley, en concreto contraria al reglamento de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas al estar la región de Nariño amparada bajo la protección de indicación geográfica (IGP) "CAFÉ DE COLOMBIA".

Nariño

Protección de Datos

Google no es responsable del borrado de datos ante el ejercicio del derecho al olvido.



El Abogado General del Tribunal de Justicia de la UE (TJUE) ha expuesto sus conclusiones en la cuestión prejudicial planteada por la Audiencia Nacional respecto de la resolución de la Agencia Española de Protección de Datos que estimaba que Google era el responsable de la eliminación de los datos en los resultados de sus búsquedas a los vínculos de un anuncio publicado en un periódico de una subasta de inmuebles relacionada con un embargo por deudas a la Seguridad Social.

El Abogado General, Niilo Jääskinen, considera que solicitar a los buscadores de Internet que eliminen información legítima y legal que se ha hecho pública, traería consigo una injerencia en la libertad de expresión del editor de la página web y equivaldría a una censura del contenido publicado realizada por un particular.

Jääskinen señala que no puede considerarse a Google responsable del tratamiento de los datos de las páginas web que procesa, puesto que no controla su contenido ni puede distinguir entre datos personales y otro tipo de datos.

Jääskinen sostiene además, que la normativa de la UE "no establece ningún 'derecho al olvido' generalizado", por tanto, no puede invocarse tal derecho frente a proveedores de servicios de motor de búsqueda sobre la base de la Directiva, aun cuando ésta se interpreta con arreglo a la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

Se da la circunstancia de que la Unión Europea está trabajando ahora en el Reglamento que desarrolla la Directiva de Protección de Datos en la que sí está previsto el 'derecho al olvido' para las personas cuyos datos hayan sido tratados y registrados por empresas tecnológicas como Google o Facebook.

Las conclusiones del Abogado General no son vinculantes pero en la gran mayoría de los casos el TJUE suele seguir sus recomendaciones.

Patentes

Los genes humanos son de todos

Hace unos días, todos los periódicos de España por no decir Europa se hacían eco de una noticia relacionada con la patentabilidad de los genes. Así, en distintos medios leíamos que “los genes humanos no se pueden patentar”.

La polémica surgió porque la patente de Myriad protegía un ADN aislado que codifica el polipéptido BRCA I. La base de la controversia es que el ADN es un producto que existe en la naturaleza y el simple hecho de ser aislado no le da derecho a ser protegido mediante patente.

La corte suprema de Estados Unidos confirma que efectivamente el ADN aislado no puede ser objeto de patente, pero si el cDNA, ya que no es un producto de la naturaleza puesto que es un tipo especial de DNA que solo contiene nucleótidos que codifican aminoácidos.

A pesar de que la patente de Myriad en Europa fue objeto de oposición, ésta finalmente fue concedida. En Europa no ha habido tanta polémica como en Estados Unidos, debido principalmente a que la Regla 29 EPC deja claro que para que una secuencia de un gen o una secuencia parcial de un gen pueda ser protegida como patente, la aplicación industrial de la misma debe estar divulgada en la descripción. Esta regla fue la base de la oposición a la EP 0705902 que inicialmente fue concedida como la patente americana equivalente, US 5747282, es decir, con la reivindicación que protegía la secuencia de DNA que codificaba el péptido BRCA I y que finalmente tras la oposición se concedió con la reivindicación referente a una sonda de DNA.



Publicidad

Telefónica vs ONO



El Juzgado de lo Mercantil nº 4 de Madrid ha desestimado la demanda interpuesta por Telefónica contra Cableuropa (ONO). Telefónica demandó a Cableuropa, por una campaña de publicidad en la que ONO ofrecía servicios de acceso a Internet de banda

ancha. Telefónica alegó que ONO se presentaba como un operador de fibra óptica, cuando en realidad era un operador de cable, y que por tanto era una campaña engañosa para los consumidores. El Juzgado considera que es necesario concretar si ONO es o no un operador de fibra óptica para lo que analiza las definiciones que aportan diversas organizaciones, y concluyó que la red de ONO debe considerarse como una red óptica de acceso, o lo que es lo mismo, como una red de fibra óptica.

Irlanda “plain packaging of cigarettes”


Tras el antecedente australiano, el gobierno irlandés ha aprobado la introducción de “plain pack” o envase estándar en las cajetillas de tabaco. Esta medida se aprueba antes del Día Mundial sin Tabaco, cuyo estandarte promueve la supresión de la publicidad y patrocinio del tabaco, defendiendo la idea de implementar el plain pack en las cajetillas. Se trata de terminar con la promoción del tabaco mediante el uso de colores, imágenes y palabras suaves que se venían usando para incitar el consumo y relajar las advertencias respecto de los riesgos del tabaco y sus efectos nocivos sobre la salud.

El “plain pack” elimina todos los colores e imágenes al utilizarse uno solo neutro y claro para toda la cajetilla, así como todas las formas, logotipos y signos gráficos distintivos de la marca, quedando sustituidos por una letra uniforme para todas las marcas con el fin de no resultar atractivo para el consumidor y que aumente la eficacia de las advertencias contra la salud.



Breves

India: Protocolo de Madrid

 El pasado mes de abril la India se adhirió al Protocolo de Madrid cuyo tratado es de aplicación desde el día el 8 de julio.

La India se convierte así en el nonagésimo país que se adhiere al sistema de marca internacional y tendrá una tasa individual.

Deducciones fiscales

El proyecto de Ley de apoyo a los emprendedores cuya entrada en vigor está prevista para este verano contempla ampliar las deducciones fiscales de las patentes en el Impuesto de Sociedades. A partir de su entrada en vigor, no sólo se reducirá la base imponible la entidad titular, sino también las de los que lo adquieren y posteriormente lo ceden para obtener ingresos.

[Pincha aquí para ver el proyecto de Ley.](#)

Estadísticas

En 2012 Telefónica ha sido la empresa española que ha presentado más solicitudes de patentes fuera de España, igualando al Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), que tradicionalmente ha estado siempre al frente de este ranking.



Piratería

Las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado incautaron más de cinco millones de objetos valorados en más de 542 millones de euros durante el año 2012, y desarrollaron 1.941 intervenciones, lo que supone un 21,7 por ciento más con respecto al año anterior. Por Comunidades Autónomas, Andalucía, Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana lideran el número de operaciones policiales efectuadas en la lucha contra la propiedad industrial.

MADRID

C/Amador de los Ríos, 1, 1º
28010 Madrid
Tfn. 91 702 03 31
Fax. 91 308 37 05

VALENCIA

Av/Cortes Valencianas, 37-31b
46015 Valencia
Tfn. 96 346 53 73
Fax. 96 346 53 74

MURCIA

C/Princesa 12, 1ª A. Of. 3
30002 Murcia
Tfn. 968 35 00 18
Fax 96 346 53 74

BARCELONA

C/Viladomat 319, 1º-4ª
08029 Barcelona
Tfn. 93 363 42 41
Fax 93 430 29 98

VIGO

C/Colón, 10, 5ª
36201 Vigo
Tfn. 986 44 28 38
Fax: 986 226 11 0