

# EL BOLETÍN NEWS MARCA

El newsletter de LAURITSEN & ASOCIADOS

## XXXVII CONGRESO DE ABPI

***Bajo la organización de la Asociación Brasileira de Propiedad Intelectual, profesionales de toda América latina asisitieron al XXXVII Congreso de ABPI.***

***La distinguida jornada tuvo como marco la ciudad de Río de Janeiro del 20 al 22 de agosto, en el Windsor Barra Hotel & Congressos. Con 16 paneles informativos, se pueden destacar “Las marcas en la era digital”, como así también el panel que trató las “Cuestiones relativas en la protección de marcas tridimensionales”. Lauritsen & Asociados contó con la participación de la Dra. Marina Buscalia (responsable del área internacional).***

***El congreso se presentó como la oportunidad para entablar y fortalecer relaciones con los estudios más prestigiosos del continente.***



### **BMW EN GUERRA CONTRAS LAS COPIAS**

BMW ha presentado este mes, una demanda en la Corte Federal de Distrito de la División Oeste de California contra Mazz Auto Group por una flagrante infracción marcaria.

La automotriz alemana alega que el demandado ha infringido sus patentes de diseños, competido de manera injusta y ha utilizado falsas denominaciones de origen, al comercializar productos apócrifos.

Además, el gigante alemán ha declarado que la venta se realizaba tanto físicamente como de manera online, ya que Mazz Auto Grupo operaba un sitio web para vender falsas ruedas de automóviles, cubiertas centrales y distintivos adornados con marcas de BMW.

La demanda realizada incluye una indemnización de U\$2 millones, la destrucción de los artículos infringidos y todos los costos y honorarios.



### **¿MARCAS OLFATIVAS?**

Recientemente, en la Oficina de Marcas y Patentes de Estados Unidos (USTPO) se ha solicitado el registro de marca para la plastilina “Play-Doh”, de la reconocida multinacional estadounidense Hasbro. Sin embargo, la particularidad de esta presentación, es que se pide como una marca olfativa.

El pedido describe el olor de la “Play-Doh” como “único, formado a través de la combinación de una fragancia dulce, ligeramente almizclada, de vainilla, con ligeros matices de cereza y el aroma natural de una masa salada, a base de trigo”.

Esto es una muestra que los caminos de reconocimiento de una marca calan en el público consumidor de una manera mucho más profundamente que lo que suele suponerse, ya sea por la denominación o su forma figurativa.



“No juzgues cada día por la cosecha que recoges, sino por las semillas que plantas.”

Robert Louis Stevenson

REGISTRE SU MARCA

Esto no es Spam. Para desuscribirse haga [click aquí](#).

SANTIAGO DEL ESTERO 345 - PISO 6º. - (+54,11) 5277,7000 - C1075AAG - BUENOS AIRES - ARGENTINA

