

Jurisprudencia

Marcas - Registro de Marcas - Confusión de Marcas - Oposición
Marcaria

Tribunal: Cám. Nac. de Apelaciones en lo Civil y Comercial
Federal

Autos: Huasi SA c/Cornejo Costas, Enrique s/Cese de Oposición
al Registro de Marca

Fecha: 19-12-2014

Corresponde desestimar el recurso interpuesto por el demandado contra el pronunciamiento que declaró infundada la oposición al registro de la marca de la actora en la clase 43, en tanto las marcas pertenecen a clases distintas, la voz calchaquí es de uso común porque convive en muchas clases y denominaciones comerciales, las marcas identifican productos dispares que se expenderán en comercios diferentes, existe un público atento y cuidadoso para la contratación en la clase 43, y el cotejo marcario indica que pueden coexistir, todo lo cual hace que no se haya demostrado posibilidad alguna de superposición.

Jurisprudencia

Propiedad Industrial - Marcas - Uso de la Marca - Titularidad
de la Marca - Confusión de Marcas

Tribunal: Cám. Nac. de Apelaciones en lo Civil y Comercial
Federal

Autos: Bagley Argentina SA c/Dilexis SA s/Cese de Uso de
Marcas s/Daños y Perjuicios

Fecha: 10-12-2014

Corresponde confirmar la sentencia que hizo lugar parcialmente a la demanda por cese de uso de marca figurativa de la actora y condenó a la demandada a no usarla, en tanto la cara sonriente en el envase de las galletitas de la actora fue imitada -hasta en sus mínimos detalles- por la demandada, lo que es susceptible de provocar confusión en el público consumidor, en cuanto al origen empresarial del producto.

Jurisprudencia

Medida Cautelar - Daño - Marcas - Uso de la Marca

Tribunal: Cám. Nac. de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal

Autos: Pérez Guerrero, Ángel E. A. y Otro c/Televisión Federal SA s/Medidas Cautelares

Fecha: 17-09-2014

Corresponde rechazar la medida cautelar solicitada por el titular de una marca que comprende a la actividad de una actriz y cantante a fin de que una empresa televisiva cese en el uso de una denominación similar en una novela, alegando que la demandada asimiló dicha marca a la temática de la prostitución y trata de personas generándole un sin fin de sinsabores y perjuicios, en tanto no existe un acercamiento entre los signos que pueda generar confusión en el público consumidor, máxime cuando no se demostró la existencia de un daño.