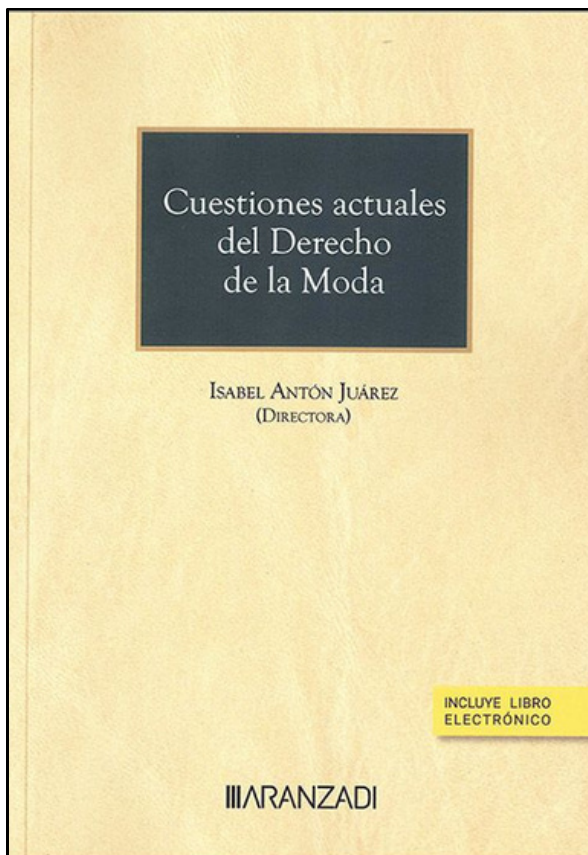


CUESTIONES ACTUALES DEL DERECHO DE LA MODA

ANTÓN JUÁREZ, I. (Dir.), *Cuestiones actuales del Derecho de la Moda*, Aranzadi, Navarra, 2023, 375 pp.

Actualmente, la industria de la moda es un sector complejo y dinámico que se encuentra en constante transformación como consecuencia de la introducción de la tecnología en este sector industrial. Es una industria diferente al resto de sectores que se enfrenta a retos constantes y le otorga un carácter de disciplina independiente.

Esta obra colectiva titulada *Cuestiones actuales del Derecho de la Moda*, dirigida por la Profesora Doctora ISABEL ANTÓN JUÁREZ, analiza las relaciones entre el Derecho y la moda, desde diferentes puntos de vista.



Así, se analizan interesantísimos temas de altísima relevancia en la actualidad, que se organizan en diferentes secciones a lo largo del libro.

La primera sección titulada *Derecho de marcas y Derecho de la competencia desleal*, se dedica a la protección de la marca; cuestión esta, que se erige como un factor clave en la industria de la moda. El primer capítulo está dedicado al *upcycling*, que dirime sobre si la incorporación de partes de un producto, el cual se protege mediante derecho de marca, podría dar lugar a una infracción del derecho de la marca de la Unión Europea. El segundo capítulo va dirigido al estudio de la litigación transfronteriza en la Unión Europea en relación con la infracción de marcas a través de Internet. Y, por último, el tercer capítulo se destina al estudio de los problemas legales que suscita la imitación de una marca desde la perspectiva del régimen de competencia desleal.

Por su parte, la sección segunda titulada *Distribución, Derecho de la competencia y litigación transfronteriza*, estudia en el capítulo cuarto, los aspectos sustantivos y conflictuales que plantea el contrato de franquicia internacional. Asimismo, el capítulo quinto se dedica a los contratos de distribución selectiva, utilizados para distribuir productos de lujo, desde la perspectiva del Derecho de defensa de la competencia. Y, por último, el sexto capítulo se centra en el análisis de la indicación del precio a los productos ofrecidos a los consumidores en las campañas sucesivas de descuentos, en el marco del artículo 6 bis de la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 1998.

La sección tercera, dedicada a *Tecnología y redes sociales*, plantea en el capítulo séptimo, los problemas jurídicos de las nuevas realidades tecnológicas como el metaverso y los NFTs en la industria de la moda. Por otro lado, el capítulo octavo, se centra en la problemática relativa al Derecho de patentes, relacionada con temas tan actuales como la tecnología ponible. Por último, el capítulo octavo, aborda los problemas jurídicos de los *influencers* en el mundo del *marketing*.

Finalmente, la sección cuarta, titulada *Retos a los que se enfrenta el negocio de la moda*, concluye esta obra colectiva con un único capítulo en el que se estudian las necesidades futuras en el mundo de la moda para hacer de esta industria un sector más circular y ecológico.

Sin duda, se trata de una magnífica obra de referencia para el análisis jurídico de las cuestiones más relevantes en la actualidad sobre esta industria. La claridad en la exposición de los temas y la habilidad en la elección de estos hace de este libro una obra de referencia para todos aquellos que quieran adentrarse en las particularidades de este sector, tratadas con sumo rigor y profesionalidad.




Autora de la Reseña Bibliográfica:

Miriam Martínez Pérez

Abogada | Socia Directora Stellvest
tax legal advisory

Profesora Doctora de Derecho
Mercantil · Directora de Calidad |
UNIE Universidad

 0000-0003-4301-2813