

Noticias jurídicas más relevantes para el sector
de productos de consumo

Mayo 2019



Queridos amigos:

Les adjuntamos nuestra última alerta sobre las novedades más relevantes de los últimos meses para el sector de fabricación y distribución de productos de consumo.

En este caso, nos hemos centrado exclusivamente en las novedades legislativas, tanto a nivel europeo como nacional, que se han venido sucediendo en los últimos meses.

- Medidas de reducción del impacto ambiental de determinados productos de plástico
- Directivas sobre contenido digital y venta de bienes
- La nueva Ley de secretos empresariales
- El Reglamento UE sobre plataformas en línea
- La última modificación a la Ley de marcas

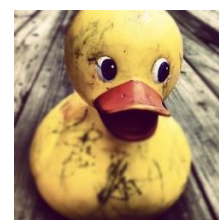
Esperamos que sea de su interés y quedamos a su disposición para cualquier aclaración o duda.

El equipo de productos de consumo de Marimón Abogados

Medidas de reducción del impacto ambiental de determinados productos de plástico

Por Marta Valls y Nathalie Klefisch

Departamento de Público & Consumo | Barcelona



A nivel de la Unión Europea

El pasado 27 de marzo el Parlamento Europeo aprobó, en primera lectura, la [Directiva relativa a la reducción del impacto ambiental de determinados productos de plástico](#). Los plásticos representan entre el 80% y el 85% del total de residuos marinos en la Unión Europea, de los cuales los artículos de plástico de un solo uso representan el 50% y los relacionados con la pesca, el 27%. Por ello, el principal objetivo de la Directiva consiste en prevenir o reducir algunos productos de plástico en el medio ambiente, especialmente en el medio acuático, como iniciativa considerada en el contexto más amplio de la transición a una economía circular.

Para la consecución de tales objetivos, el texto aprobado establece cinco tipos de medidas, en función de los productos y en atención a que existan o no alternativas sostenibles a los mismos:

- **Medidas de eliminación:** Prohibición de productos fabricados con plástico oxodegradable y determinados productos de un solo uso elaborados con plástico respecto de los cuales existen alternativas sostenibles (bastoncillos de algodón, cubiertos, palillos y platos de plástico, pajitas, agitadores, palitos para sujetar globos, recipientes para alimentos hechos de poli estireno expandido, destinados al consumo inmediato en el propio envase sin que el alimento requiera preparación posterior, recipientes para bebidas y vasos de poli estireno expandido, incluidas sus tapas y tapones).
- **Medidas de reducción:** Adopción de medidas nacionales tendentes a la reducción de determinados productos (por ejemplo, prohibición de suministrarlos de forma gratuita) en relación con recipientes para alimentos destinados al consumo inmediato en el propio envase sin que el alimento requiera preparación posterior y los vasos para bebidas, incluidas sus tapas.
- **Medidas de diseño:** Obligación de que, transcurridos cinco años desde la entrada en vigor de la Directiva, las tapas o tapones de los recipientes para contener bebidas de hasta 3 litros y envases compuestos para bebidas vayan unidos al recipiente. Asimismo, obligación para los Estados Miembros de que aprueben las normas necesarias para que esta categoría de productos sea recogida de forma separada al convertirse en residuos.
- **Medidas de etiquetado:** Nuevas obligaciones en materia de etiquetado en relación con determinados productos para minimizar el impacto de la incorrecta gestión de los resi-

duos de tales productos (toallitas húmedas, globos, compresas, tampones y aplicadores, productos del tabaco con filtro y filtros comercializados para utilizarse en combinación con productos de tabaco y vasos para bebidas).

- **Régimen de responsabilidad ampliada del productor** respecto de los productos indicados en los puntos anteriores, así como respecto de las bolsas de plástico ligeras.

En cualquier caso, seguiremos pendientes del texto que finalmente sea aprobado por la Comisión Europea para confirmar su contenido definitivo.



A nivel autonómico. La Ley balear 8/2019

Por otro lado, con el mismo propósito, ya existen en la actualidad algunas normas autonómicas, entre las que cabe destacar la reciente Ley 8/2019, de 19 de febrero, de residuos y suelos contaminados de las Islas Baleares, que entró en vigor el pasado 22 de febrero.

Consciente el legislador balear de las limitaciones y peculiaridades en materia de gestión de residuos para el ámbito del archipiélago balear, ha quedado fijado un elenco de prohibiciones y restricciones, de carácter incluso más extenso que el contenido en la Directiva, que minimizarán, considerablemente, los residuos que se generarán o gestionarán en dicho territorio.

A modo de ejemplo, a partir del 1 de enero de 2021, estará prohibido el suministro de bolsas de plástico de un solo uso que no tengan la condición de ligeras o muy ligeras; la venta, distribución o uso de platos, vasos, cubiertos, tazas y bandejas de un solo uso, pajitas, bastoncillos para las orejas, bastoncillos para caramelos, monodosis utilizables en cafeteras (café, infusiones, caldos, etc.), maquinillas de afeitar de un solo uso (a partir del 1 de enero de 2025), salvo que todos los anteriores productos hayan sido fabricados con materiales compostables. Asimismo, quedará prohibida la venta de paquetes de latas o botellas de bebidas unidas mediante anillas de plástico y otros envases colectivos secundarios, mecheros que no garanticen un mínimo de 3.000 encendidas o la venta de cartuchos o tóneres que no sean reutilizables o recargables, entre otros.

Aprobación de las Directivas sobre contenido digital y sobre venta de bienes

Por Marta Valls

Departamento de Público & Consumo | Barcelona



El pasado 26 de marzo el Parlamento Europeo aprobó el texto definitivo de dos nuevas Directivas: la [Directiva relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenido digital y servicios digitales](#) (en adelante “Directiva sobre contenido digital”) y la [Directiva sobre determinados aspectos de los contratos para la venta de bienes](#) (en adelante “Directiva sobre venta de bienes”).

La aprobación de las mismas responde a la labor iniciada por la UE en el año 2015 de eliminar las barreras existentes en materia de comercio electrónico entre operadores establecidos en distintos Estados Miembros, así como de fijar derechos y deberes que deberán cumplir y podrán exigir los operadores comerciales y los consumidores, con independencia del país de la UE en el que éstos se encuentren ubicados.

Tales Directivas forman parte de la estrategia de la Unión Europea de crear un Mercado Único Digital (Digital Single Market o DSM) y sigue la estela marcada por las normas europeas precedentes aprobadas en relación con el *roaming*, la protección de datos, los envíos transfronterizos, la prohibición del geo-bloqueo o la ciberseguridad, entre otras.

¿Cuál es el ámbito de aplicación de las Directivas?

- **Directiva sobre contenido digital:** Ésta no es únicamente aplicable a aquellos contenidos digitales obtenidos por el consumidor mediante contraprestación económica, sino también al suministro de contenido digital o servicio digital a cambio de que el consumidor proporcione sus datos (por ejemplo, las redes sociales).
- **Directiva de venta de bienes:** Es de aplicación tanto a las ventas que se realicen sin presencia física entre el consumidor y el vendedor como a aquellas que se efectúen

en establecimientos físicos. A su vez, se aplica a aquellos bienes que lleven incorporado contenido digital (*wearables, Smart TV's, smartphones, etc.*), cuya venta está sujeta a esta Directiva y no a la Directiva de contenido digital.

¿Qué aspectos se regulan?

Ambas Directivas contienen, en ciertos aspectos, regulación homóloga. Pueden destacarse, por ejemplo, las disposiciones sobre garantía, en las que se establece el periodo de garantía legal en dos años desde la entrega del bien o contenido digital, salvo en los contratos de suministros continuos de contenido digital, en cuyo caso, la duración de la garantía se extenderá a la duración del contrato. Además, el plazo de presunción durante el cual es el comerciante quien debe demostrar que la falta de conformidad ya existía en el momento de la entrega o suministro se amplía de 6 meses (como viene en la normativa de consumidores) a 1 año. Asimismo, ambas Directivas contienen la regulación pormenorizada sobre la falta de conformidad del contenido digital o del bien, las consecuencias de la falta de conformidad y la garantía comercial.

Entrada en vigor

Si bien el Parlamento Europeo ha aprobado el texto definitivo, queda pendiente su aprobación formal por parte del Consejo Europeo. Cumplido lo anterior, dicha Directiva será de aplicación en un plazo de 20 días desde la publicación de la misma, fijándose un plazo de dos años para que los Estados Miembros aprueben la correspondiente norma nacional de transposición.

Otras Directivas conexas en elaboración

Asimismo, junto con la aprobación de las Directivas sobre contenido digital y venta de bienes fue aprobada el mismo día por el Parlamento Europeo la [Directiva sobre los derechos de autor en el mercado único digital](#) y, previsiblemente dentro de la actual presidencia de Rumania, verá la luz la [Directiva Omnibus](#) sobre la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores.



La nueva ley de secretos empresariales

Por Marcelino Pajares y Ana Ruiz

Departamento de Procesal | Madrid



El pasado 13 de marzo entró en vigor la [Ley 1/2019, de 20 de febrero, de secretos empresariales](#), por la que se ha traspuesto al Derecho español la [Directiva \(UE\) 2016/943](#) y en la que se ofrece una regulación completa de los secretos empresariales que, hasta ahora, sólo eran objeto de previsiones aisladas en la Ley de Competencia Desleal y en el Código Penal.

¿Qué se entiende por secreto empresarial? Cualquier información o conocimiento (incluido el comercial, organizativo o financiero) que reúna tres condiciones: **(i)** que sea secreto, es decir, que no sea conocido ni fácilmente accesible; **(ii)** que tenga un valor empresarial (real o potencial); y **(iii)** que se hayan adoptado medidas razonables para mantenerlo en secreto.

¿Qué actuaciones prohíbe y cuáles autoriza la nueva norma? Como conductas expresamente autorizadas pueden destacarse el descubrimiento o creación independientes, la “ingeniería inversa” (el estudio de un producto puesto a disposición del público) y el acceso y utilización del secreto con ocasión de un expediente administrativo o judicial, o en el ejercicio de la libertad de expresión o información o de un derecho laboral.

La norma recoge igualmente un catálogo de actuaciones ilícitas: el acceso no autorizado a soportes que contengan el secreto empresarial y su utilización o revelación con infracción de un compromiso contractual así como cualquier otra actuación que: “*en las circunstancias del caso, se considere contraria a las prácticas comerciales leales*”. Se considera igualmente ilícita la obtención o utilización de un secreto ajeno o de “*mercancías infractoras*” (aquellas que se benefician significativamente del secreto) por terceros que no hayan intervenido en su infracción, pero que actúen con conocimiento del origen ilícito de la información o mercancías (o debiéndolo haber conocido).

¿Qué acciones prevé la Ley para proteger el secreto empresarial? La Ley establece un catálogo amplio y abierto de acciones que el titular de un secreto empresarial puede ejercitar: acción de declaración de la infracción, de cesación o prohibición de conductas infractoras, de remoción de sus efectos, de indemnización de daños y perjuicios, y publicación o difusión de la sentencia.

Otras novedades de calado son el plazo de prescripción de 3 años, el reconocimiento de legitimación para accionar al beneficiario de una licencia y la posibilidad de demandar a terceros adquirentes de buena fe de secretos empresariales o mercancías infractoras (esta última posibilidad tiene, sin embargo, ciertos límites en atención a la falta de culpa del demandado). En cuanto a las reglas procesales, además de la atribución de competencia a los Juzgados de lo Mercantil, destacan el reconocimiento al titular del secreto de la posibilidad de solicitar diligencias preliminares para la comprobación de hechos; y de obtener con una cierta amplitud de medidas cautelares anticipatorias del fallo.

Platform-to-Business (P2B) | Acuerdo sobre el Reglamento UE sobre Plataformas en línea

Por Yolanda Martínez

Departamento de Competencia | Barcelona



El pasado mes de febrero, Comisión, Consejo y Parlamento alcanzaron un [acuerdo político sobre el texto](#) del Reglamento que pretende mejorar la equidad de las prácticas comerciales de las plataformas en línea. El origen de la propuesta se remonta al mes de [abril de 2018](#), cuando la Comisión propuso una nueva regulación de las relaciones de las plataformas en línea con otros comerciantes (P2B). Con el acuerdo político de las tres instituciones, la tramitación legislativa está próxima a su fin y cuando se adopte formalmente el Reglamento, se contará, según ha afirmado la Comisión, con un entorno empresarial más equitativo, transparente y previsible para las empresas y los comerciantes que utilicen las plataformas en línea.

¿Qué se quiere regular, concretamente?

El foco se pone en las prácticas de las plataformas en línea, como facilitadores de oportunidades de negocio para muchas empresas. Esa indudable labor pro-competitiva, no obstante, no debe enmascarar prácticas desleales o injustificadas, particularmente cuando la plataforma misma ofrezca sus propios productos o servicios en competencia con los de terceros. Se plantean, en particular, cuatro grandes líneas de regulación:

- **Prohibición de prácticas desleales:** Las cuentas del usuario profesional/comerciante no podrán suspenderse de forma repentina y sin justificación, debiendo preverse la posibilidad de presentar un recurso. Además, los términos de contratación con la plataforma deberán ser claros y comprensibles y deberá darse un preaviso cuando se vayan a efectuar cambios.
- **Mayor transparencia:** Los *ratings* o clasificaciones en *marketplaces* y motores de búsqueda deberán responder a criterios transparentes para que los usuarios profesionales puedan optimizar su presencia. Por otra parte, las plataformas que también comercialicen sus propios productos o servicios deberán divulgar cualquier ventaja que puedan ofrecer a sus propios productos frente a otros. También será necesario que las plataformas revelen qué datos de los comerciantes recopilan y cómo los utilizan.
- **Mecanismos de solución de conflictos:** Las plataformas deberán poner en marcha un sistema interno de tramitación de denuncias para ayudar a las empresas usuarias y ofrecer opciones de resolución de controversias a través de mediadores. La intención es ahorrar tiempo y dinero evitando litigaciones innecesarias.

- **Cumplimiento:** Las asociaciones empresariales podrán llevar a las plataformas ante los tribunales para poner fin a cualquier incumplimiento de las normas, de modo que así las empresas puedan mitigar su posible temor a represalias. Además, los Estados miembros podrán nombrar autoridades públicas con poderes coercitivos y las empresas podrán dirigirse a dichas autoridades.

Es evidente que la propuesta va en la línea de los recientes pronunciamientos de varias autoridades de competencia contra algunos gigantes de Internet (véase, el [último de los casos contra Google](#) publicado por la Comisión Europea hace pocos días; el [caso Facebook en Alemania](#); o las diversas investigaciones abiertas contra Amazon por parte de la [Comisión Europea](#) y las autoridades [alemana](#) y [austriaca](#)).

La novedad de la regulación cuando llegue a aprobarse es que la transparencia y lealtad de las prácticas comerciales deberá ser la norma para las plataformas en línea con independencia de su poder de mercado.



Última modificación de la ley de marcas

Por Maite Andrevá

Departamento de Mercantil & IP | Barcelona



El pasado 14 de enero entró en vigor el [Real Decreto-Ley 23/2018, de 21 de diciembre](#), por el que se transpuso la [Directiva 2015/2436 en materia de marcas](#) y se modificaron ciertos aspectos de la Ley española (Ley 17/2001, de 7 de diciembre). A continuación repasamos algunas de las modificaciones más relevantes:

- **Se amplía la legitimación para poder solicitar el registro de una marca:** Estarán legitimados para registrar una marca en España cualquier persona física o jurídica, incluidas las entidades de Derecho público, independientemente de su nacionalidad o residencia y sin necesidad de tener que gozar de los beneficios otorgados por Convenios internacionales al efecto.
- **Se elimina el requisito de representación gráfica en el concepto de marca:** Hasta ahora, la Ley de Marcas exigía la representación gráfica para poder registrar una marca. Con la última modificación, tan solo se exige que los signos que se pretendan registrar como marca puedan ser representados: *“de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a su titular”*. Se abre así la puerta al registro y protección de marcas no convencionales (como podrían ser las marcas olfativas, gustativas, multimedia, hologramas o táctiles, como ya sucede en otros países).
- **Se suprime la distinción entre marcas notorias y renombradas:** Esta era una distinción que generaba mucha confusión e inseguridad jurídica y, tras la última reforma, se contempla únicamente la categoría de marca “renombrada”, la cual tiene una protección reforzada, entendiéndose por tal aquella que sea conocida para una parte significativa del público interesado en los productos y servicios.
- **Se refuerza la idea de que las marcas deben ser usadas:** La obligación de uso de la marca ya se recogía antes de la reforma, estableciéndose que, si en un plazo de 5 años a contar desde la fecha de publicación de su concesión la misma no hubiera sido objeto de un uso real y efectivo ello podría ser causa de caducidad. Con la modificación se incluye en el procedimiento de oposición de una marca, la posibilidad de que el solicitante de la marca pueda pedir al oponente una prueba de uso efectivo, siempre y cuando se tratara de marcas registradas durante un mínimo de 5 años (plazo a computar desde el día en el que el registro de marca fuera firme). A falta de pruebas de uso sólidas, la oposición será desestimada. En este punto vemos cómo se produce también una armonización y adaptación a la regulación de las marcas de la Unión Europea.



- **Se insiste en la necesidad de la función distintiva de las marcas:** Se introduce un nuevo artículo 53 en el cual se establece que no es posible declarar la nulidad de una marca si la marca anterior a la que se hace referencia fuera descriptiva o genérica, salvo que hubiera adquirido distintividad por el uso, o bien cuando la marca anterior no hubiera adquirido renombre (cuando la nulidad se solicite en base a una marca renombrada)
- **Se busca otorgar una mayor protección en los casos de falsificación:** Se amplían los medios de defensa del titular de una marca frente a las falsificaciones en tránsito aduanero, permitiéndoles detener bienes en situación de tránsito. No obstante, este derecho del titular de la marca decaerá si se demuestra que el referido titular no está facultado para impedir la utilización de su marca en el país de destino.
- **Se promueve la no aplicación del llamado “principio de inmunidad registral”:** Tal y como ya se apuntaba jurisprudencialmente, se recoge expresamente en la Ley que el titular de una marca no podrá invocar dicho registro para evitar acciones dirigidas contra él por violación de otros derechos de propiedad industrial o intelectual de fecha anterior.
- **Se establece la competencia de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) para declarar la nulidad o caducidad de una marca.** Esta es una de las principales novedades de la reforma que, no obstante, no entrará en vigor hasta el 14 de enero del 2023. Una vez entre en vigor, la OEPM tendrá competencia directa para declarar la nulidad o caducidad de una marca y, en este sentido, los Tribunales solo serán competentes en los casos de procedimientos de infracción de marca vía demanda reconvenzional.

Noticias jurídicas más relevantes para el sector de productos de consumo

Mayo 2019



Marimón Abogados es un despacho fundado en 1931 que ofrece servicios legales en todas las áreas del Derecho y que cuenta con oficinas en Barcelona, Madrid y Sevilla. Nuestro despacho se ha adaptado a los cambios que se han ido produciendo en el mercado mediante la mejora constante de sus servicios y la ampliación de sus ramas de actividad, creando departamentos especializados que cuentan con una dilatada experiencia de acompañamiento a nuestros clientes en su actividad diaria.

- Administrativo y regulatorio
- Concursal
- Fiscal
- Laboral
- Penal
- IP & IT
- Competencia
- Financiero
- Inmobiliario
- Mercantil y societario
- Procesal
- Urbanismo & Medio Ambiente

Italian Desk

French Desk

German Desk

Portuguese Desk

Para cualquier aclaración o comentario sobre el contenido de esta alerta pueden contactar con:

- Diego Crespo (Competencia & Distribución) dcrespo@marimon-abogados.com
- Yolanda Martínez (Competencia & Distribución) ymartinez@marimon-abogados.com
- Nathalie Klefisch (Público & Consumo) klefisch@marimon-abogados.com
- Anahita Tárrega (Mercantil & Distribución) tarrega@marimon-abogados.com

Este documento es una recopilación de información jurídica elaborada por Marimón Abogados. La información que se incluye en el mismo no constituye asesoramiento jurídico alguno. Los derechos de propiedad intelectual sobre este documento son titularidad de Marimón Abogados. Queda prohibida la reproducción en cualquier medio, la distribución, la cesión y cualquier otro tipo de utilización de este documento, ya sea en su totalidad, ya sea de forma extractada, sin previa autorización.