

Literatura jurídica

Detalles de la literatura jurídica

Estado miembro: España

Título: El engaño sobrevenido de la marca derivado del contexto publicitario

Subtítulo:

Tipo: article

URL:

Autor: MARTÍNEZ SÁNCHEZ, N.

Referencia: DIARIO LA LEY, Nº 8869, SECCIÓN DOCTRINA, 23 DE NOVIEMBRE DE 2016, REF. D-409, EDITORIAL WOLTERS KLUWER

Año de publicación: 2012

Palabras clave: comparative advertising, misleading advertising

PDF:

Artículos de la Directiva

Misleading and Comparative Advertising Directive, [Article 4, \(h\)](#)

Nota preliminar

This monograph analyses the powers of the holder of the brand and the limits to its use in the advertising context, focusing on the advertising use of the confusing character mark.

Nota general

Asuntos relacionados

No hay resultados disponibles