

OMPI



WIPO/ACE/3/4

ORIGINAL: Inglés

FECHA: 26 de abril de 2006

S

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
GINEBRA

COMITÉ ASESOR SOBRE OBSERVANCIA

Tercera sesión

Ginebra, 15 a 17 de mayo de 2006

INICIATIVAS DE EDUCACIÓN Y DE SENSIBILIZACIÓN PÚBLICA
DE LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE MARCAS (INTA)
RELATIVAS A LA OBSERVANCIA Y A LA PROTECCIÓN DE LAS MARCAS*

Documento preparado por:
Sra. Toe Su Aung, Consejera Jurídica General,
BATMark Limited, Presidente, Comité sobre Antifalsificación y Observancia,
Asociación Internacional de Marcas (INTA)

* Las opiniones expresadas en el presente documento son las de la autora y no reflejan necesariamente las de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) o sus Estados miembros.

INICIATIVAS DE EDUCACIÓN Y DE SENSIBILIZACIÓN PÚBLICA
DE LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE MARCAS (INTA)
RELATIVAS A LA OBSERVANCIA Y A LA PROTECCIÓN DE LAS MARCAS

INTRODUCTION

La Asociación Internacional de Marcas (INTA) es una asociación sin ánimo de lucro compuesta por más de 4.900 titulares de marcas y profesionales de más de 180 países que se dedica a promover y fomentar las marcas y la propiedad intelectual en calidad de elementos del comercio nacional e internacional justo y eficaz.

La Asociación fue fundada en 1878 por 17 comerciantes y fabricantes que vieron la necesidad de crear una organización “para proteger y promover los derechos de los titulares de marcas, garantizar el establecimiento de una legislación útil y ofrecer ayuda y apoyo a todas las iniciativas de fomento y observancia de los derechos de marca”. Ciento veintiocho años después, la INTA prosigue con su misión de representar a los usuarios del sistema de marcas, perfilar la política pública y fomentar los conocimientos y el desarrollo profesional.

Además de su liderazgo, el capital más importante de la INTA lo constituye un grupo de voluntarios capacitados y dedicados, como yo, que forman parte de sus comités. La INTA tiene por objetivo aprovechar de la manera más eficaz esos recursos vitales para servir de la mejor manera posible a los usuarios del sistema internacional de marcas.

LA IMPORTANCIA DE LAS MARCAS/PROPIEDAD INTELECTUAL PARA LOS GOBIERNOS, LOS CONSUMIDORES, LA SOCIEDAD Y LA ECONOMÍA

La INTA considera que activos intangibles como las marcas nunca han tenido tanta importancia como la que se considera que tienen a comienzos de este tercer milenio. En la actualidad se reconoce que los derechos de marca constituyen un derecho de propiedad que tiene un valor económico y contribuye al valor general de una empresa, y que puede ser poseído y vendido. Por lo tanto, cada vez se ha hecho más importante para los encargados de formular políticas económicas nacionales de todo el mundo comprender los mecanismos jurídicos de protección de dichos derechos. Redunda en interés de los países contar con los mecanismos de observancia más sólidos posibles para proteger las inversiones y los mercados laborales y reducir la pérdida de ingresos fiscales que se ven afectados directamente por la ausencia de mecanismos de observancia eficaces y de sistemas de protección contra la falsificación de marcas.

La INTA constituye una comunidad mundial de miles de profesionales del ámbito de las marcas, y presta asistencia a sus miembros proporcionando:

- la oportunidad de influir en la política pública sobre marcas,
- acceso a una comunidad internacional de usuarios, profesionales y titulares de marcas, por medio de una amplia gama de oportunidades para establecer vínculos de contacto y el *INTA Membership Directory*, y

- acceso a información autorizada, pertinente y puntual sobre la legislación de marcas a escala mundial gracias a sus numerosos programas educativos, y a los recursos y a las publicaciones en forma impresa y en Internet.

Las actividades de educación y de sensibilización de la INTA puede clasificarse generalmente en tres apartados, a saber: información y publicación, educación y formación/creación de vínculos y parámetros de referencia y elaboración de políticas y defensa de los intereses. A continuación paso a reseñar brevemente cada uno de ellos.

INFORMACIÓN Y PUBLICACIÓN

La amplia gama de recursos de información que posee la INTA en relación con las marcas contribuye a que las empresas se mantengan a la par de las últimas novedades que afectan a sus empresas y a las economías en las que tienen intereses comerciales. Cabe citar algunas publicaciones importantes de la INTA:

The Trademark Reporter® (TMR): publicación bimensual que contiene artículos que contribuyen al debate académico y al estudio de todos los aspectos relativos al Derecho de marcas.

The INTA Bulletin: boletín quincenal con noticias actualizadas sobre cuestiones relativas a la Asociación, evolución de las prácticas y los procedimientos del Derecho de marcas, y actividades legislativas y del ámbito empresarial.

The Practitioner's Guide to the Madrid Agreement and Madrid Protocol: base de datos consultable en Internet de información práctica sobre la aplicación local de los dos tratados en los Estados miembros, en la que se proporciona orientación sobre la aplicación de las prácticas y los procedimientos locales en materia de obtención de registros por medio del sistema de Madrid, así como sobre su mantenimiento, cesión en licencia y la observancia de los derechos consiguientes.

The International Opposition Guide (IOG): base de datos consultable en Internet que permite el análisis comparativo de la disponibilidad y viabilidad de los procedimientos de oposición en materia de marcas en 130 jurisdicciones del mundo.

Country Guides: base de datos consultable en Internet que contiene información actualizada sobre la presentación y tramitación de solicitudes de registro, y el registro y el mantenimiento de los registros de marcas en más de 90 jurisdicciones.

EDUCACIÓN Y FORMACIÓN / CREACIÓN DE VÍNCULOS Y ESTABLECIMIENTO DE PARÁMETROS

Los programas de educación de la INTA y sus oportunidades de fomentar el liderazgo permiten a sus miembros mantenerse al corriente de las cuestiones relativas a las marcas, proteger los activos de propiedad intelectual de las empresas y reunirse con expertos de todo el mundo. Entre las actividades más populares y prestigiosas de la INTA figuran las siguientes:

Reunión anual de la INTA: la reunión más amplia y prestigiosa de los usuarios del sistema internacional de marcas, en la que participan más de 7.000 personas procedentes de más de 130 países que a lo largo de cinco días se benefician de programas educativos, reuniones de comités, exposiciones, actos sociales y oportunidades para establecer vínculos de colaboración.

E-Learning: programas educativos adaptados específicamente a las necesidades de los usuarios que tienen lugar en Internet y que ofrecen una manera innovadora de obtener conocimientos sobre las marcas, permitiendo ahorrarse los costos de viaje y de alojamiento.

Foros: reuniones en las que a lo largo de varios días tiene lugar un análisis exhaustivo y práctico de varias cuestiones pertinentes relativas a las marcas.

Mesas redondas: debates populares de dos horas de duración sobre temas de actualidad del ámbito de las marcas que tienen lugar en numerosas ciudades de todo el mundo.

Talleres: programas intensivos de educación de medio día de duración sobre temas básicos del Derecho de marcas que constituyen unos recursos valiosos para los interesados.

Enseñanza a distancia: ponencias que se transmiten simultáneamente y en directo a varias partes del mundo, permitiendo celebrar debates en profundidad desde distintos lugares sin necesidad de desplazamientos.

Difusiones por Internet: seminarios en línea que abarcan cuestiones de actualidad del Derecho de marcas y que se exponen en directo por medio de Internet, facilitando el acceso a los temas pertinentes desde cualquier lugar del mundo por medio de una computadora.

ELABORACIÓN DE POLÍTICAS Y DEFENSA DE LOS INTERESES

En calidad de defensor principal de los intereses de los titulares de marcas, la INTA fomenta la elaboración de leyes y procedimientos eficaces en el ámbito de las marcas y la armonización de su aplicación en todo el mundo. La INTA representa los intereses de sus miembros en materia de propiedad intelectual de muy diversas maneras.

Elaboración de políticas: Los gobiernos se basan en los conocimientos especializados de la INTA sobre las cuestiones que afectan a las marcas y valoran la reputación de la Asociación a la hora de solicitar comentarios inteligentes y razonados. La INTA se esfuerza por proteger los derechos de marcas en todo el mundo:

- promoviendo la armonización de las legislaciones y procedimientos en materia de marcas por medio de directrices de examen y leyes tipo;
- colaborando con los legisladores en la redacción e introducción de nueva legislación o de modificaciones en la legislación relativa a las marcas, a la lucha contra la falsificación y a otras cuestiones de propiedad intelectual;
- proporcionando un análisis a fondo de los temas relativos a las marcas por medio de libros blancos; y
- ofreciendo los conocimientos de la INTA a los tribunales mediante informes *amicus curiae*.

Defensa de los intereses: La INTA establece y mantiene relaciones con oficinas de marcas nacionales, regionales e internacionales, e influye en la aprobación y aplicación de la legislación a fin de fomentar la observancia de los derechos de marca. Los representantes de la Asociación colaboran con los órganos gubernamentales y las organizaciones de propiedad intelectual a escala nacional, regional e internacional, por ejemplo:

- el Congreso de los Estados Unidos y la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos (USPTO);
- la Comisión Europea, el Parlamento Europeo y la Oficina de Armonización del Mercado Interno (OAMI);
- la Asociación de Naciones del Asia Sudoriental (ASEAN);
- la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI);
- la Organización Mundial del Comercio (OMC); y
- la Organización Mundial de Aduanas (OMA).

PERSPECTIVAS FUTURAS DE LA INTA

En los próximos años, la INTA seguirá proporcionando de manera constante educación, información y servicios de la máxima calidad a sus miembros, a la industria, a los profesionales del ámbito de las marcas, a los funcionarios públicos y al público en general en todo el mundo, en lo concerniente a las marcas y a las cuestiones conexas. La Asociación seguirá reflejando la procedencia y la diversidad de sus miembros por medio de la ampliación de las actividades de elaboración de políticas internacionales y de defensa de sus intereses, la educación, la información y los servicios, y la incorporación y la participación de nuevos miembros.

Por último, haciendo uso de sus recursos a escala mundial, la INTA se dedicará a elaborar políticas sobre derechos esenciales en el ámbito de las marcas y en ámbitos conexos, aumentar la influencia de los titulares de marcas y perfilar la política pública defendiendo la posición de la Asociación en distintos tratados, legislaciones, reglamentos y casos concretos.

Muchas gracias.

APÉNDICE

TRATAMIENTO DE LA OBSERVANCIA EN LAS PUBLICACIONES DE LA INTA

La INTA proporciona información valiosa que contribuye a proteger las marcas, ejecutar más eficazmente búsquedas de marcas y adoptar decisiones jurídicas y empresariales con conocimiento de causa.

PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS (DISPONIBLES GRATUITAMENTE ÚNICAMENTE PARA LOS MIEMBROS DE LA INTA):

Country Guides: Basic Information on Trademark Registration Worldwide

Base de datos consultable en Internet que proporciona acceso a información práctica sobre la presentación y tramitación de solicitudes de registro de marcas, el registro y mantenimiento de los registros y la observancia de los derechos de marca en más de 90 jurisdicciones.

International Opposition Guide

Base de datos consultable en Internet que ofrece información básica de tipo práctico sobre la estructura de los procedimientos de oposición en materia de marcas y las prácticas conexas en jurisdicciones de todo el mundo. En la base de datos figura información sobre 130 jurisdicciones y permite a los usuarios evaluar rápidamente la disponibilidad, viabilidad y conveniencia de los procedimientos de oposición antes de incurrir en los costos que conlleva contratar a un mandatario local.

Practitioner's Guide to the Madrid Agreement and Madrid Protocol

Base de datos consultable en Internet que ofrece información práctica sobre la aplicación local de esos dos tratados en los Estados miembros. La base de datos ofrece orientación sobre la aplicación de las prácticas y procedimientos locales en materia de obtención de registros por medio del sistema de Madrid, así como sobre su mantenimiento, cesión en licencia y la observancia de los derechos consiguientes, y contiene información detallada sobre la manera en que cada jurisdicción trata a las marcas. La base de datos contiene asimismo textos relativos a la historia de los Tratados de Madrid, el uso del sistema y consideraciones estratégicas sobre la manera de aprovecharlo más adecuadamente.

PUBLICACIONES IMPRESAS

Entre las publicaciones impresas que difunden cuestiones relativas a la observancia figuran las siguientes:

The Community Trade Mark

Este libro ofrece comentarios y análisis sobre los principios fundamentales, el reglamento pertinente y las normas de aplicación, el contenido y los procedimientos de aplicación, las consideraciones de búsqueda, la registrabilidad, la antigüedad, las oposiciones y las observaciones, los motivos de revocación, las cesiones y otras transferencias de marcas, las infracciones, los pleitos y el libre movimiento de mercancías de marca y la ampliación de la UE. En el Apéndice figuran los textos íntegros del Reglamento y las normas de ejecución, copias de referencia de los formularios de solicitud y de autorización general, las Directrices relativas a los procedimientos ante la OAMI (Disposiciones generales, Directrices de examen,

Procedimientos de oposición) e información actual sobre la manera de acceder a la jurisprudencia de la OAMI y del TEJ por medio de Internet.

Famous and Well-Known Marks - An International Analysis

En esta valiosa guía preparada por 32 expertos destacados se estudian los fundamentos, la historia y la aplicación de la protección de las marcas famosas. Las marcas famosas y notoriamente conocidas poseen una atracción comercial muy poderosa y para protegerlas es necesario ampliar los principios jurídicos más allá de los conceptos tradicionales del Derecho de marcas y de la legislación sobre competencia desleal. En esta publicación se trata de los principios y de la práctica de este cuerpo de leyes internacionales y se incluye una aplicación de Internet que da acceso a una base de datos consultable por jurisdicción sobre las marcas que han sido reconocidas como famosas o notoriamente conocidas.

Trademark Anticounterfeiting in Asia and the Pacific Rim

En este libro de referencia práctico se define la falsificación de marcas y se proponen estrategias para administrar un programa concertado y eficaz para hacer frente al problema de manera general y, concretamente, en los 14 países fundamentales de Asia y la Costa del Pacífico. En la Parte I se sitúan las cuestiones pertinentes en el contexto del debate sobre la repercusión que tiene esa práctica en el comercio mundial, las consideraciones económicas, las iniciativas de las entidades nacionales, regionales y mundiales para fomentar la protección de las marcas y los problemas de elaborar y aplicar eficazmente un programa adecuado contra la falsificación que ofrezca resultados satisfactorios. Un factor esencial para traducir este caudal de conocimiento en acciones específicas lo constituyen los perfiles de países que figuran en la Parte II en la que se presentan informaciones exhaustivas sobre la legislación y las prácticas pertinentes de cada uno de los 14 países de la región. Estos perfiles han sido elaborados por asesores locales expertos en el tema, que ofrecen información y opiniones sobre la aplicación del régimen internacional de protección de las marcas contemplado en el Acuerdo sobre los ADPIC, como los antecedentes de los sistemas judiciales civiles y penales, las soluciones jurídicas y los medios complementarios previstos en la legislación y en los reglamentos y las estrategias para combatir la falsificación.

Trademark Law Handbook

Este excelente libro de referencia forma parte de una serie anual de publicaciones que trata de importantes novedades en la jurisprudencia estadounidense e internacional en el ámbito de las marcas y de la competencia desleal. En las revisiones anuales se ofrecen comentarios sobre novedades de orden confidencial que tienen lugar en la legislación y en la práctica de marcas.

***The Trademark Reporter*[®]**

The Trademark Reporter[®] (TMR) es una publicación jurídica bimensual (seis números al año) de la INTA que contiene artículos de autores que desean contribuir al debate académico de todos los aspectos del derecho de marcas. Los dos primeros números de cada año están dedicados al examen anual: el número de enero-febrero corresponde al examen anual de los Estados Unidos y el número de marzo-abril al examen anual internacional. Los otros cuatro números contienen artículos académicos sobre temas relativos a las marcas y, de vez en cuando, colaboraciones especiales como la reseña de nuevas publicaciones destacadas en el ámbito de las marcas.

El TMR viene siendo publicado por la Asociación Internacional de Marcas desde 1911 y constituye una de las instituciones más respetadas y más antiguas de la INTA y del sistema internacional de marcas. Tienen acceso gratuito al TMR los miembros de la INTA, y la

publicación está disponible tanto en forma impresa como en Internet. También pueden suscribirse a ella las escuelas, las bibliotecas públicas y los organismos gubernamentales.

El TMR cuenta con más de 4.900 lectores, a saber, profesionales del ámbito de las marcas, jueces y profesores universitarios de todo el mundo. Esta publicación siempre ha estado en vanguardia de los acontecimientos que han tenido lugar en el Derecho de marcas y en la INTA. La prestigiosa historia y reputación del TMR atrae a un amplio número de autores que desean escribir artículos sobre temas de actualidad relativos a las marcas.

Artículos seleccionados de 1994:

- Consumer Literacy and Confusing Similarity of Pictorial Trademarks in Nigeria
- Commentary on Recent Changes to the Canadian Trade-Marks Act
- Preliminary Discovery Procedures, Precautionary Measures and Remedies in Italian Litigation
- Developing Industrial Property Laws in Cuba
- Heading Them off at the Pass - Can Counterfeit Goods of Foreign Origin Be Stopped at the Counterfeiter's Border
- Rights of Trademark Owners to Require Canada Customs to Seize Infringing Goods Have Been Strengthened by NAFTA
- Protection of Geographical Indications in the Wake of TRIPs: Existing United States Laws and the Administration's Proposed Legislation
- Revision of the German Trademark Law

Artículos seleccionados de 1995:

- Interlocutory Measures in the Defense of Trademarks in Italy - Strategies and Procedural Techniques in the Light of Recent Legislative Reforms
- Trademark Licensing in Canada
- Similarity and Other Issues in Japanese Trademark Law
- Recent Developments and Imminent Changes in Nigerian Trademark Law and Practice

Artículos seleccionados de 1996:

- Protection of Geographical Indications in the TRIPs Agreement
- Well-Known and Famous Marks: Is Harmony Possible in the Global Village
- Lookalikes under the New United Kingdom Trade Marks Act 1994
- Comparative Advertising - Should It Be Allowed in the United Kingdom
- References to the European Court of Justice for a Preliminary Ruling in Trademark Matters
- Benelux Trademark Act: A Guide to Trademark Law in Europe
- McDonald's Case: South Africa Joins the Global Village
- United States Customs' Protection of Registered Trademarks: Has Technology Rendered Customs Recordation Unnecessary

Artículos seleccionados de 1997:

- European Community Trademark: Effects of Seniority and Conversion in Former Colonies and Protectorates
- Is the Purpose of the Trademark Law Limited Only to Protecting Purchasers - Analysis under United States and German Trademark Law
- Trademark Use in Canada

- Nature and Scope of Trademark Provisions under TRIPS and the Pan-American Convention
- Domain Name-Related Infringement Procedures in Germany
- Internet Issues in the United Kingdom

Artículos seleccionados de 1998:

- Russian Highest Judicial Authority in Commercial Law Issues a Letter Interpreting the 1992 Russian Trademark Act
- Towards a European Consumer - Protection against Misleading Advertising in Europe
- Silhouette Case: The European Union Moves to the Highest Common Denominator on the Gray Market Question
- Threatening Trademark Infringement Proceedings in the United Kingdom - The Impact of the Trademark Threats Provision
- German Courts Implement the EU Directive 97/55/EC - A Fundamental Shift in the Law on Comparative Advertising
- Should We Use Guns and Missiles to Protect Famous Trademarks in Europe

Artículos seleccionados de 1999:

- Territoriality and Exhaustion of Trademark Rights under the Laws of the North Atlantic Nations
- Towards Implementation of the Madrid Protocol in the United States
- Semi-Generic Geographical Wine Designations: Did Congress Trip over TRIPs

Artículos seleccionados de 2000:

- Locating Geographical Indications - Perspectives from English Law
- Protection of Well-Known Marks in Taiwan: From Case Study to General Theory
- Tips from the Office for Harmonization in the Internal Market (Trademarks and Designs) (OHIM)
- Amicus Letter of the International Trademark Association in Glaxo Group Limited v. Dowelhurst Limited and Swingward Limited
- Amicus Letter of the International Trademark Association in IKEA Inter-Systems Inc. v. Beijing Cinet Co. Ltd.

Artículos seleccionados de 2001:

- Application of the European Rules on Trademark Exhaustion to Extra-Market Goods
- Revendication: Is It Appropriate for Trademark Piracy Cases
- Amicus Letter of the International Trademark Association in Libertel Groep B. V.
- Trademarks v. Domain Names - The Brazilian Experience
- Nice Agreement Revisited: Still a Class Act
- Amicus Letter of the International Trademark Association in Shield Mark B.V. v. J. Kist

Artículos seleccionados de 2002:

- Incorporal Curtain: The EEA Is Closed to Extra-Market Gray Goods
- Seniority under European Community Trademark Law
- Handling of Counterfeit Goods: A Hands-on Problem for the Italian Criminal System
- Avoiding Hague Convention Headaches - An Analysis of Lanham Act Section 1(E) Service of Process on Foreign Nationals
- Madrid Protocol: Impact of U.S. Adherence on Trademark Law and Practice

- Amicus Letter of the International Trademark Association in *Intel v. PT Pangung Electronic Industries*
- Amicus Letter of the International Trademark Association in *Prefel SA v. Fahmi Babra et al.*
- Amicus Letter of the International Trademark Association in *Prefel SA v. Jae Ik Choi*

Artículos seleccionados de 2003:

- Would Victoria's Secret Be Protected North of the Border - A Revealing Look at Trade-Mark Infringement and Depreciation of Goodwill in Canada
- Geographical Indications and Trademarks - The Road from DOHA
- Using the Madrid Protocol after U.S. Accession
- Is European Community Trademark Law Getting in Good Shape?
- After WTO Accession: China's Dilemma with the Trafficking of Fakes
- Crocker Revisited: The Protection of Trademarks of Foreign Nationals in the United States
- Article 82 of the E.C. Treaty and Trademark Rights
- What Must a Foreign Service Mark Holder Do to Create and Maintain Trademark Rights in the United States?
- Protection of Trade Dress and Color Marks in Australia
- Trademark Law in Belize: Implementation of GATT TRIPs in a Developing Country

Artículos seleccionados de 2004:

- Considerations regarding Dilution in Argentina
- Use of Arbitration and Mediation for Protecting Intellectual Property Rights: A German Perspective
- Protecting Colour Marks in Canada
- *Paranova v. Merck* and Co-Branding of Pharmaceuticals in the European Economic Area
- Trade Mark Licenses and the Technology Transfer Block Exemption
- Enlargement of the European Union: Trade Mark Issues in Hungary and Other New EU States
- Brand Name and Look-Alike Drugs in Canada after *Ciba-Geigy v. Apotex*: A Proposal for Relief from Slavish Imitation
- Sign of the Times - A Review of Key Trade Mark Decisions of the European Court of Justice and Their Impact upon National Trade Mark Jurisprudence in the EU
- Significant Trademark Developments in the Asia-Pacific Region
- Dilution of a Trademark: European and United States Law Compared
- Recent Developments in Comparative Advertising and Their Implication for Trademark Law in Germany

Artículos seleccionados de 2005:

- Protection of Famous Trademarks Against Use for Unrelated Goods and Services: A Comparative Analysis of the Law in the United States, the United Kingdom and Canada and Recommendations for Canadian Law Reform
- Well-Known Marks & China's System of Well-Known Mark Protection
- Recent Trends in Asian Trademark Law—Changes and Challenges
- Recent Trends in European Trademark Law: Of Shape, Senses and Sensation
- Amicus Letter of the International Trademark Association in *Bovemij Verzekering N.V. v. Benelux Merkenbureau*

- Amicus Brief of the International Trademark Association in *Veuve Clicquot Ponsardin, Maison Fondée en 1772 v. Les Boutiques Cliquot Ltee, Mademoiselle Charmante Inc. and 3017320 Canada Inc.*
- Amicus Letter of the International Trademark Association in *Tungsway Food & Beverage Holdings, Pte Ltd v. PT Istana Pualam Kristal*
- Geographical Indications and Trademarks in Europe
- Protecting Well-Known Trademarks: Perspectives from Singapore
- The Community Trade Mark and Design Court of Alicante and Forum Shopping Regarding European Community Intellectual Property Rights Litigation
- Protecting Trade Marks in Myanmar: Strategies for Foreign Trade Mark Owners
- Trademark Licensors and Product Liability Claims—A European Perspective

INTA Bulletin

Este boletín quincenal, que constituye la voz de la Asociación Internacional de Marcas, se envía a más de 5.500 miembros de la INTA, y contiene noticias actualizadas sobre cuestiones que afectan a la Asociación, la evolución de las prácticas y los procedimientos del Derecho de marcas, y la actividad legislativa y las cuestiones empresariales que afectan a las marcas en más de 180 países. Entre los temas que componen los informes especiales del *INTA Bulletin* figuran los siguientes:

Special Report on Trade Dress **Mayo de 2005**

- Trade Dress Survey Shows Surprising Results
- Design Protection Versus Trademark Protection in the European Union
- Making a “Clear Case” in the United States
- U.S. Customs Protection for Trade Dress
- Color Protection in the European Union
- Protecting Color Marks in the United States
- Best Practices for Registration of Product Configuration
- Trade Dress in the USPTO
- Trade Dress Within the Andean Community
- The McDonald’s Case in Singapore and the Philippines
- Trade Dress Protection Available in China
- Analysis of *Wal-Mart* and *TraFFix* Under Brazilian Law
- When Are “Three-Dimensional Marks” Ordinary Trademarks?

Special Report on Counterfeiting **Septiembre de 2004**

- What is Counterfeiting?
- Consumer Demand for Counterfeiting
- The Past and Present of International Efforts Against Trademark Counterfeiting
- Anticounterfeiting Milestones of the European Union
- Regional Anticounterfeiting Agreements
- Successful Global Enforcement Strategies
- Health and Safety Issues - Counterfeit Drugs
- Health and Safety Issues - Counterfeit Food and Beverages
- Buyers Beware of Counterfeit Toys
- Counterfeiting and Organized Crime
- The Economic Impact of Counterfeiting
- Success Stories
- References

Special Report on Dilution **Junio de 2004**

- INTA Select Committee on the Federal Trademark Dilution Act
 - Dilution in the Andean Community, Australia and New Zealand, Brazil, Canada, the European Union and Germany, the Republic of Korea, Singapore, the United Kingdom and the United States
-

Special Report on Geographical Indications Septiembre de 2003

- GI Protection Systems Around the World
 - Glossary
 - Comparing Positions
 - Perspectives
-

Special Report on the Madrid Protocol Abril de 2003

- Why the Protocol?
 - Corporate Perspective
 - Comparing Filing Procedures
 - Recent Members' Rules and Regulations
 - Madrid Educational Programming
-

Special Issue on ADR Octubre de 2002

- Alternatives to the Courthouse
 - Trademark Mediation
 - Tips from the Experts
 - ADR Around the World
 - Stay Loyal to the ADR Process
-

Special Issue on Domain Names Agosto de 2002

- UDRP: Online and On Target
 - Domain Disputes Around the Globe
 - Domain Name Strategy
 - Achieving Uniformity Within the Domain Name System
 - Resources for Domain Name Dispute Resolution
-

Special Issue on China Mayo de 2002

- Trademark Practice in China and Beyond
 - Managing International Portfolios
 - In the Spirit of Exploration
 - A Review of the Meetings
 - A Brief Timeline
-

Special Issue on Counterfeiting

Octubre de 2001

- To Catch a Counterfeiter
- The Art of Enforcement
- INTA's Anticounterfeiting Efforts in 2001
- World Update : Covers Counterfeiting Efforts in Europe, East Asia, Middle East and Africa
- Tales from the Front
- INTA Comments on WCO Model Provisions
- ACEC Future Training Initiatives

Special Issue on ECJ

Agosto de 2001

- The European Court of Justice - What is it, what makes it tick?
- INTA Files Amicus Letter - Libertel case
- Influences and Precedents - Significant cases that have set an example for future rulings of the ECJ
- Future Challenges

Special Issue on China

Febrero de 2001

- Why China, Why Now?
- Membership Initiatives Go Full Speed Ahead
- Current Status of China's WTO Accession
- Read About INTA's 18 New Members
- The First Chinese Trademark
- See what major Beijing and Shanghai newspapers had to say about INTA's involvement with China
- Become an INTA Recruiter

[Fin del documento]