28/03/2024

ECONOMIST&JURIST

Encarna Robles

IP Especialista en ClarkeModet

El daño moral en las falsificaciones de marcas

Uno de los temas más controvertidos en relación con el fenómeno de la falsificación de las marcas es la existencia -o no- de un **daño moral indemnizable** en aquellos casos en los que **no ha habido una efectiva comercialización de los productos falsificados**.

Muchas veces, los Juzgados y las Audiencias Provinciales españoles han considerado que, en aquellos casos en los que los productos que reproducen o imitan marcas registradas que **no llegan a ser** comercializados,(frecuentemente por la acción de los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado al requisar esos productos falsificados), el titular de la marca no tiene derecho, en vía penal, a ninguna indemnización al no producirse un **efectivo perjuicio económico.**

Se excluye también la que pudiera derivarse de un posible **daño moral,** pues entendían los tribunales que, al no existir comercialización, **no hay oportunidad de que la imagen de marca se vea perjudicada.** De acuerdo con esta interpretación, quedaría satisfecha la responsabilidad civil de

...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |