

GARRIGUES

Seminario sobre prevención oncológica en el medio laboral

Expansión. Madrid

El próximo martes 16 de marzo, a partir de las 16 horas, el Auditorio Garrigues acogerá el IV Seminario sobre Medicina del Trabajo Predictiva en el que se analizará la Prevención oncológica en el medio laboral. El seminario está organizado por la Cátedra Fremap de Investigación y Desarrollo en Medicina del Trabajo de la Universidad Europea de Madrid, con la colaboración de la Fundación Garrigues, la Asociación Española de Especialistas en Medicina del Trabajo (Aeemt) y la Asociación Española Contra el Cáncer (Aecc).

Durante la sesión se abordarán diversos temas como la prevención del cáncer de pulmón en el medio laboral, la predisposición genética, la epidemiología del cáncer de origen profesional, o el empleo de marcadores tumorales en el medio laboral.

Antonio Garrigues, presidente de la firma, inaugurará la jornada, que contará con la participación de expertos procedentes de clínicas españolas -Clínic de Barcelona, Hospital Clínico de San Carlos de Madrid o Clínica Román de Madrid- así como de las entidades organizadoras. Así, moderará el seminario José Manuel Gómez, de Fremap, y la primera ponencia sobre Epidemiología del cáncer de origen profesional correrá a cargo de Rafael Ceña, de la Junta de Castilla y León.

La Justicia protege de nuevo a la marca 'Buda'

Un restaurante de Barcelona deberá pagar 413.000 euros y cesar en el uso ilegal de la marca. Este caso se une a los que ha ganado el titular en Madrid y Mallorca.

Mercedes Serraller. Madrid

El Juzgado de lo Mercantil número 2 de Alicante ha condenado al restaurante de Barcelona Buda Barcelona a pagar 413.000 euros al titular de la marca, la sociedad francesa George V Restauration, que regenta el Buda Bar de París, y a cesar en el uso ilegal de la marca. Esta indemnización es la más alta que ha impuesto el Tribunal de la Marca Comunitaria de Alicante y se une a las que ya ha conseguido la empresa gala en el conocido local madrileño en el que el Real Madrid y otros famosos celebraban sus fiestas, y un bar de Palma de Mallorca (ver EXPANSIÓN de 8/05/08, 6/02/09 y 28/05/09).

Galaxy Restauración, la sociedad propietaria del restaurante, sito en la calle Pau Claris de Barcelona, infringió la marca mediante el uso de las denominaciones Buddha Barcelona, Buda Barcelona, la imagen de Buda seguida de la denominación Barcelona o restaurante y de páginas web respectivas. La sentencia recuerda que Georges V ha usado ininterrumpidamente la marca *Buda/Buddha Bar* desde que la registró en 1996 para perfumes, ropa, joyería, restauración y alimentación, entre otros usos.

El local madrileño se conocía, como acreditó la sentencia de primera instancia y ratificó la Audiencia Provincial



Interior del Buddha del Mar (Madrid). / EL MUNDO

de Alicante, como *el Buddha o el Buda Bar* y fue condenado a pagar más de 372.945,09 euros a George V Restauration, y a cerrar o cambiar su nombre. La sección de la Audiencia que actúa como Tribunal de la Marca Comunitaria condenó la sociedad que administraba el local, y a las que se encargaban de otros establecimientos en Sevilla y Marbella, y de productos del hogar y páginas web. Además, otra sentencia condenó a un bar de copas de

Esta indemnización es la más alta que ha impuesto el Tribunal de la Marca de Alicante

Mallorca a no efectuar ningún uso de ese signo y al pago de 15.887,84 euros.

Lara Foncillas, que recientemente ha creado su propio despacho, es la abogada que ha llevado todos los procesos. "Se consolida la respuesta contundente de los tribunales de marca comunitaria nacionales", asegura. Y resalta que "el rótulo del local consistía en un gráfico evocativo de Buda y la sentencia ordena su cese por existir similitud conceptual y riesgo de confusión. Esta sentencia ayudará a clarificar que el uso del gráfico de Buda como distintivo de locales de ocio, práctica habitual para evitar ser demandados, supone infracción".

LA CLAVE

La abogada destaca que "esta sentencia ayudará a clarificar que el uso del gráfico de Buda como distintivo de locales de ocio, práctica habitual para evitar ser demandados, supone infracción y un acto parasitario indemnizable".

CONFERENCIA

Eversheds Lupicinio analiza el marco legal del producto defectuoso

Expansión. Madrid

Eversheds Lupicinio ha organizado, en colaboración con la Asociación de Comunicadores e Informadores Jurídicos (Acijur), una conferencia sobre producto defectuoso con el título *¿Es suficiente la legislación actual para protegerse de los productos defectuosos?* La expectación surgida a raíz de los casos de Toyota, Nissan, Honda o General Motors llevó a analizar las bases legales que protegen al consumidor y que sustentan las acciones de los fabricantes con objeto de salvaguardar la seguridad de aquellos, así como su propia imagen de la mano de los socios Kiko Carrión y Antonio Bravo.

Ambos detallaron los aspectos fundamentales de la normativa española, analizando cuestiones como las clases de defectos, las causas de exoneración de responsabilidad o la prescripción de acciones, todo ello desde una perspectiva práctica.

Una de las primeras cuestiones que saltó a la palestra fue el papel de los fabricantes en la investigación y descubrimiento de un producto defectuoso. "El primer interesado en retirar el producto defectuoso del mercado es, precisamente, el propio fabricante; primero para proteger a los consumidores y, segundo, para proteger su marca y su prestigio", afirmó Antonio Bravo. "No se trata sólo de una obligación legal, sino también de la protección de la reputación y buen nombre de la marca: un pleito en el que se pusiera en duda la calidad y seguridad de un producto