

PROPUESTAS PARA MODIFICAR EL RMC Y CREAR UNA 2ª DIRECTIVA DE ARMONIZACION



Barcelona, 14 Marzo 2013

Carlos Polo



Este trabajo contiene opiniones personales del autor quien no asume responsabilidades sobre posibles errores u omisiones

RESUMEN DE LA PRESENTACION

- 1 - Introducción-antecedentes
- 2 - Informe Max Planck del 15.02.2011
- 3 - La Segunda Directiva
- 4 - La propuesta de enmienda del Reglamento
- 5 - Conclusiones

1. INTRODUCCION ANTECEDENTES

- Small Business (2008). Pymes, eficacia y calidad, evaluación general
- Comisión (22.07.2009). “Letter of Invitation to Tender”. “Estudio global del Sistema de marcas en Europa”

2. ANTECEDENTES

Informe Max Planck (15.02.2011)

- modernización / coherencia
- armonización sustantiva y procedimental [no total]
- armonización y coherencia con MC

3. PROPUESTA DE 2ª DIRECTIVA

- Definición de marca
- Derechos conferidos
- Armonización sustantiva
- Armonización procedimental
- Procedimiento
- Cooperación con Oficinas Nacionales

DEFINICION DE MARCA

- El requisito de representación gráfica

DERECHOS CONFERIDOS

- Respeto a derechos anteriores
- Ejercicio del derecho frente a N.C. o denominación social
- Uso en publicidad comparativa permisible
- Productos consignados en frontera con fines comerciales
- Actos preparatorios [distribución / venta de envases / etiquetas, etc.]

ARMONIZACION SUSTANTIVA

- I.G. + términos tradicionales para vinos, etc.
- Marcas con reputación [mandatoria]
- Marcas como objetos de propiedad
- Marcas colectivas

ARMONIZACIÓN PROCEDIMENTAL

- Designación/clasificación [IP TRANSLATOR: claridad/precisión]
- Examen de oficio [solo prohibiciones absolutas]
- Observaciones de terceros
- Tasas: registro/renovación: [1 tasa por clase]
- Oposición [y prueba de uso]
- Procedimiento administrativo de revocación/nulidad [y prueba de uso]

PROCEDIMIENTO

- Solicitud
- Clasificación
- Examen de oficio
- Observaciones de terceros
- División de solicitud/registro
- Oposición [y prueba de uso]
- Revocación/nulidad administrativa [y prueba de uso]
- Duración / Renovación

COOPERACIÓN AGENCIA OFICINAS NACIONALES [obligatoria]

4. PROPUESTA DE ENMIENDA Y REFORMA RMC

EL REGLAMENTO M.C. ENMIENDA Y REFORMA

Principios

- Establecer bases legales para obligar a las oficinas nacionales a cooperar con Agencia.
- Establecer obligación de utilización por las oficinas nacionales de herramientas/métodos facilitados por la Agencia.
- Financiación a cargo de la Agencia mediante fondos de cooperación.

Terminología

OAMI - *Agencia Europea de Marcas y Diseños*

MC - *Marca Europea*

Presidente – *Director Ejecutivo*

Reglamento de Ejecución – *actos delegados*

Tribunal de la MC – *Tribunal de la Marca Europea*

Gran Sala – *“Enlarged Board”*

Simplificación de Procedimientos

- Presentación solicitudes: La Agencia
- Fecha de presentación [pago de tasa “test applications”]
- Supresión de búsquedas nacionales [retrasan y son inútiles]
- Observaciones de terceros [a partir fecha solicitud]
- Revisión prejudicial de recursos inter-partes [eliminada]
- Continuación de procedimiento [aplicable a plazos oposición]
- Oposiciones a designaciones de M.I. [comienzo: un mes]
- Protección de indicaciones geográficas y términos tradicionales
- Definición de marca [se suprime representación gráfica]

- Derechos conferidos
 - sin perjuicio de derechos anteriores
 - uso como nombre comercial o denominación social
 - uso en publicidad comparativa [Directiva]
- Productos consignados [prohibición de importar]
- Prohibición de actos preparatorios a la infracción [distribución/venta de envases, etiquetas, etc.]
- Designación/clasificación [IP TRANSLATOR]
- Marcas Europeas de certificación
- Funciones de la Agencia
- Marco de cooperación

- Delegación de poderes a la Comisión
 - Reglamento de Ejecución
 - Reglamento de Tasas
 - Reglamento de Procedimiento de Recursos
- Marcas presentadas de mala fe [oposición]
- Marcas que consisten en expresiones no comprensibles [traducción]
- Establecimiento de un símbolo para marcas registradas
- Representación. Sin cambios. Poder

Funciones de la Agencia

- Administración
 - promoción sistemas marca
 - diseño Europeo
- Promover la convergencia en prácticas
- Cooperar con instituciones
 - autoridades
 - organismos
 - oficinas nacionales, etc.

Cooperación para promover la Convergencia

- Desarrollo de normas de examen
- Creación de bases de datos y portales comunes
- Facilitar e intercambiar información
- Establecer prácticas uniformes
- Compartir información en I.P.
- Intercambiar asesoramiento y asistencia técnica

Poderes del Director Ejecutivo

- Dar instrucciones, instrucciones Administrativas
redactar propuestas de programas anuales
presupuesto
preparar informe anual
plan de acción
programa estratégico.
- Puede delegar poderes
- Someter al “Enlarged Board” cuestiones de interpretación de Ley.

5. CONCLUSIONES

Good bye!

