01/09/2012

ECONOMIST&JURIST

Redacción

Los contratos de distribución, el agotamiento del derecho de marca y el fenómeno del comercio paralelo

Nos encontramos ante una realidad y una problemática compleja en la que resultan en pugna intereses y normativas contrapuestas: de un lado los fabricantes y de otro los importadores paralelos; de un lado el derecho de marcas y de otro las normas de defensa de la competencia.

Por lo tanto, cualquier posible solución que pretenda alcanzarse por la vía contractual deberá hacerse en el marco de lo que permita la normativa de defensa de la competencia, sin asumir que la libertad de pactos entre las partes y los derechos exclusivos que conceden las marcas están por encima del principio general de libre circulación de mercancías dentro del ámbito comunitario.

Por Maite Andreva. Abogada. Marimon Abogados

I. INTRODUCCIÓN: DIFERENTES ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Los fabricantes pueden optar por distintas rutas, estrategias de cobertura o canales de distribución para poner sus mercancías en el mercado y que lleguen al consumidor final. El canal de distribución elegido dependerá de factores tales como,

...

SUSCRÍBETE para una conversión completa a PDF