

**TRABAJO FIN DE GRADO**



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ELCHE**

**GRADO EN DERECHO**

**CURSO ACADÉMICO 2017-2018**



**TÍTULO:**

**LAS FIGURAS DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS  
SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVA DE FUTURO A NIVEL NACIONAL Y  
EUROPEO**

**AUTORA:**

**MARINA GARCÍA CASTAÑO**

**TUTOR ACADÉMICO:**

**JOSE CARLOS ESPIGARES HUETE**

**COTUTOR ACADÉMICO:**

**MARIO POMARES CABALLERO**

## LISTA DE ABREVIATURAS

ADPIC	Acuerdo sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual en el Comercio
ALDO	Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su registro internacional
Art.	Artículo
Arts.	Artículos
AP	Audiencia Provincial
BOE	Boletín Oficial del Estado
CC	Código Civil
CUP	Convenio de la Unión de París
DO	Denominación de Origen
DOUE	Diario Oficial de la Unión Europea
DOP	Denominación de Origen Protegida
ETG	Especialidad Territorial Garantizada
EV	Estatuto del Vino
FFC	Figuras de Calidad
IG	Indicación Geográfica
IGP	Indicación Geográfica Protegida
MAPAMA	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y Medio Ambiente
OMC	Organización Mundial del Comercio
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Industrial
RD	Real Decreto
ST	Sentencia

*“Las figuras de calidad de los productos agroalimentarios  
situación actual y perspectiva de futuro a nivel nacional y europeo”*

STS	Sentencia del Tribunal Supremo
TRLGDCU	Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios
TS	Tribunal Supremo
UE	Unión Europea
WIPO	World Intellectual Property Organisation



## ÍNDICE

### I. INTRODUCCIÓN

### II. PROPIEDAD INDUSTRIAL

- Signos distintivos
- Funciones del signo distintivo

### III. ANTECEDENTES

### IV. RAZÓN DE SER DE LAS FFC

- i. Consumidor
- ii. Productor/ Agricultor

### V. FIGURAS DE CALIDAD

- i. Contextualización y régimen jurídico
- ii. Concepto de FC
- iii. Características
- iv. Contraste entre FFC y Marcas

### VI. PROTECCIÓN Y REGISTRO

- i. Reglamento FFC
- ii. Procedimiento

### VII. CONTENIDO DEL DERECHO

**i. Efectos del Registro**

**VIII. ÓRGANOS**

**i. Gestión**

**ii. Control**

**IX. ACCIONES CONTRA INFRACCIONES**

**i. Acciones administrativas**

**ii. Acciones judiciales**

**X. CONCLUSIONES**



## I. INTRODUCCIÓN

Este trabajo se aborda desde una perspectiva práctica- jurídica en relación con las distintas figuras de calidad existentes y su separación y diferenciación con otros signos distintivos, como son las marcas registradas.

A su vez, el presente ensayo trata los conflictos generados por las posibles infracciones que puedan darse. Dando lugar a un posible perjuicio de tales figuras.

Asimismo, se clasifican las referidas infracciones mediante una breve noción a fin de ubicar al lector y facilitar el entendimiento. Ahora bien, se lleva a cabo el desarrollo de cómo tratar tales infracciones y que medidas tomar para paliar dichas circunstancias.

Todo ello a nivel estatal, debido a ser el foro al que la ley europea nos remite.

## II. PROPIEDAD INDUSTRIAL

En una primera aproximación debemos contextualizar mediante un anclaje jurídico y normativo. En este sentido, es nuestra Constitución Española la que prevé en su artículo 38, la libertad de empresa en el marco de la economía de mercado, junto con el derecho mercantil, que trata de regular la actividad económica de empresarios en el mercado para que compitan en un marco de libertad y lealtad.

A pesar de este principio de libertad de empresa, se regula el derecho exclusivo de explotación de determinados objetos. Entre estos derechos encontramos el de la propiedad industrial, que bien defiende el jurista José Manuel Otero *“la naturaleza jurídica de este derecho, se configura a partir de tres ópticas diferentes y complementarias.”*<sup>1</sup>

Primeramente, la Propiedad Industrial, la enmarcamos en el ‘derecho de propiedad’, derecho subjetivo, que establece nuestro Código Civil, en su precepto 348, entendido como una situación de poder, que comprende facultades tanto de gozar como de disponer.

---

<sup>1</sup> Fernández- Nova, C. Otero Lastres, J.M y Botana Agra, J.M. 2017, *Manual de la Propiedad Industrial*, Marcial Pons, Madrid. pg-55.

La segunda perspectiva hace referencia a la naturaleza del objeto del derecho, esto es, el bien inmaterial; Gómez Segade <sup>2</sup> lo define como *‘creaciones de la mente humana que, mediante los medios adecuados, se hacen perceptibles y utilizables en las relaciones sociales y por su especial importancia económica son objeto de una tutela jurídica especial’*.

Por último, se contemplan los efectos que se producen en el mercado, puesto que estos permiten al titular explotar económicamente el objeto desde la exclusividad, pudiendo impedir que terceros lo utilicen.

Por lo tanto, podemos decir que son derechos que protegen e incentivan a los creadores para que puedan desarrollar su actividad en el mercado, en cuanto a la protección, el Estado reconoce salvaguardia al titular. Por otro lado, le otorga la propiedad y el derecho exclusivo de explotación en el mercado, a cambio de ciertas obligaciones, como el pago de tasas, y el uso del signo o de la creación.

En España se encarga de la protección de la propiedad industrial la Oficina Española de Patentes y Marcas, que mediante el registro constitutivo, otorga al titular un monopolio exclusivo y a la vez, la facultad de impedir que otros utilicen en el tráfico económico productos o servicios que incorporen su signo o invención.

La propiedad industrial se compone de 3 bloques, clasificados en Tomos que se publican quincenalmente en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, cumpliendo lo establecido por el Convenio de la Unión de París (CUP).

El Bloque I: referente a los signos distintivos; comprende las marcas, los nombres comerciales y los rótulos de establecimiento. El bloque II relativo a patentes y modelos de utilidad; y por último el bloque III sobre modelos y dibujos industriales.

En los Boletines anteriormente mencionados, se publican todas las medidas adoptadas durante la vida legal de cualquier derecho de Propiedad Industrial, así como cualquier información útil para los usuarios y competidores interesados en el sector. Ahora bien, se analizará exclusivamente el primero de los bloques, pues es el único que nos compete por su materia.

---

<sup>2</sup> Gómez Segade, J.A 1974, *El Secreto Industrial (know-how)*, Tecnos, Madrid. pg 73 y ss.

## II.i. LOS SIGNOS DISTINTIVOS

Los signos distintivos abarcan entre otros la Marca, como hemos señalado, la cual es el signo más utilizado en el tráfico económico, y del que más registros se dan por el momento, por lo que es importante que hagamos mención antes de introducir las figuras de calidad, FFC de ahora en adelante, que son de igual forma un instrumento que trata de individualizar el producto frente a otros de la misma naturaleza, para que los consumidores sean capaces de distinguirlo y elegirlo en sus compras.

La Ley de Marcas de 2001 se encarga de regular, como se indica en el primer apartado de su artículo primero relativo al *“ámbito de aplicación: Para la protección de los signos distintivos se concederán, de acuerdo con la presente Ley, los siguientes derechos de propiedad industrial: a) Las marcas. b) Los nombres comerciales”*.

El concepto de marca queda definido en el artículo 4 de la misma LM: *“Se entiende por marca todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otra”*.

El Derecho de Marcas otorga el monopolio, y lo protege, en el uso de esa marca, proporciona los incentivos adecuados al titular de la marca para que invierta en ella. Esta inversión le incita, a su vez, a mantener la calidad del producto, porque las inversiones (publicidad, promociones), realizadas en la marca se pierden si el fabricante trata de beneficiarse del signo frente a los consumidores "liquidando la marca", esto es; introduciendo un precio más elevado en el mercado pero disminuyendo la calidad del producto. El empresario que actúe así acabará por perder el premium cuando un suficiente número de consumidores se dé cuenta de que el producto marcado ya no tiene la calidad que tenía y, al mismo tiempo, las inversiones que hubiera realizado en publicitar y potenciar la marca.

Desde hace unos años, se pretende incorporar a nuestra legislación de marcas las disposiciones de carácter comunitario e internacional obligatorias a las que se ha comprometido el Estado español. Igualmente, se precisa introducir ciertas normas procedimentales necesarias que se han visto aconsejadas por la experiencia de la última Ley, dada la necesidad de adaptarse a las nuevas tecnologías y por la evolución internacional y nacional de la marca, que requiere un gran esfuerzo de armonización entre las distintas legislaciones.

Esta Ley protege, tanto las marcas como los signos comerciales, mediante la solicitud y registro a través de la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Dependiendo del nivel territorial al que pertenecen, podemos destacar:

- La Marca Nacional: La solicitud de registro de la misma se efectúa ante la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEMP), con sede en Madrid, y el alcance de la protección se extiende a todo el territorio nacional. El sistema nacional de marcas atiende a la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas y su Reglamento de desarrollo aprobado por el Real Decreto 687/2002, de 12 de julio.
- La Marca de la Unión: La europeización del Derecho de Marcas se inició en 1957 y culminó con el Sistema Comunitario de Marcas implantado por el Reglamento (CE) num. 40/1994 del Congreso, de 20 de Diciembre de 1993, sobre la Marca Comunitaria, posteriormente modificado por el 207/2009 y 2017/2424. Sus efectos se extienden al territorio de la Unión Europea; y se puede solicitar ante la European Union Intellectual Property Office (EUIPO), con sede en Alicante, o, directamente, ante la OEPM que se encargará de remitir la solicitud a la EUIPO.

El maestro Fernández-Novoa<sup>3</sup>, enumera una serie de principios informadores que forman parte del régimen jurídico de la Marca de la Unión:

-Principio de unidad: la Marca abarcará todo el territorio de la UE, entendido como un todo.

-Principio de autonomía relativa: a pesar de tener su origen en la UE, podrá verse afectada por los ordenamientos nacionales de los distintos Estados Miembros en los que opere; como es el caso del ejercicio de las acciones en caso de infracción de la marca.

- Principio de coexistencia con las Marcas nacionales.

-Principio de permeabilidad: cuando se trata de establecer la prioridad de una marca nacional para el registro de la Marca de la Unión

- La Marca Internacional: Para su solicitud, es preciso tener previamente una marca nacional registrada. La solicitud se tramita ante el organismo nacional de cada Estado Miembro, que lo remite a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), con sede en Ginebra. La OMPI procederá a enviar la solicitud a los países designados en los que comienza su tramitación nacional, pudiendo ser concedida o denegada, independientemente, en cada uno de ellos tiene efectos en todos los países que designe el solicitante, de forma expresa, y en los que la marca quede registrada.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Fernández- Nova, C. Otero Lastres, J.M y Botana Agra, J.M. 2017, *Manual de la Propiedad Industrial*, Marcial Pons, Madrid

<sup>4</sup> Muñoz.M. 2012. *“Marca Nacional, Marca Comunitaria y Marca Internacional”* Ceca Magán Abogados. [pdf]. Disponible en: <http://www.cecamagan.com/wp-content/uploads/la-marca.pdf>

Regulada en nuestra Ley de Marcas, en su artículo 79 y siguientes, trata del registro internacional de una marca efectuado al amparo del Acta vigente en España del Arreglo de Madrid, de 14 de abril de 1891, relativo al Registro Internacional de Marcas y del Protocolo concerniente al mismo Arreglo, de 27 de junio de 1989, de la WIPO. El sistema permite proteger una marca en un gran número de países mediante la obtención de un registro internacional que surte efecto en cada una de las Partes Contratantes designadas, como si se hubiera depositado directamente en la oficina de cada una de ellas.

## **II.ii. FUNCIONES DEL SIGNO DISTINTIVO**

Desde un punto de vista social y económico, los signos cumplen cuatro funciones, desglosándolas una por una; la primera, se encarga de indicar el origen empresarial, o el origen o procedencia geográfica en el caso de las DOP.

La segunda función es indicadora de calidad, en tanto que la marca sirve para distinguir unos productos de otros de misma naturaleza, al igual que la función indicadora del origen, lo que permitirá asociar el producto a una determinada calidad. La experiencia que se genera en el consumidor se convertirá en una expectativa de que ese determinado signo tenga unos productos de calidad similar, que se mantendrán a lo largo del tiempo.

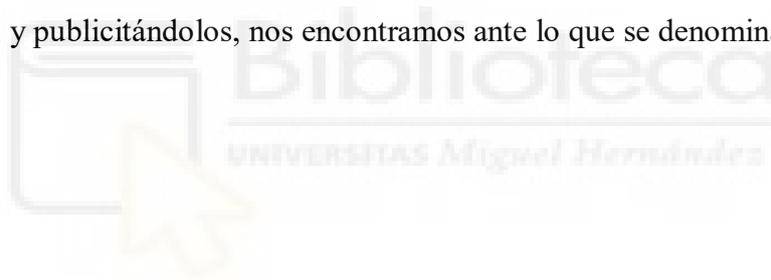
En las marcas, a diferencia de las denominaciones de origen, el Ordenamiento no prevé especial defensa para los consumidores en este sentido, ya que en las primeras deja total libertad al empresario para que disponga de los niveles de calidad que los productos deben poseer, siendo él, el único responsable de su control y vigilancia. Asimismo, alcanzar determinada calidad o mantenerla en el tiempo, no es una obligación impuesta por la Ley a los titulares de la marca, es simplemente un interés empresarial, dar una imagen u otra, y convencer al público respecto de la calidad que ostentan sus productos, lo cual no será supervisado por ningún organismo externo a dicha marca.

Nos encontramos pues, en presencia de un signo, ante el cual los niveles de calidad no son demostrables, en contraste con las FFC, las cuales se encuentran controladas, y para las que la calidad debe estar establecida con antelación en el Pliego de condiciones y estar dotadas de específicos criterios objetivos, determinados y asegurados por el ordenamiento jurídico.

El Reglamento de uso, los Consejos Reguladores y el Pliego de condiciones, son algunos de los mecanismos de control que atestatan que los niveles de calidad existen, y que además se mantienen a lo largo de toda la vida de la FC.

La tercera función que acompaña al signo es la del goodwill, o fama que posee en el mercado, que viene dado por las características que lo diferencian de los productos de misma naturaleza a lo largo del tiempo. Esta fama corresponde al signo y a su titular, el empresario, y le ayuda a que los consumidores sean capaces de diferenciar sus productos y elegirlos en el mercado. El goodwill de la FC, a diferencia de la marca, no corresponde a los empresarios por separado, sino al conjunto de éstos, localizados en la zona geográfica que otorga el nombre a la misma. Se benefician de esta fama aquellos que cumplen los requisitos para ser miembros de la agrupación que formada, es decir que deberán cumplir con los requisitos establecidos en el Reglamento y en el Pliego de condiciones de la FC, además deberán estar establecidos en la zona delimitada por la denominación.

Y la cuarta, que va muy ligada a la tercera, dado que se trata de un mecanismo que ayuda a crear la reputación, es la función publicitaria. El signo permite identificar los productos en el mercado facilitando su venta, y publicitándolos, nos encontramos ante lo que se denomina el ‘*selling power*’.



### III. ANTECEDENTES

Para enmarcar el origen de las FFC objeto del presente trabajo, atravesamos cronológicamente distintas etapas que acabarán perfilando lo que hoy en día son las figuras de calidad.

Por el año 81 a.c., la Lex Cornelia de Falsis ya prohibía el delito de falsedad documental, testamentaria, de sellos o de monedas. Todos estos delitos se acumularon en una misma ley ya que tenían como denominador común el abuso del “signum”, haciendo las primeras alusiones a la protección de los atributos característicos que definen a los productos diferenciados.<sup>5</sup>

Podemos establecer que estos derechos, en concreto los derechos por las invenciones, se originaron tras la Edad Media, en la Europa Occidental de los S.XIV y XV, el Rey concedía “recompensas” (premio en metálico, sueldo o acceso a un puesto determinado) llamadas “privilegios de invención”. La primera regulación conocida sobre estos privilegios data del 1474 por el Consejo de Venecia, donde años antes se otorgó a Franciscus Petri, y a sus herederos, un monopolio exclusivo de 50 años, para la construcción de un determinado tipo de máquinas para “majar y abatanar tejidos.”<sup>6</sup>

A partir de ahí, estos derechos continúan en evolución hacia las FFC aunque muy lenta y arbitrariamente. Comienzan a expandirse por el resto de Europa, se promulgan normas legales como ‘Statue of Monopolies’ en Inglaterra, ‘Declarations du Roi’ en Francia. El resto de modalidades tardó algunos años más en desarrollarse tanto legalmente como a nivel práctico.

Poco a poco, con los gremios, fueron estableciéndose sindicatos corporativos en los que la marca se configuraba como sello de identidad. El famoso libro de los oficios de Étienne Boleau es revelador al respecto, ya que refleja los detalles de la vida industrial y comercial del s.XIII en París.

En España no aparecen hasta el S. XIX las primeras legislaciones sobre propiedad industrial, a través de las ‘Cédulas de Privilegios de Invención’, la primera Ley aparece durante el Reinado de José Bonaparte (1811), que copia la francesa, y sienta las bases para su futuro desarrollo, por Reglamentos y posteriores leyes hasta las actuales en vigor.

En el Derecho Español, la normativa ha sufrido grandes cambios. La doctrina explica que la figura de la denominación de origen nació vinculada a los vinos y licores, ya que las peculiaridades de

---

<sup>5</sup> GUILLEM CARRAU, J. 2008. “Denominaciones Geográficas de Calidad”, Tirant lo Blanc, monografías, pg 57

<sup>6</sup>Arias Perez-Izarbe E., Dpto de Patentes e información tecnológica de la OEPM. “Introducción a la propiedad industrial” [en línea] [Consultado el 20 de febrero 2018]

estos productos radican tanto de la zona en la que se produce como de los procesos de elaboración de cada zona.<sup>7</sup> El Estatuto del Vino, aprobado por Decreto de 8 de septiembre en 1932, posteriormente elevado a la Ley por la de 26 de mayo de 1933, recogía los dos elementos definidores habituales de las denominaciones de origen para el caso de los vinos: que fuese originario de una zona geográfica determinada, que sus características se debiesen fundamentalmente a ese medio y que su producción, transformación y elaboración se realizasen en dicha zona geográfica.

Más tarde, el crecimiento en esta materia da paso a la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, sobre el Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes, norma básica y fundamental que regula el vino y sus contornos, entre ellos las denominaciones de origen. A través de ella se desarrolló posteriormente la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y el Vino. La Ley 24/2003 trajo consigo el reconocimiento expreso de la titularidad pública de las denominaciones de origen, y la necesidad de separar los órganos de gestión de los órganos de control, actualizando el sistema tradicional de protección.

En el momento en el que España pasó a formar parte de la Comunidad Europea en 1986, la política agrícola nacional evolucionó hacia un enfoque mucho más ligado a la calidad de los productos; cabe mencionar las medidas de política de calidad de los productos agrícolas, relativas a la definición, designación y presentación de vinos aromatizados, cócteles aromatizados de productos vitivinícolas y las bebidas aromatizadas a base de vino 1601/91 del Consejo, de 10 de junio de 1991.

Y para el caso de los productos agrarios y alimenticios, interesa referirse a la actual Ley 12/2013 de 2 de Agosto de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria y la **LEY 6/2015, de ÁMBITO TERRITORIAL SUPRAAUTONÓMICO**, vigente desde el 2 de junio de 2015 (BOE de 13 de mayo 2015), que ha sido desarrollada por el Real Decreto 267/2017.

Toda esta normativa de carácter reglamentarista, es muy extensa y detallada, por lo que se encuentra dispersa y en ocasiones poco clara, y la complejidad jurídica es aún mayor.

Es además necesario hablar de las Comunidades Autónomas, todas ellas poseedoras de competencia legislativa sobre las denominaciones de origen, en colaboración con el Estado, a tenor del artículo 2 del Título VIII de la Constitución Española de 1978. Se trata pues, de una competencia exclusiva que debe realizarse en colaboración con el Estado, pudiendo la Comunidad Autónoma reconocer

---

<sup>7</sup> Maroño Gargallo MM, 2002. *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid.

denominaciones de origen con efectos inmediatos internos a nivel autonómico, como se conoce tras la Sentencia del TC de 28 de enero de 1986, conocida como el caso “Empordá-Costa Brava”.<sup>8</sup>

A pesar de ello, para que la figura de calidad quede protegida a nivel estatal e internacional deberá ser ratificada a través de la Administración estatal.

Siendo este conjunto de normas tan variadas y dispersas, nos encontramos ante infinidad de problemas a la hora de controlar esta materia tan interdisciplinar, y más cuando vivimos en una sociedad cada vez más internacional, que busca ampliar mercados y extenderse.

En muchos países se han instaurado sistemas especiales destinados a identificar las características específicas por las cuales se reconoce que tales indicaciones sirven para designar los productos en cuestión y merecen especial protección. No es tarea fácil, ya que son muchas las diferencias existentes en cada país respecto a conceptos jurídicos y tradiciones históricas, tradicionales y económicas.

El primer antecedente internacional se encuentra en el Convenio de la Unión de París sobre la Propiedad Industrial, de 1883. Este Convenio trata mayoritariamente las marcas, las patentes y el régimen de sanciones administrativas para las infracciones de competencia desleal.

Respecto a esto, el Arreglo de Lisboa siguió la misma línea, y se concluyó para atender la necesidad de disponer de un sistema internacional que facilitara la protección de una categoría especial de este tipo de indicaciones geográficas, en países distintos del país de origen mediante su registro en la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Industrial, quien lo administra. El Arreglo se adoptó en 1958 y fue revisado en Estocolmo en 1967. Entró en vigor el 25 de septiembre de 1996, y está complementado por el Reglamento 2/2011. Los países que se adhirieron (25 países) forman parte de la Asamblea de la Unión de Lisboa.

Destaca también a nivel internacional el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) aprobado en la Conferencia de Marrakech, el 15 de abril de 1994, por la Organización Mundial de Comercio, que puso fin a la Ronda Uruguay y creó la propia Organización Mundial de Comercio. Actualmente la Organización común de mercados queda regulada en el Reglamento 1308/2013.; *“Cada Estado miembro del Acuerdo está obligado a conceder a los ciudadanos de otros Estados miembros un trato igual de favorable que el acordado a sus nacionales para la protección de los derechos de propiedad industrial, y por tanto de las IG”*.

---

<sup>8</sup> STC de Února 11/1986, de 28 de enero.

Desde el inicio de la Unión Europea, esta se ha venido dotando desde la década de 1990, de manera progresiva y en constante evolución, de un marco legal que cubre el reconocimiento, protección y control de las DOP e IGP desde un enfoque armonizado y con elementos comunes para todos los Estados miembros, aunque siempre ha ido por delante la normativa respecto a los productos vinícolas, siendo el vino el producto que ha abierto camino para el resto de productos, tanto a nivel nacional como internacional.

En el ámbito europeo, la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios se regulaba en el Reglamento 510/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006. Este Reglamento y aquellos que lo complementan y desarrollan, han conseguido paliar parte del vacío normativo y de la complejidad jurídica respecto a esta materia. Una prioridad que puede alcanzarse con más efectividad a escala de la Unión es la de garantizar, que en todo su territorio, se respeten de modo uniforme los derechos de propiedad intelectual sobre los nombres que se protejan en ella, llegando incluso a terceros países. Es necesario prever medidas dirigidas a impulsar las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas a escala de la Unión, y asimismo, promover la creación de mecanismos para su protección en terceros países en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), o incluso, de acuerdos multilaterales y bilaterales, contribuyendo así al reconocimiento, como factor de valor añadido, de la calidad de los productos y de su modelo de producción.

Tras el Reglamento 510/2006, del Consejo, de 20 de marzo, sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimentarios, se desarrolla el Reglamento 1151/2012 de régimen de calidad de productos, que tiene como función principal la de crear un registro que permita una protección uniforme para los productos en él inscritos, equiparable a la que ofrece la propiedad industrial.

Existe también una larga lista de Sentencias del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, en las que se dilucidan conflictos relativos a los citados bienes de procedencia geográfica que analizaremos más adelante.

La Comisión Europea elaboró el Libro Verde sobre la calidad de los productos agrícolas que recoge las opiniones de organizaciones, agricultores, comerciantes, distribuidores, consumidores y organismos públicos interesados en la calidad, etiquetado, comercialización e indicaciones geográficas de los productos agrícolas, realizando una serie de preguntas a los ciudadanos respecto al sistema normativo de estos productos. Muchas de las soluciones otorgadas por los consumidores interesados quedaron plasmadas en la normativa comunitaria y en el Reglamento 115/2012.

Estos instrumentos favorecen la competencia leal entre productores y hacen más clara la información para los consumidores.



#### **IV. RAZÓN DE SER DE LAS FFC**

En el Artículo 1 del Reglamento 115/2012 se establecen una serie de objetivos, esencialmente: *“la ayuda a los productores de productos agrícolas y alimenticios para que informen a los compradores y consumidores de las características y las cualidades de producción de dichos productos, garantizando así:*

- a) una **competencia leal** para los agricultores y productores de productos agrícolas y de alimentos que presenten características y atributos con valor añadido;*
- b) la **accesibilidad** de los consumidores a información fiable relativa a tales productos;*
- c) el **respeto de los derechos** de propiedad intelectual, y*
- d) la **integridad del mercado interior**.*

*2. El presente Reglamento establece unos «regímenes de calidad» como base para la identificación y, en su caso, protección de nombres y términos que, en particular, indiquen o describan productos agrícolas con: a) características que confieran valor añadido, o b) atributos que aporten valor añadido como consecuencia de las técnicas agrarias o de los métodos de transformación utilizados para su producción, o de su lugar de producción o de comercialización”.*

La regulación jurídica de la FFC tiene triple finalidad:

En primer lugar; **fomentar la diversificación de la producción agrícola** consiguiendo un mayor equilibrio en el mercado entre la oferta y la demanda, promocionando los productos que presentan determinadas características, lo cual resulta beneficioso para las zonas rurales cuya economía es básicamente agraria.

En segundo, **informar al consumidor**, ofreciéndole una mayor información;

Y por último, **proteger el mercado y la competencia**, impidiendo fundamentalmente que ésta sea engañosa y falsa.

#### **IV.i. CONSUMIDOR**

Los conocimientos que poseen los consumidores respecto a los atributos que otorgan valor a los alimentos, y basan su elección a la hora de escogerlos en las consiguientes categorías de bienes:

- Los bienes de búsqueda y de experiencia; el consumidor busca información sobre la calidad de los productos comprobándolo personalmente, comprando y usando la marca. Los atributos del

producto pueden ser conocidos antes de la compra y, mediante la inspección del bien, los consumidores pueden determinar su calidad.<sup>9</sup>

- Los bienes de confianza, grupo al que pertenecen las denominaciones de origen, que se vinculan con la ampliación teórica de Darby y Karni, respecto los cuales, la calidad del producto sólo puede ser comprobada después de su adquisición, y no en todos los casos. Tampoco pueden obtener información de experiencias anteriores y deben confiar en aquella suministrada por los productores que puede estar avalada o no. Las experiencias previas de consumo contribuyen a generar confianza y es relevante el proceso de aprendizaje.

Por lo expuesto, se desprende que el consumidor tiene que enfrentarse con un elevado número de productos que no se distinguen entre sí a través de características naturales o técnicas, sino tan sólo mediante simples diferencias cualitativas o por medio de su aspecto externo. Los productos avalados por la denominación de origen los consideramos bienes de confianza. Las empresas productoras de bienes de confianza generan reputación mediante la marca, la publicidad, las garantías, entre otras. Las inversiones en reputación, marcas, certificaciones, etcétera, intentan una aproximación tangencial de los productos a los bienes de búsqueda.

Esto es en ocasiones contradictorio con lo que se pretende con las FFC, ya que grandes empresas, con grandes recursos, son capaces de invertir más en marketing y publicidad, haciendo que su producto se revalorice gracias a la fama obtenida en el mercado, sin llegar a tener unos atributos de calidad. Muchas de las FFC tienen su fuente en la tradición, sin grandes fortunas que los avalen, y a pesar de conseguir su inscripción en el registro, no poseen el suficiente marketing para darse a conocer de manera masiva.

Estas etiquetas y sellos de calidad permiten aumentar la confianza e información de los consumidores, diferenciar los procesos de elaboración de los productos y obtener precios más elevados.

Los ciudadanos y consumidores de la Unión demandan cada vez más productos de calidad y productos tradicionales. El mantenimiento de la diversidad que ofrece la producción agrícola de la Unión es algo que interesa y preocupa.

Ofrecer información clara sobre los productos con características específicas vinculadas a un origen geográfico, ayuda a que los consumidores hagan sus elecciones de compra con mayor conocimiento.

---

<sup>9</sup> Nelson, P. 1970. *Information and Consumer Behavior*, Journal of Political Economy 78 no. 2.

La necesidad de protección de tales productos es, cada vez más, una exigencia del mercado y de los consumidores, quienes requieren una mayor y mejor información acerca de los productos, a la vez que confieren mayor importancia a la calidad que a la cantidad de la alimentación. De hecho, en los últimos años se ha podido identificar una demanda mayor de productos específicos y, en concreto se verifica una creciente demanda de productos agrícolas y alimenticios de un origen geográfico determinado.

Como se ha dicho anteriormente, las FFC protegen tanto al consumidor como al productor: al primero le garantiza una calidad mínima, y unas características específicas propias del producto; a los productores les ofrece una determinada protección legal contra la producción de los mismos productos pero en zonas geográficas diversas, de manera que éstos no puedan utilizar la denominación geográfica de aquellos, aunque se utilicen los mismos ingredientes y procedimientos.

Con esto se trata de evitar el engaño a los consumidores, que ahora más informados sobre la calidad de los productos, podrían ser inducidos a error por imitaciones y falsa información, fruto de la competencia desleal.

Esto se produce cuando en el mercado un producto adquiere cierta notoriedad por determinadas cualidades vinculadas a una determinada zona geográfica, normalmente aparecen otros que buscan usurpar tales cualidades con engaños e imitaciones. Surgen entonces, sujetos que falsean el mercado, perjudicando a otros productores y engañando a los consumidores.

De la Jurisprudencia Comunitaria, en concreto de la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea, del 22 de junio de 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH contra Klijsen Handel BV, surge la figura entendida como Prototipo del Consumidor, a su vez definido como:

*“Consumidor medio, normalmente informado y razonable, atento y perspicaz que percibe la marca como un todo sin profundizar en detalles; no compara marcas, sino que confía en la imagen imperfecta guardada en su memoria. El nivel de atención varía en función del consumidor y de la categoría del producto o servicio contemplado.”<sup>10</sup>*

---

<sup>10</sup> Véanse también:

-Sentencia del Tribunal Justicia de la Unión Europea de 11 de octubre de 1997, Sabel BV contra PUMA AG, RD Sport.

- Sentencia del Tribunal Justicia de la Unión Europea de 30 de junio de 2005, C286/04 P. Eurocermex S.A. contra OAMI

#### **IV. ii .PRODUCTOR / AGRICULTOR**

La calidad y diversidad de la producción agrícola, pesquera y acuícola de la Unión constituyen uno de sus importantes puntos fuertes, lo que ofrece una ventaja competitiva para sus productores y contribuye de manera importante al patrimonio cultural y gastronómico vivo de la Unión. Ello se debe a las habilidades, conocimientos y determinación de los agricultores y productores de la Unión, quienes han mantenido vivas las tradiciones a la vez que han tenido en cuenta la evolución de los nuevos métodos y materiales de producción.

Las explotaciones son muy variadas. Engloban la agricultura intensiva, convencional y ecológica, lo que ha ido aumentando con la entrada de Estados miembros a la Unión.

Los agricultores tienen sobre ellos grandes responsabilidades y funciones que deben cumplir, respecto a la oferta, variedad, calidad y seguridad de los alimentos frente a los consumidores, además de estar comprometidos con el sostenimiento del medio ambiente y la preservación de los entornos y comunidades rurales.<sup>11</sup>

Muchas exigencias convierten a este sector en un gran pilar de desarrollo de los Estados miembros, y merecen ser recompensados por su esfuerzo para seguir produciendo una variada gama de productos de calidad - la calidad es la base sobre la que deben apoyarse los agricultores para mantener la rentabilidad y competitividad de los productos de mercado.

Para ello, necesitan comunicar a compradores y consumidores las características de su producción en el marco de una competencia leal, además de poder identificar correctamente sus productos en el mercado.

Actualmente, tenemos, entre otros, el Reglamento (CE) nº 1782/2003 del Consejo, de 20 de septiembre de 2003 (por el que se modifican los Reglamentos (CEE) nº 2019/93, (CE) nº 1452/2001, (CE) nº 1453/2001, (CE) nº 1454/2001, (CE) nº 1868/94, (CE) nº 1251/1999, (CE) nº 1254/1999, (CE) nº 1673/2000, (CEE) nº 2358/71 y (CE) nº 2529/2001), que establece disposiciones comunes

---

<sup>11</sup> MAPAMA. Disponible en <http://www.mapama.gob.es/es/agricultura/temas/default.aspx> ( Consultado por última vez el 25 de agosto de 2018)

aplicables a los regímenes de ayuda directa en el marco de la política agrícola común y se instauran determinados regímenes de ayuda a los agricultores.

El problema debe ser abordado desde un punto de vista de conjunto, que trascienda a todos los niveles que operan en este sector, y pueda garantizarse la unidad de mercado, por ello, el Tratado Constitutivo de la UE a través de la Política Agraria Común (PAC), trata de encargarse del buen funcionamiento de la cadena alimentaria.

La política agrícola europea está pensada para apoyar una agricultura que garantice la seguridad alimentaria y que favorezca un desarrollo sostenible y equilibrado de todas las zonas rurales de Europa, sobre todo aquellas donde las condiciones de producción son difíciles.

Es importante contar con una política pública para un sector que responde de nuestra seguridad alimentaria, desempeña un papel clave en la utilización de los recursos naturales y en el desarrollo económico de las zonas rurales.

Estos objetivos son comunes a todos los Estados miembros y no pueden alcanzarse sin apoyar financieramente al sector agrícola y a las zonas rurales, por eso hay que formular una política europea que establezca principios y normas comunes.

Desde sus inicios, en 1962, la PAC<sup>12</sup> ha evolucionado sufriendo diversas transformaciones, presentes en la actualidad, apoyándose en diversas iniciativas fijando tres prioridades; garantizar una producción viable de alimentos, garantizar la gestión sostenible de los recursos naturales y favorecer un desarrollo equilibrado de las zonas rurales de toda la UE.

La Estrategia Europa 2020 establecida en la Comunicación de la Comisión<sup>13</sup>, es *“una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador”*, figuran la consecución de una economía competitiva basada en el conocimiento y la innovación y el fomento de una economía de alto empleo que ofrezca cohesión social y territorial. Una de las prioridades es que la política de calidad de los productos agrícolas debe proporcionar a los productores los instrumentos adecuados para identificar y promover mejor aquellos de sus productos que presenten características específicas, además de proteger a dichos productores de las prácticas desleales.

---

<sup>12</sup> Política agraria común del Ministerio de Agricultura y Pesca

<sup>13</sup> Bruselas, 20.09.2011 –Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, el Consejo, el Comité Económico y Social Europeo y el Comité de las Regiones - Iniciativa emblemática con arreglo a la Estrategia Europa 2020.

Para alcanzar los objetivos de la Estrategia Europa 2020, se crea el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER), junto con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), el Fondo Social Europeo (FSE), el Fondo de Cohesión (FC) y el Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (FEMP).<sup>14</sup>

Además de establecer un mercado único en la UE, se presentan otros objetivos que van más allá de cada país: la cohesión entre países y regiones, problemas medioambientales transfronterizos, desafíos globales como el cambio climático, la gestión de los recursos hídricos, la biodiversidad, la salud y el bienestar de los animales, la seguridad de los alimentos y piensos, la fitosanidad (*rama que estudia y elabora sustancias que previenen y destruyen insectos, ácaros...perjudiciales para los cultivos*), la salud pública o los intereses de los consumidores.

Los Estados miembros o las regiones, podrán elaborar subprogramas que se beneficien de ayudas o incentivos para responder a las necesidades de determinados sectores más desfavorecidos. Cada país elabora su estrategia nacional de desarrollo rural; en España se ha trabajado en la misma dirección y paralelamente a la Comisión, poniendo en práctica iniciativas orientadas a mejorar el beneficio de los agricultores y ganaderos y a dotar el mercado de mayor transparencia, a través del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

La economía rural puede beneficiarse de la aplicación de regímenes de calidad para los productores que recompensen sus esfuerzos de producción, sobre todo en las zonas menos favorecidas, cuyo sector agrario representa una parte significativa de su economía.

Es importante hacer hincapié, en que esta notoriedad genera un gran riesgo de imitación y competencia desleal entre los productores, que pretenden aprovecharse del reconocimiento adquirido, por ello, algunos de los objetivos específicos que se persiguen con la protección de las denominaciones de origen y de las indicaciones geográficas, es asegurar a los agricultores y productores unos ingresos equitativos por las características de su producto o de su método de producción, además del registro que permitirá su diferenciación e información frente a los consumidores, para que a la hora de elegir el producto, tengan todos los datos necesarios para una buena elección.

---

<sup>14</sup>COMISION EUROPEA, 26 de junio 2013- "PAC" Press Release Database (MEMO) Bruselas.

Se debe realizar un seguimiento de la posición de los productos en el mercado, evitando que dichas conductas sean contrarias a la libre competencia, en concreto, con lo establecido en los artículos 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la UE:

*El Artículo 101 determina que:*

*“1. Que serán incompatibles con el mercado interior y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, asociaciones[...] que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto, impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado interior y en particular los que consistan en:*

*-fijar precios de compra u venta*

*-limitar o controlar la producción, el mercado, el desarrollo técnico o las inversiones*

*-repartirse los mercados o las fuentes de abastecimiento*

*-aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes que ocasionen desventajas competitivas*

*-subordinar la celebración de contratos a la aceptación, de los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarde relación alguna con el objeto de dichos contratos.*

*2. los acuerdos o decisiones prohibidos por el presente artículo serán nulos de pleno derecho.”*

*El párrafo 3 del artículo 101 establece ciertas excepciones, cuando los acuerdos contribuyan a mejorar la producción, la distribución, a fomentar el progreso (...).*

*En virtud del Artículo 102:*

*Será incompatible con el mercado interior y quedará prohibida la explotación abusiva por parte de empresas de una posición dominante en el mercado interior, cuando afecte al comercio entre los Estados miembros.”*

## V. FIGURAS DE CALIDAD

### V.i. Contextualización y Régimen Jurídico

Los signos distintivos engloban, entre otros, las ‘Denominaciones de origen e indicaciones geográficas’ *strictu sensu*, apareciendo primeramente en el Reglamento 2081/1992 los términos utilizados a nivel europeo: Denominación de Origen Protegida (DOP) e Indicación Geográfica Protegida (IGP), de ahora en adelante **FFC** (‘figuras de calidad’).

Entre los diferentes tipos de indicaciones se encuentran, el de las bebidas espirituosas, los vinos, y los productos agrícolas y alimenticios, y sobre éste último, centraremos el trabajo.

A nivel nacional, estos signos han sido desarrollados muy lentamente, no hemos tenido una definición legal de FFC, generalizada, comenzando por la regulación de la categoría de los productos vinícolas, en el **Estatuto del Vino de 1932**, en cuyo artículo 30 disponía que:

*“los nombres geográficos conocidos en el mercado nacional o extranjero, como empleados para la designación de vinos típicos que respondan a unas características especiales de producción y a unos procedimientos de elaboración y crianza utilizados en la comarca o región de la que toman el nombre geográfico”.*

En nuestra doctrina, se define la denominación de origen como un *‘nombre geográfico que se usa, de manera leal y constante, en el mercado para designar un producto fabricado, elaborado, cosechado o extraído en el lugar geográfico al cual corresponde el nombre geográfico usado como denominación y que reúne determinadas características de calidad’.*

Esta definición se incorpora como resultado de las obligaciones contraídas por España tras su adhesión al Arreglo de Madrid (1891).

Se reelabora esa explicación en el art. 2.1 del **Arreglo de Lisboa de 1958** (anteriormente a su modificación en 1979):

*“ A los efectos de esta Ley, se entiende por denominación de origen el nombre geográfico de la región, comarca, lugar o localidad empleado para designar un producto procedente de la vid, del vino o de los alcoholes de la respectiva zona, que tenga cualidades y caracteres diferenciales debidos principalmente al medio natural y a su elaboración y crianza.”*

Este artículo se termina de completar por el Estatuto del Vino, en el segundo párrafo de su artículo 79 que añade que se entiende que el nombre geográfico empleado para designar un producto de procedencia cuando alcanza con carácter permanente una amplia difusión y conocimiento en el

mercado nacional o al menos un notable prestigio a escala regional, o bien haya desarrollado mercados en el exterior.<sup>15</sup>

Esta ley fue durante su vigencia, la norma general aplicable a las FFC a nivel nacional, en su Título III dedicado a la protección de la calidad, les consagra un capítulo compuesto por los artículos 95 y siguientes.

En estos, se establecen los productos que podrán acogerse a la protección: uvas, pasas, sidra, aguardientes, y demás productos distintos del vino, y la Disposición Adicional Quinta faculta al Gobierno para que extienda dichos productos a los agrarios cuya protección de calidad tenga especial interés económico o social.

En efecto, el Estado puso en marcha una política ordenadora para aquellos productos con relevancia económica y social tanto a nivel nacional como internacional, bajo la necesaria colaboración entre Administraciones Públicas, que permitiese la promoción y defensa de la producción agroalimentaria y de los intereses de los consumidores.

A partir de esta iniciativa, se siguieron elaborando normas de carácter especial que profundizan en la materia, como fue el RD 728 y 759 de 1988, el RD 1254/1990 modificado por el RD 1396/1993, todos relativos a productos agroalimentarios no vínicos sobre los que nos centraremos.

En el territorio de la Unión, crece la unificación en materia de regulación de las FFC, en un primer momento gracias al Convenio de París de 1883, éste incluye en el segundo párrafo de su artículo 1 “las denominaciones de origen o las indicaciones de procedencia”, como objeto de protección de la propiedad industrial, a pesar de que ningún precepto específico las contemple<sup>16</sup>.

El CUP se acaba completando por otros acuerdos, como el Arreglo de Madrid, aprobado el 14 de abril de 1891, en el que se incorporan sanciones administrativas que deben aplicar los Estados Miembros en caso de uso de indicaciones de procedencia falsas o falaces.

Además del CUP, la Organización Mundial del Comercio (OMC) que se ocupa de las normas por las que se rige el mercado mundial, y como una de sus principales funciones, vela por que el comercio se realice de la manera más fluida, previsible y libre posible. Entre sus actividades, se

---

<sup>15</sup> Maroño Gargallo, M.M. 1999. “La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario”. “Dialnet” [En línea]. (Consultado el 25 de Agosto 2018).

<sup>16</sup> M<sup>a</sup> Mar Gómez Lozano. M.M. “Denominaciones de origen y otras indicaciones geográficas”, 2004. Aranzadi. Madrid.p.30.

elaboró el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), firmado en Marrakech, que entró en vigor en 1995, es uno de los acuerdos multilaterales más completos sobre propiedad intelectual. Abarca las normas mínimas de protección que ha de cumplir cada Estado firmante, un conjunto de disposiciones que establecen algunos principios generales aplicables a todos los procedimientos de observancia de los DPI y un procedimiento de solución de diferencias de la OMC al que quedan sujetos los Miembros de la OMC con respecto al cumplimiento de las obligaciones en la esfera de los ADPIC.<sup>12</sup>

Con este acuerdo se pretendió disminuir las “distorsiones del comercio internacional y los obstáculos”<sup>13</sup>, se comprometieron a resolver los conflictos relativos a la propiedad intelectual en el comercio mediante procedimientos multilaterales, y se establecieron relaciones de mutuo apoyo entre la OMC y la OMPI y otras organizaciones internacionales competentes.

Se pueden encontrar dichas indicaciones de procedencia en el Arreglo de Lisboa de 1958 (modificado en 1979), que define en su artículo segundo los términos ‘denominación de origen’ y ‘país de origen’.

*“Art.2.1: Se entiende por denominación de origen, en el sentido del presente Arreglo, la denominación geográfica de un país, de una región, o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales o humanos.”*

*“Art.2.2: El país de origen es aquél cuyo nombre constituye la denominación de origen que ha dado al producto su notoriedad o bien aquél en el cual está situada la región o localidad cuyo nombre constituye la denominación de origen que ha dado al producto su notoriedad.”*

Poco después se desarrolla el antes citado Reglamento (CEE) 2081/1992, derogado por el Reglamento No 1151/2012 del Consejo, sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios, y antes modificado por el Reglamento No 510/2006. Este pretende la “comunitarización” del sistema de reconocimiento y protección de las FFC, convirtiéndolo en su único medio de protección.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Gómez Lozano. M.M. “Denominaciones de origen y otras indicaciones geográficas”, 2004. Aranzadi. Madrid.p.72.

Su propósito fue suplir las normativas de los Estados Miembros para crear un sistema uniforme y armonizado que facilitara la libre circulación de mercancías en el territorio de la Unión.

Se desarrolló este sistema en España a través de la Orden de 25 de enero de 1994, y del RD 1643/1999 por el que se regula el procedimiento para la inscripción en el Registro Comunitario de las DOP y de las IGP, permitiendo cumplir el sistema de protección transitorio implementado en nuestro país y adecuarlo al sistema comunitario.

En España se unifican pues, los términos de denominación de origen y denominación específica, desapareciendo las denominaciones genéricas que no poseían el requisito del vínculo geográfico.

A pesar de esta armonización, a nivel nacional se sigue aplicando la Ley 25/1970 a los productos agroalimentarios excepto lo relativo al régimen sancionador por el que será aplicable la Ley 24/2003 “Nueva Ley del Vino”.

Es importante abordar las nociones preliminares, ya que la terminología varía en función de los textos legales nacionales, europeos e internacionales.

Se comienza pues en nuestro país a trabajar sobre la simplificación de la regulación concerniente a estos productos, para evitar que sean de aplicación diferentes normas, y conseguir una regulación específica para este sistema.

Se emprende la creación de normas sectoriales desde distintas comunidades autónomas, que no ayudan a dicha unificación, pero que siguen siendo necesarias para el correcto desarrollo de estos signos. Por ejemplo, la Ley 14/2003 de calidad agroalimentaria de la Comunidad Autónoma de Cataluña, desarrolla una norma anterior de orientación agraria, en el que se encuentra una definición de FFC que toma como base a la que realiza la normativa comunitaria en el Reglamento 2081/92 en su artículo 2.

Llegamos entonces a la reforma del citado Reglamento comunitario 2081/92, que queda derogado por el **Reglamento (CE) 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo**, de 21 de noviembre de 2012, *sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios*. En este se engloban, bajo el ámbito de aplicación, en virtud del artículo 2:

*“ciertos productos agrícolas destinados al consumo humano, así como otros productos agrícolas y alimenticios enumerados en el anexo I del presente Reglamento”*, tales como la cerveza, chocolate y productos derivados, productos de panadería, pastelería, repostería y galletería bebidas a base de extractos de plantas, pastas alimenticias, sal, gomas y resinas naturales, pasta de mostaza, heno,

aceites esenciales, corcho, cochinilla, flores y plantas ornamentales, algodón, lana, pieles, plumas... Y excluye a las bebidas espirituosas, a los vinos aromatizados y a los productos vitícolas, definidos en el anexo XI *ter* del Reglamento (CE) No 1234/2007, a excepción de los vinagres de vino.

### V.ii. Concepto FFC

El Reglamento 1151/2012 define en su artículo 5 las DOP: *“A los efectos de este Reglamento, se entenderá por ‘denominación de origen’ un nombre que identifica un producto:*

- *Originario de un lugar determinado, una región o, excepcionalmente un país;*
- *Cuya calidad o características se deben fundamental o exclusivamente a un medio geográfico peculiar, con los factores naturales y humanos inherentes a él, y*
- *Cuyas fases de producción tengan lugar en su totalidad en la zona geográfica definida.”*

Lo que justifica la DOP es la disponibilidad de unos atributos específicos de calidad debidos a factores naturales o humanos vinculados con el medio geográfico. Debe existir vínculo directo entre las características específicas del producto y el medio geográfico del territorio donde se origina, produce o elabora.

La exclusividad del producto es proporcional a la meticulosidad exigida en todo el proceso productivo, muy focalizado en la zona delimitada. No es posible extrapolar ninguna fase de producción a otro lugar, todo ha de ser realizado en la misma zona para garantizar la distinción de calidad.

En el apartado 2 del mismo artículo, se establece: *“A los efectos del presente Reglamento, se entenderá por «indicación geográfica» un nombre que identifica un producto:*

- a) originario de un lugar determinado, una región o un país,*
- b) que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda esencialmente atribuirse a su origen geográfico, y*
- c) de cuyas fases de producción, una al menos tenga lugar en la zona geográfica definida. “*

Algunos ejemplos relevantes son la IGP Lacón Gallego, IGP Sobrasada de Mallorca...

Se distinguen pues estos dos tipos de FFC, a pesar de que el vínculo geográfico es importante para ambas, la diferencia fundamental proviene de las fases de producción, ya que en las DOP todas ellas

deben llevarse a cabo en la zona determinada de la que provienen, en cambio en las IGP basta con que una de ellas se realice en dicha zona para que puedan ampararse de la protección, se pueden incluso registrar las IGP simplemente demostrando cierta reputación en el nombre utilizado, sin llegar a precisarse obligatoriamente un vínculo con determinada zona como se exige en las DOP.

Se ha añadido en el Reglamento (CE) 1151/2012, en sus artículo 17 y siguientes, la **Especialidad Territorial Garantizada (ETG)**, que protege los métodos de producción y las recetas tradicionales. Al amparo de esta protección se encuentran,

*“los nombres que describan un producto o alimento específico que:*

*a) sea el resultado de un método de producción, transformación o composición que correspondan a la práctica tradicional aplicable a ese producto o alimento, o*

*b) esté producido con materias primas o ingredientes que sean los utilizados tradicionalmente”.*

Un producto agrícola o alimenticio tradicional. Este no hace referencia al origen geográfico del producto sino que tiene por objeto proteger una determinada composición tradicional del mismo. El cual *se beneficia del reconocimiento por la Comunidad de sus características específicas mediante su registro*. Se trata de valorar la elaboración tradicional y/o artesanal. Existe por **ejemplo**, la producción ecológica, que se basa en la utilización de un sistema de producción respetuoso con el medio ambiente.

Estas son las tres figuras de protección que se aplican a los productos agrícolas y alimenticios diferentes del vino y de las bebidas espirituosas; las denominaciones de origen protegidas, las indicaciones geográficas protegidas y las especialidades territoriales garantizadas. Nos centraremos en las DOP y las IGP, productos en los que se da un doble vínculo, uno con la zona geográfica de la que provienen y otro en lo que atañe a la calidad o característica específica que le otorga dicha zona determinada, a lo cual se añade además la nota del conocimiento, o notoriedad del nombre geográfico.

Cabe mencionar, que en ciertos países se dan distintos grados de denominaciones de origen, como en Italia acogen la denominación de origen simple, la controlada y la controlada garantizada.<sup>18</sup> Esta diferenciación se refleja en una mayor garantía de calidad, ya que los niveles de vigilancia y control

---

<sup>18</sup> Maroño Gargallo, M.M. 1999. *“La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario”*. “Dialnet” [En línea] s/n. (Consultado el 25 de Agosto 2018).

que garantizan la especialidad de los productos portadores de determinada denominación son de engrandecida magnitud.

### V.iii. Características

Las notas definitorias de las FFC quedan establecidas claramente por M<sup>a</sup> Mar Maroño Gargallo, en el Manual 'La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario' en base al cual asentaré este epígrafe.

#### ➤ Nombre geográfico

El nombre que porta el producto indica, por normal general, su procedencia directa en el caso de la denominación de origen en sentido estricto (en cambio la especialidad territorial garantizada podría estar compuesto por un nombre no geográfico para designar sus productos especializados).

A pesar de, como regla general, componerse el término de la FFC de un nombre geográfico, no siempre es así, y pueden darse excepciones, no es una característica esencial del producto, sino una facultad de uso del vocablo que determina la procedencia del producto, ya sea el nombre de una zona, una región...

Ese origen, según las definiciones de la Ley pueden tratarse de; “una región, un lugar, o excepcionalmente un país”, definición que permite percibir, que podrán constituir las FFC cualquier nombre de pueblo, montaña, o pequeña zona, hasta una ciudad, provincia, e incluso un país. En el supuesto de la designación que correspondan a territorios más amplios, es difícil que el producto pueda pertenecer a toda la zona, y que además su específica característica se deba al origen de un territorio tan amplio, ya que se dan diferencias de clima, relieve... por ejemplo “vino de Marruecos” o “vino de Argelia”, fueron vetados por los Tribunales franceses, por tratarse de zonas demasiado extensas, a pesar de admitirla en la definición del texto normativo.

El primer registro en la UE de FFC proveniente de tercer país, compuesto por la denominación de un país se trata de “Café de Colombia”.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Disponible el registro en:

[http://www.cafedecolombia.com/clientes/es/regulacion\\_nacional/registros\\_cafe\\_de\\_colombia/](http://www.cafedecolombia.com/clientes/es/regulacion_nacional/registros_cafe_de_colombia/)  
(Consultado el 30 de Agosto de 2018).

De hecho, el segundo párrafo del artículo 2 del ALDO determina que, el nombre del país del cual procede el producto es *“aquel que ha dado al producto su notoriedad, o que es aquel del que forma parte la región que dio la notoriedad al producto”*. El mencionado Arreglo unifica la protección de las FFC entre las Partes Contratantes, con el objetivo de protegerlas en países distintos del país de origen, desde su revisión en Estocolmo en 1967 y es administrado por la WIPO.

Además de la designación de la zona geográfica en cuestión, se dan muchos casos en los que el nombre se compone también de un calificativo o descripción del producto en sí mismo, como puede observarse en el “Jamón de Teruel”, “el Mejillón de Galicia”, “los Espárragos de Navarra”, términos que no quedarán protegidos bajo el Derecho de exclusiva de las FFC, como abordaremos más adelante.

#### ➤ El Producto

Las FFC cumplen, como los signos distintivos, con la función indicadora del origen del producto, permitiendo que el público pueda reconocerlo y elegirlo entre otros productos similares, asimilándose a la marca.

A pesar de originarse estas figuras exclusivamente para los productos vinícolas, se han ido extendiendo a todo tipo de productos, véase los agrícolas, como se hace referencia en la Ley del Vino, en su Disposición Adicional Quinta, ya mencionada anteriormente, donde faculta al Gobierno a extender el régimen de protección de las FFC a otros productos agrícolas que presenten especial interés económico o social.<sup>20</sup>

Como puede verse a nivel europeo, el ALDO en su artículo respecto al ámbito de aplicación no limita las FFC a ningún tipo concreto de producto, sino que es una definición abierta y general, y siguiendo a la regulación sobre esta materia del ordenamiento francés, se inicia pues la protección de los aceites de oliva, quesos y jamones, así como de las legumbres y hortalizas, las carnes y salazones... Finalmente consagrada en el Reglamento 1151/2012 relativo a denominaciones de origen de productos agrícolas.

La inclusión en este sistema de los productos no alimenticios ha sido discutida, de hecho, la Comunidad autónoma Gallega quiso extender dicho régimen a través de la Ley 91/1985 para la

---

<sup>20</sup> Señala la Disposición Adicional Quinta: “Se autoriza al Gobierno para que, previa propuesta del Fondo de Ordenación y Producción de Productos y Precios Agrarios, o de la Organización Sindical, según proceda, pueda hacer extensivo lo establecido en los arts. 95 y siguientes de esta Ley, a aquellos productos agrarios cuya protección de calidad tenga especial interés económico o social”.

protección de piedras ornamentales, contra la cual la Abogacía del Estado interpuso recurso de inconstitucionalidad <sup>21</sup>, apreciando que el ámbito de aplicación fijado por la legislación era muy concreto, y no permitía la inclusión de productos no alimentarios (el reconocimiento de las denominaciones sobre dichos productos no alimentarios no podía basarse en la existencia de acuerdos internacionales y convenios bilaterales ratificados en España en dicha materia).

En respuesta a esto, según la doctrina del Tribunal constitucional, las FFC no se basan en el producto sino que precisan de ese doble vínculo antes mencionado, respecto de la calidad y el origen<sup>22</sup>, que puede darse sin lugar a dudas en mármoles y otros minerales, así como alfombras, u otras piezas artesanales, cuando se demuestre que el medio geográfico es un factor decisivo para su proceso de producción (como pueden ser las técnicas y trabajos elaborados).

En conclusión, el elemento constitutivo de las FFC no es el producto en sí mismo, son las características específicas que presentan, vinculadas a determinada zona de procedencia delimitada.

➤ Procedencia: vínculo del producto con el medio geográfico.

El nombre geográfico que señala al producto debe ser cierto, e indicar efectivamente el origen del que brota dicho producto. Primeramente para para no causar confusión en los usuarios respecto de su origen (función esencial del signo distintivo), y seguidamente para que pueda beneficiarse de la notoriedad que le aporta la zona (función condensadora el goodwill).

Respecto a dicha procedencia, se debe entender, en el caso de las denominaciones de origen en sentido estricto (DOP), que el origen de las materias primas y TODAS las fases del proceso de elaboración y producción se dan en ese medio geográfico específico, lo cual le da una característica de calidad añadida.<sup>23</sup>

Esta indicación de procedencia vendrá fijada en el Pliego de Condiciones de la FFC que abordaremos más adelante.

---

<sup>21</sup> Recurso de inconstitucionalidad número 1.036/1985, planteado por el Presidente del Gobierno contra la totalidad de la Ley 9/1985, de 30 de julio, del Parlamento de Galicia, y subsidiariamente contra determinados preceptos de la misma.

<sup>22</sup> STC 211/1990, de 20 de diciembre.

<sup>23</sup> Real Decreto 728/1988, de 8 de julio, por el que se establece la normativa a que deben ajustarse las Denominaciones de Origen, Específicas y Genéricas de Productos Agroalimentarios no vínicos.

➤ Calidad y características diferenciales

Esta característica especial es la principal particularidad que diferencia el producto FFC de cualquier otro de misma naturaleza, y debe estar estrechamente conectado al hecho de que provenga del determinado lugar geográfico.

Por lo que este vínculo es esencial para decir que nos encontramos ante un producto con denominación de origen o indicación geográfica, como establece la Ley del Vino bajo la rúbrica “protección de la calidad”, y como ha señalado el Tribunal de Justicia de la Unión Europea en reiteradas ocasiones.<sup>24</sup>

Así lo establece el artículo 5.1.b) del Reglamento 1151/2012 al definir la denominación de origen: *“cuya calidad o características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos”*, contemplándose pues, a la hora de determinar los factores que inciden en las fases de producción, elaboración y crianza, tanto los factores naturales como los humanos.

Los primeros factores que influyen en las características de las FFC son, el suelo, el clima, la posición del lugar respecto a mares, bosques, montañas, la fauna y la flora. Dependiendo de la combinación de los factores climáticos, como puede ser la temperatura, la luz, las precipitaciones, la lluvia, los vientos y la humedad del lugar, además de los minerales del suelo e incluso los animales que habitan en él, entre muchos otros, harán que se desarrollen de diferente manera los productos. Por lo que el entorno en el que se dan dichos bienes influirá directa y fundamental en las determinadas características que obtendrá el producto, dotándolo de particularidades frente a otros productos.

Normalmente concurre en estos factores la aportación del hombre, es decir el factor humano, se trata de prácticas, labores o técnicas que viene utilizando el hombre y que le permiten obtener productos de especial calidad. Suelen ser realizados mediante métodos o técnicas tradicionales, pero el legislador permite que dichas técnicas se innoven e impliquen un avance, siempre que ello no menoscabe la calidad del producto final, sino que en todo caso lo mejore y pueda facilitar la labor de aquellos que le dedican su tiempo y trabajo<sup>25</sup>.

---

<sup>24</sup>Sentencia Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 20 febrero 1975. No asunto: 12/74. (Sekt/Weinbrand)

<sup>25</sup> Maroño Gargallo, M.M. 1999. *“La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario”*. “Dialnet” [En línea] s/n. [Consultado el 2 de Agosto de 2018].

Muchas veces el conocimiento de los trabajadores y productores y las decisiones que estos toman permiten perfeccionar el efecto del factor natural. Por ejemplo la labores de desfonde, cuando se mezcla la tierra de la superficie con el sustrato de zonas inferiores para equilibrar la composición química y activar la aireación.<sup>26</sup>

En este caso, el vínculo con el lugar geográfico es más débil, ya que el factor humano puede “exportarse” y realizarse idénticamente en otro lugar, como apunta Roubier, defensor de la concepción naturalista de las FFC<sup>27</sup>, pero solo cuando no van ligadas a un factor natural de dicha zona. Estas afirmaciones llevarían a excluir los productos industriales del ámbito de las denominaciones de origen, pudiendo ser simplemente indicaciones geográficas. Por ello el artículo 2 del ALDO se redactó en términos amplios para poder abarcar los productos industriales, accediendo a la protección productos tales como cajas de música, la porcelana y el cristal de Bohemia..., en el caso del vino, queso, embutidos... se precisan ambos para lograr el producto final (art. 79 de la Ley del Vino). Cualidades debidas al medio geográfico y a su elaboración y crianza.

➤ La notoriedad o conocimiento del nombre geográfico

Se precisa como requisito previo al reconocimiento de la FFC, la notoriedad o fama; desde los orígenes, en el artículo 30 del Estatuto del Vino de 1933 se establecía el requisito de que estos nombres “fueran conocidos en el mercado nacional o extranjero”, y posteriormente en el Reglamento de 1972 en el artículo 79.2, se consideraba que el nombre debía “alcanzar con carácter permanente una amplia **difusión y conocimiento** en el mercado nacional o al menos un notable prestigio a escala regional, o bien haya desarrollado mercados en el exterior.”

Con lo cual acota el ámbito de protección de las FFC a denominaciones que se han ido utilizando de manera constante y prolongada en el tiempo para ese mismo tipo de productos, y que por el empleo

---

<sup>26</sup> Yravedra, G 2018. “Factores naturales y humanos de las denominaciones de origen”. Disponible en: <http://www.yravedra.com/denominacion-origen/12-denominacion-origen/1524-ii-factores-naturales-y-humanos>.

<sup>27</sup> Roubier. P. (1952). *Le droit de la propriété industrielle*. 1ª Edición [e-book]. París. Disponible en : [https://books.google.es/books/about/Le\\_droit\\_de\\_la\\_propri%C3%A9t%C3%A9\\_industrielle.html?id=DcwyAQAAIAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.es/books/about/Le_droit_de_la_propri%C3%A9t%C3%A9_industrielle.html?id=DcwyAQAAIAAJ&redir_esc=y)

continuado, han alcanzado un reconocido prestigio o renombre o simplemente la suficiente difusión para ser conocidos en el plano social antes de su tutela jurídica, que posteriormente protegerá y reservará dicho nombre para esos determinados productos<sup>28</sup>.

La buena fama suele obtenerse gracias a la calidad de los productos, y juega un importante papel frente a la decisión que deben tomar los consumidores cuando se encuentran ante distintos productos de la misma naturaleza. Lo que se pretende en un primer momento es evitar que terceros quieran aprovechar esa notoriedad, que aporta un valor añadido a los productos, utilizando la denominación en el tráfico económico para productos distintos, que no cumplen con los requisitos establecidos para portar la determinada designación.

## **V. iv. CONTRASTE ENTRE FFC Y MARCAS**

### **A. Marca individual**

Nos encontramos ante la Marca básica, es aquella a la que más se recurre por los empresarios y titulares. La definición ya se ha expuesto en un apartado anterior.

a) La marca puede ser libremente elegida por el empresario, solo tiene que cumplir con las exigencias que establece la Ley de Marcas (marcas no registrables). En cambio, la denominación de origen viene establecida en general por el nombre geográfico de la zona de origen de los productos, y es la misma para todos los miembros, sin que ellos puedan modificarla. Que se establezca así un nombre geográfico hace que sea más fácil para los consumidores asociar los productos a la empresa, lo que aumenta la función indicadora del origen.

b) La marca puede ser la misma o no, para todos los productos o servicios producidos por la empresa, a su elección, pero la denominación de origen solo podrá ser usada para unos productos previamente determinados, de misma naturaleza y con determinadas características, que podrán producir distintas empresas.

---

<sup>28</sup> Sordelli. A (2006). *Denominazione di origine e indicazioni di provenienza*. Giuffrè Editore [ e-book].

Disponible en:

<https://books.google.es/books?id=1cPWMnd81k0C&pg=PA91&lpg=PA91&dq=Sordelli+denominazione+di+origine+e+indicazioni+di+provenienza&source=bl&ots=dwDatdH6bt&sig=NZ6UUWHXall8fbvZA4PpyU601kM&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjHrL6psrDbAhXOExQKHRMvCXUQ6AEIKzAA#v=onepage&q=Sordelli%20denominazione%20di%20origine%20e%20indicazioni%20di%20provenienza&f=false>

c) La marca otorga un Derecho exclusivo a su titular, ya sea persona física o jurídica. Y la denominación de origen es un Derecho COLECTIVO, prima la protección de la localidad o zona de origen y del producto frente a la protección de las empresas. Es por tanto un derecho NO APROPIABLE, que no pertenece a los empresarios sino a la asociación, por ello, podrán acceder a ella todos aquellos que estén asentados en la zona en cuestión y que cumplan con el resto de requisitos exigidos. Por lo tanto, no será posible conceder licencias, ni ser cedida, ni ser objeto de otros derechos reales.

## B. Marca de garantía

Referida en el artículo 68 de la Ley de Marcas como, *“Se entiende por marca de garantía todo signo susceptible de representación gráfica, de los expresados en el artículo 4.2, utilizado por una pluralidad de empresas bajo el control y autorización de su titular, que certifica que los productos o servicios a los que se aplica cumplen unos requisitos comunes, en especial, en lo que concierne a su calidad, componentes, origen geográfico, condiciones técnicas o modo de elaboración del producto o de prestación del servicio.”*

Entendemos de este precepto, que la función esencial de este signo es la de garantizar que los productos o servicios cumplen unas características comunes, desvaneciéndose la función indicadora del origen empresarial y tomando por lo tanto importancia la función que se ocupa de la calidad. Son una modalidad de marcas que se caracteriza por su función certificadora de la presencia en los productos que la llevan o en los servicios a que acompañan de ciertas características comunes (origen, composición, elaboración...etc.), así como de un cierto nivel de calidad.

Los productos o servicios que ofrecen las diferentes empresas que son miembro de la colectividad que forma la marca de garantía, deben poseer una calidad o características idénticas y o constantes, de esto se aseguran mediante el Reglamento de Uso, regulado en el artículo 69.1:

*“La solicitud de registro de una marca de garantía deberá ser acompañada de un reglamento de uso en el que se indicarán las personas autorizadas a utilizar la marca, las características comunes de los productos o servicios que se van a certificar, la manera en que se verificarán estas características, los controles y vigilancia del uso de la marca que se efectuarán, las responsabilidades en que se pueda incurrir por el uso inadecuado de la marca y el canon que, en su caso, se exigirá a quienes utilicen la marca”.*

Aquí se acerca a la figura de la denominación de origen, que tiene también como función principal la indicadora de calidad de sus productos, pero el artículo 62.2 se encarga de evitar que la marca de garantía se solape con la denominación de origen:

La DOP no se dará para diferentes productos o servicios, sino simplemente para ciertos productos bien determinados.

El reglamento jurídico de la marca no le impone un vínculo con la zona geográfica, las características comunes no deben ser relativas a la zona, sino que pueden venir establecidas por diferentes factores, pero siempre deberán ser idénticas entre sí.

No es realmente una garantía, ya que no existe una obligación legal de alcanzar determinada calidad o características, pero sirve como simple información a los consumidores, que asociarán todos los productos que incorpore esa marca, con las aptitudes o características que posean.

### **C. Marca colectiva**

Definida en el artículo 62 de nuestra Ley de Marcas, *“Se entiende por marca colectiva todo signo susceptible de representación gráfica, de los comprendidos en el apartado 2 del artículo 4, que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de los miembros de una asociación titular de la marca de los productos o servicios de otras empresas”*.

Trata pues de individualizar el producto, como el resto de signos distintivos, y similar al caso de la marca de garantía, será el signo que represente a una pluralidad de empresarios, miembros de la asociación. Por lo que la función del origen empresarial vuelve a desvanecerse y desplazarse a un segundo plano, siendo más importante los elementos comunes que poseen dichos productos, y siendo esta la razón de que puedan encontrarse asociados bajo la misma marca.

Al igual que la marca de garantía, se trata de una asociación de empresas con elementos comunes, que facilitarán, con el simple signo, información a los consumidores para que puedan elegir el consumo de los productos o servicios que comercializan los miembros de la asociación. De hecho, *“Sólo podrán solicitar marcas colectivas las asociaciones de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios que tengan capacidad jurídica, así como las personas jurídicas de Derecho público”* como establece el segundo apartado del artículo 62.

El artículo 63, el cual regula el Reglamento de Uso de la Marca Colectiva, establece:

*“1. La solicitud de registro de marca colectiva deberá ser acompañada de un reglamento de uso, en el que, además de los datos de identificación de la asociación solicitante, se especificarán las personas autorizadas a utilizar la marca, las condiciones de afiliación a la asociación, las **condiciones** de uso de la marca, los motivos por los que puede prohibirse el uso de la marca a un miembro de la asociación y demás sanciones en que puede incurrir.*

*2. Si la marca colectiva consistiera en una indicación de procedencia geográfica, el reglamento de uso deberá prever que cualquier persona cuyos productos o servicios provengan de esa zona geográfica y cumplan las condiciones prescritas por el mismo, podrá hacerse miembro de la asociación”.*

En el segundo párrafo del artículo 63 constituye el requisito que ha de cumplimentarse para que la marca colectiva pueda estar compuesta por un nombre geográfico, primeramente todos los empresarios deberán estar asentados en dicha zona, y sus productos o servicios procederán del mismo lugar, además deberán estos cumplir con las condiciones o características (habitualmente de calidad) que se establezcan en el Reglamento de uso de la marca. Ningún empresario que cumpla con estas exigencias podrá ser privado del acceso a la asociación formada por la marca colectiva, bajo pena de perder la marca.

A pesar de ser el signo distintivo más afín a las FFC, hay aspectos que siguen distinguiéndolas:

- a) La Marca Colectiva puede estar constituida por cualquier signo permitido por el artículo 2 de la LM, lo cual le otorga un gran abanico de posibilidades, en cambio las IG deberán estar formadas por el nombre de una determinada zona geográfica, un lugar, una región o incluso un país, como se establece en el ordenamiento. 002E
- b) La Marca Colectiva no tiene una obligación legal de alcanzar o mantener determinada calidad, ya que no es la característica definitoria de la marca. El Reglamento de uso de ésta, puede establecer requisitos, indistintamente, respecto al proceso, a la calidad, al etiquetado... factores que no tengan que ver con el entorno geográfico.

## **VI. PROTECCIÓN Y REGISTRO**

España es, por suerte para aquellos que pueden disfrutarlo, un país repleto de multitud y diversas tradiciones, promovidas por sus diversos ecosistemas, la diversidad de sus tierras y mares, y las diferentes sociedades que la integran. Todo ello conlleva una enorme riqueza de producciones agroalimentarias, que no se dedican únicamente a cubrir las necesidades alimentarias básicas de la población, sino que provocan el crecimiento económico y cultural del país.

Por todo ello, el sector agroalimentario es muy vulnerable, dada su naturaleza, su magnitud económica, y su dimensión en el plano comercial tanto nacional como internacional, y dada la pluralidad de fases que lo integran, no es sencillo dar protección a todas ellas, pero la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria se encarga de hacerlo.

El Registro de las FFC, sirve para proteger dicho sector organizado; por una parte protege al consumidor de errores o engaños, y por otra al productor, de imitaciones y prácticas de competencia desleal, como ya hemos visto. La inscripción permite ofrecer mayor y mejor información a quienes participan en el comercio.

Para poder ser protegidas en el territorio de los Estados miembros, y en terceros estados, las FFC deben quedar registradas, a través del procedimiento que se desarrolla en el Reglamento 1151/2012.

### **VI.i. EL REGLAMENTO FFC**

Se trata de la norma institucional básica, sobre la que se regirán todos los aspectos de las FFC.

Antes de proceder al registro, el órgano competente designará, con carácter provisional, al Consejo Regulador, que elaborará un proyecto de dicho Reglamento, que será tomado en cuenta para el reconocimiento por el órgano competente de la FFC, ya sea la Administración estatal o autonómica. Dicho órgano podrá modificar aquello que crea pertinente con el fin de aprobar el Reglamento cuando éste cumpla con las disposiciones que exige en la normativa.

Una vez la Administración estatal haya ratificado el Reglamento, se procederá a su reconocimiento oficial y definitivo como FFC, y será posible llevar a cabo el registro.

## VI.ii.PROCEDIMIENTO

### A.Solicitud

La protección derivada de la DOP o IGP se adquiere mediante la inscripción en el registro comunitario a través del procedimiento que detalla el reglamento.

#### 1. Solicitante

Para empezar, abordaremos quien tiene legitimación para presentar la solicitud, en principio, y como determina la normativa, sólo las agrupaciones tienen la facultad de presentar la solicitud de registro, siendo posible solicitar únicamente una por agrupación.

Sigue el artículo exponiendo qué se entiende por agrupación: toda organización, sea cual sea su forma jurídica o su composición, de productores o de transformadores interesados en el mismo producto agrícola o alimenticio. Serán requisitos para considerar al grupo como “agrupación” en este sentido, que los miembros tengan como interés común la fabricación o comercialización del determinado producto de manera constante y continuada en el tiempo.

Se puede dar también el caso, cuando la zona en cuestión pertenezca a más de un Estado, que varias agrupaciones puedan presentar una solicitud en común, siempre con arreglo a las normas del presente Reglamento (art. 16 d), con remisión a la Decisión 1999/468/CEE.

Excepcionalmente, y bajo determinados requisitos, una persona física o jurídica podrá ser considerada como agrupación, cuando demuestre que cumple los requisitos del artículo 49 del Reglamento 1151/2012, estos son:

*“a) que la persona de que se trate sea el único productor que desea presentar una solicitud;*

*b) por lo que respecta a las DOP y a las IGP, que la zona geográfica definida tenga características que la distinguan notablemente de las zonas vecinas o que las características del producto sean distintas de las de los productos de las zonas vecinas.”*

Deberá ser el único productor en el momento de presentar la solicitud, y hay que plantearse que es posible que posteriormente, puedan unirse a éste nuevos miembros, siempre y cuando, como exige la ley, se cumplan los requisitos establecidos. El requisito de la letra b) no hace más que reforzar esto, impidiendo que un productor no sea único en cuanto a la producción de ese tipo de productos, que en todo caso deberá tener características diferenciables respecto a aquellos que se producen en zonas colindantes.

Esta persona, como establece la excepción, será considerada como ‘agrupación’ a todos los efectos.

## 2. Contenido de la solicitud

La solicitud debe contener: el nombre y datos identificativos de la agrupación, legalmente establecida y que cumpla con las exigencias requeridas, y además deberá estar cumplimentada con el pliego de condiciones; este es el fragmento esencial de la solicitud, se compone de una serie de elementos necesarios que justifican la aptitud de la FFC para acceder a la inscripción y adquisición de la categoría de denominación de origen protegida, según el artículo 7 del Reglamento Europeo, se compone de un contenido mínimo:

- “a) el nombre del producto agrícola o alimenticio, con la denominación de origen o la indicación geográfica;*
- b) la descripción del producto agrícola o alimenticio, incluidas, en su caso, las materias primas y las principales características físicas, químicas, microbiológicas u organolépticas del producto;*
- c) la delimitación de la zona geográfica;*
- d) los elementos que prueben que el producto agrícola o alimenticio es originario de la zona geográfica delimitada;*
- e) la descripción del método de obtención del producto agrícola o alimenticio y, en su caso, los métodos locales, cabales y constantes, así como información sobre el envasado, cuando la agrupación solicitante determine y justifique que el envasado tiene que producirse en la zona geográfica delimitada para salvaguardar la calidad o garantizar el origen o cerciorarse del control;*
- f) los elementos que justifiquen: i) el vínculo entre la calidad o las características del producto agrícola o alimenticio y el medio geográfico o, según el caso, ii) el vínculo entre una cualidad determinada, la reputación u otra característica del producto agrícola o alimenticio y el origen geográfico;*
- g) el nombre y la dirección de las autoridades u organismos encargados de verificar el cumplimiento de lo indicado en el pliego de condiciones y sus funciones específicas;*
- h) cualquier norma específica de etiquetado para el producto agrícola o alimenticio en cuestión;*

*I) los posibles requisitos que deban cumplirse en virtud de disposiciones comunitarias o nacionales.*

“

Asimismo de todas las exigencias que se deben cumplimentar en el pliego de condiciones para la solicitud, la norma, en su último apartado anuncia que debe tenerse en cuenta la legislación que sea aplicable a nivel nacional para los distintos Estados miembros, es decir, éstos tienen la facultad de ampliar dichos requisitos.

Por último, además de la información relativa a la agrupación y del pliego de condiciones, se estipula en el apartado c) del artículo 8.1., que se deberá acompañar con un documento único con los siguientes datos:

*“i) los elementos principales del pliego de condiciones: el nombre, una descripción del producto, incluidas, si ha lugar, las normas específicas aplicables a su envasado y etiquetado, y una descripción concisa de la delimitación de la zona geográfica,*

*ii) una descripción del vínculo del producto con el medio geográfico o con el origen geográfico mencionados en el artículo 2, apartado 1, letra a) o b), según el caso, incluidos, si ha lugar, los elementos específicos de la descripción del producto o del método de obtención que justifican el vínculo.”*

#### B. No registrables

Dado que trata de un sector que evoluciona en estos últimos tiempos de manera aligerada, debido las exigencias de los consumidores y la implicación de los productores y del sector por mejorar y ser más competitivos afín de potenciar la comercialización de sus productos autóctonos, se encuentra en constante desarrollo y por ello ha sido necesario, acotar los supuestos registrables y aquellos que no lo son; el Real Decreto 1573/1985, por el que se regulaban las denominaciones genéricas y específicas de productos alimentarios y en relación con el REAL DECRETO 728/1988 de 8 de julio, por el que se establecía la normativa a que debían ajustarse las Denominaciones de Origen, Específicas y Genéricas de productos agroalimentarios no Vínicos (derogados por la actual Ley 6/2015 de régimen supra autonómico) definía:

a) la denominación genérica en su artículo segundo: *“Se entiende por Denominación Genérica la calificación aplicable a los productos que tienen caracteres comunes y especiales debidos a su naturaleza, a los sistemas de producción empleados o a los procedimientos de transformación, elaboración y fabricación”.*

Se otorgaba pues a ‘grupos’ de productos, no a ninguno en concreto, en los que concurren características comunes, como describe el artículo 21.2 del RD 728/1988: *“Se aplicará la Denominación Genérica a los grupos de productos que, pudiendo producirse en todo el territorio nacional, tienen naturaleza común y se diferencian por su calidad de otros semejantes.”*

Actualmente está constituido por aquellos nombres que han perdido por completo este carácter especial para convertirse en la denominación de un género o clase de productos, por razón del tiempo y de las costumbres como se establece en el artículo 41.2 del Reglamento 1151/2012: *Para determinar si un término se ha convertido o no en genérico, deberán tenerse en cuenta todos los factores pertinentes, particularmente: a) la situación existente en las zonas de consumo; b) los actos normativos nacionales o de la Unión que sean pertinentes.”*

Se trata de una denominación de origen indicadora de la procedencia geográfica inicialmente pero que con el tiempo y el uso, deviene genérica y deja de establecer vínculo entre los productos y su procedencia.

Podemos decir que se diferencian de las denominaciones de origen ya que las genéricas hacen referencia a la naturaleza de los productos y no al origen geográfico. No hace referencia a que se trata de un nombre geográfico, no siendo por tanto una indicación de procedencia, aunque sí puede tratarse del nombre de una determinada zona geográfica, cuando así ocurre, la denominación es sólo en apariencia geográfica.

Las Denominaciones tipo pueden ser utilizadas libremente por todas las empresas que elaboren los productos de la clase o género que en el mercado se designen mediante el correspondiente nombre geográfico.

La jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea constituye una de las fuentes más importante para determinar en qué casos un nombre se considerará genérico. Las denominaciones protegidas NO podrán pasar a ser denominaciones genéricas, como plantea las STJCE de 16 de marzo de 1999, sobre el queso FETA<sup>34</sup>, en la cual el Tribunal considera que la denominación FETA se trata de una denominación de origen protegida y no genérica.

Así pues, el TFG estipula que es importante saber en qué situación se encuentra la denominación en el país de origen, que será objeto de protección, siempre y cuando no haya devenido genérica en el

Estado de origen, por lo que la protección en otros países requiere que exista protección en el de origen.

Es por tanto tarea difícil la de determinar en qué casos una denominación pasa a ser genérica, teniendo en cuenta factores como, la situación que se dé en el Estado Miembro del que proceda el nombre, así como la situación en otros Estados miembros en que se pretenda utilizar, y ante todo las legislaciones nacionales e internacionales oportunas.

Para ello serán de gran ayuda los sondeos de opinión de los consumidores, respecto a cómo entienden o interpretan ellos el significado de la denominación. Un ejemplo de esto es el que se realizó para la sentencia de “FETA” mencionada anteriormente, sobre la cual se basó la conclusión de la Comisión que estableció que “FETA” no se trata de un término genérico.

Es importante poner de manifiesto, que será determinante la labor del titular de la denominación, que deberá tomar todas las medidas necesarias para evitar que su DOP pase a ser genérica en el tráfico económico.

b) la denominación específica en su artículo 3: “*Se entiende por Denominación Específica la calificación aplicable a un producto que tiene cualidades diferenciales entre los de su misma naturaleza debidas a la materia prima, base de su elaboración, al medio natural o a los métodos de elaboración*”, y los artículos 16 y siguientes del RD 728/1988 añaden: “*El nombre de la Denominación Específica podrá hacer referencia: al lugar geográfico de procedencia del producto amparado o, a la raza o variedad productora de la materia prima o, al método de elaboración, transformación o maduración*”; “*cuando el producto amparado se comercialice habitualmente con dicho nombre [...] y los procesos se realicen en un área geográfica delimitada en relación con dicho nombre geográfico y la calidad y especificidad del producto amparado dependan del mismo*”.

Estas definiciones son muy similares a nuestro actual concepto relativo a las DOP, exceptuando pequeñas diferencias que encontramos en la primera. El art. 17 del RD 1573/1985 no establecía que la denominación debía estar constituida por un nombre geográfico, y la segunda, no es requisito la cumplimentación de todas las fases del proceso en una misma zona determinada, sino que tiene “*cualidades diferenciales entre los de su misma naturaleza debidas a la materia prima, base de su elaboración, al medio natural o a los métodos de elaboración*”. Siendo la diferencia esencial con nuestra actual denominación de origen, que no será necesario que se cumplan todos los factores en dicha zona, sino unos u otros, dicho de otro modo, el medio geográfico modula bien la materia prima, bien los procesos de elaboración y transformación; pero nunca los dos de forma conjunta, que sería el caso de la denominación de origen.

c) La denominación homónima, no se trata tampoco de la denominación de origen protegida, sino que ésta induce al consumidor a creer erróneamente que los productos son originarios de otro territorio, aunque sea exacto por lo que se refiere al territorio, la región o la localidad de la que son originarios los productos agrícolas o alimenticios de que se trate.

La homonimia puede ser causada por la existencia de zonas geográficas, de mismo nombre, que se encuentran enclavadas en distintos Estados, en las que se producen productos similares, pero con distintas características debidas al medio geográfico.

Existe una excepción, cuando las condiciones prácticas garanticen que la denominación homónima registrada posteriormente se diferencia suficientemente de la ya registrada, habida cuenta de la necesidad de garantizar un trato equitativo a los productores interesados y de no inducir a error al consumidor.

La utilización de la denominación geográfica no registrada de que se trate solo se autorizará si en la etiqueta aparece indicado clara y visiblemente el país de origen.

Otra prohibición de registro se refiere a los nombres que entren en conflicto con variedades vegetales o razas de animales, que por ello induzcan a error al consumidor respecto del verdadero origen del producto, lo que implica que dicho nombre sea además un nombre que determine una zona geográfica. Se entiende que lo más relevante en estos casos es evitar el error en el consumidor, por lo que, sí se permitirá dicho uso en la medida en que se tomen las precauciones necesarias para evitar inducir a error en el público, dando una información completa, que llegue directamente al consumidor.

### C. Examen nacional

Las correspondientes solicitudes de registro de FFC, que atañan a una zona geográfica de un Estado miembro, o en aquellas en las cuales la agrupación se encuentre establecida en un Estado miembro, la Ley establece que, deberán dirigirse a las autoridades de dicho Estado, dejando pues el inicio del procedimiento de registro en manos de la legislación nacional.

Para España, cada solicitud deberá dirigirse, al órgano competente de la respectiva Comunidad Autónoma en el que se encuentra el producto, si la DOP o la IGP afecta a una única Comunidad Autónoma, o al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación, si afecta a más de una Comunidad Autónoma.

Como establece el artículo 8.2.c) del 1151/2012, que el estado deberá elaborar una declaración *“en la que haga constar que la solicitud presentada por la agrupación y objeto de una decisión favorable cumple las condiciones del presente Reglamento”*.

Será el órgano competente en cuestión quien procederá a examinar la solicitud y asegurarse de que se cumplen unas disposiciones mínimas comunes, incluida la sujeción a un procedimiento nacional de oposición. Se trata pues de un primer filtro, que evitará que la Comisión reciba solicitudes incompletas, ya que el propio Estado tiene la posibilidad de conocer con más detalle las circunstancias que engloban el contenido de la solicitud.

Según el ALDO, la autoridad competente del país de origen actuará como intermediario entre las FFC y la Comisión (artículo 5.1 ALDO).

Si el Estado considera que no cumple los requisitos, o que está justificada tal y como establece el Reglamento, oponiéndose al registro de la misma.

Otra posibilidad es que el Estado considere que ésta fase ha sido superada, y procederá en consecuencia: *“el Estado iniciará un procedimiento nacional de oposición, garantizando una publicación adecuada de la solicitud y estableciendo un plazo razonable durante el cual cualquier persona física o jurídica que ostente un interés legítimo y esté establecida o resida en su territorio podrá declarar su oposición a la solicitud”*.

En la fase de oposición, las personas establecidas en dicho Estado Miembro, que tengan interés legítimo para la oposición se dirigirán al órgano competente, explicando las razones por las cuales se oponen al registro, ya sea por ostentar derechos anteriores y que colisionen con dicho registro, o que simplemente, el registro no sea lícito.

El Estado estudiará las oposiciones, y decidirá si son admisibles o no. Notificará a los interesados dicha decisión, dándoles un plazo para alegar lo que corresponda. En caso de admitirse alguna de las oposiciones, se suspenderá la tramitación del procedimiento, hasta que se solvete el conflicto.

Para el caso en que no se estimen las oposiciones, o que no se dé ninguna, podrá estimar o bien desestimar la solicitud de registro, en el caso de desestimarse, ésta deberá ser motivada. Y se tendrá entonces que notificar al interesado su decisión, indicando las vías de recurso disponibles como se establece en el párrafo 4 del artículo 5.5 del Reglamento *“el Estado miembro garantizará que su decisión favorable se haga pública y que cualquier persona física o jurídica legítimamente interesada disponga de vías de recurso”*.

Junto con la decisión favorable de la autoridad competente del Estado Miembro, se remitirán inmediatamente, todos los documentos pertinentes a la Comisión, es decir, la solicitud de registro, el pliego de condiciones y el resto de documentación en que se base su decisión, para que desde allí continúen el proceso.

Durante el proceso entre la solicitud y la inscripción de una DOP o de una IGP, el Estado miembro puede otorgar al solicitante una determinada y limitada protección nacional transitoria, desde la fecha de presentación de la solicitud a la Comisión, y en ciertos casos, un periodo de adaptación, como se observa en el artículo 9 del Reglamento 1151/2012.

Se trata de una protección de carácter voluntario, que solo surtirá efectos a nivel nacional, la pueden solicitar las agrupaciones de productores o transformadores ante el órgano competente del país en cuestión (en el caso de España a través de la Consejería correspondiente al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación). No se reconoce por tanto la protección ante la Unión, pero dado que el Estado ha estimado la solicitud, le otorga este amparo limitadamente en el tiempo y el espacio, denominada la “Protección nacional transitoria” que figura en el artículo 9 del 1151/2012: *“Los Estados miembros podrán conceder, solo de forma transitoria y a escala nacional, protección a un nombre de conformidad con el presente Reglamento con efectos desde la fecha en que se haya presentado la solicitud de ese nombre a la Comisión. Tal protección nacional cesará a partir de la fecha en que se tome una decisión de registro en virtud del presente Reglamento o en que se retire la solicitud. Si un nombre no está registrado en virtud del presente Reglamento, las consecuencias de tal protección nacional serán de responsabilidad exclusiva del Estado miembro de que se trate. Las medidas que adopte un Estado miembro en aplicación del párrafo primero únicamente producirán efectos a escala nacional y no tendrán incidencia alguna en el comercio interior de la Unión ni en el comercio internacional”*.

De este modo, la protección se dará hasta que la DOP o la IGP obtenga la respuesta definitiva sobre la inscripción a nivel comunitario en el registro de la Unión Europea, a partir del cual esta protección dejará de surtir efectos, siendo entonces sustituida o no, por la protección a nivel de la Unión. Si la Comisión no llega a admitir la solicitud, las consecuencias que haya generado la protección nacional transitoria se imputarán exclusivamente al respectivo Estado miembro que la otorgó.

#### D. Examen comunitario

La labor de la comisión comienza pues, al recibir los documentos junto con la decisión favorable remitida por el órgano de gestión del Estado miembro, redactado en una de las lenguas de la UE, como implanta el 5.7 y siguientes apartados del Reglamento: “*una declaración en la que haga constar que la solicitud presentada por la agrupación y objeto de la decisión favorable cumple las condiciones del presente Reglamento y las disposiciones adoptadas para su aplicación*”.

La Comisión deberá examinar estos instrumentos en “*un plazo no superior a 12 meses*” para garantizar que no contengan errores manifiestos y que en ellas se hayan tenido en cuenta las disposiciones del Derecho de la Unión.

Mensualmente, la Comisión publicará en el Diario Oficial de la UE una lista con las FFC que han presentado su solicitud, tras su examen, para permitir que cualquier Estado miembro o tercer país, incluso cualquier persona física o jurídica de un Estado miembro distinto de aquel en el que se haya presentado la solicitud, o de un tercer país, que tenga un legítimo interés, ejerza sus derechos mediante la notificación de su oposición en 3 meses, según el art.51 del 1151/2012, desde la fecha de publicación en el DOUE.

#### E. Fase de oposición

Este proceso de oposición, deberá presentarse ante la Comisión en caso de los Estados en sí mismos, y ante el mismo Estado de residencia en el caso de las personas físicas o jurídicas con legítimo interés, *una declaración debidamente motivada* que demuestren por ejemplo, que no se cumplen los requisitos establecidos por el presente Reglamento para tratarse de una DOP o IGP, cuando no se haya registrado en concordancia del artículo 5 y siguientes apartados, que demuestren que se puede poner en peligro una denominación o marca anterior, o que se trate de un nombre de carácter genérico.

En caso de que no se presenten oposiciones ante la Comisión o que estas no sean admitidas, ésta procederá a la publicación en el DOUE y al registro de la denominación.

En cambio, la Comisión deberá tener en cuenta los intereses de cualquiera de las partes implicadas que no pertenezcan al Estado miembro de la solicitud, y que se opongan al registro.

La parte legítimamente interesada deberá enviar la declaración, siempre motivada, a la autoridad competente del Estado miembro donde ésta resida, para que el Estado lo remita a la Comisión para su análisis.

Para que sea admitida una declaración de oposición deberán cumplirse los requisitos establecidos en el 10 del reglamento, siempre dentro del plazo establecido, que empieza a computar desde la fecha de envío o bien de recepción de la declaración de solicitud de oposición.

Los requisitos legales para la admisión a trámite de la oposición son:

*“a) demuestren el incumplimiento de las condiciones a que se refiere el artículo 5 y artículo 7 apartado 1, o*

*b) demuestren que el registro del nombre propuesto sería contrario al artículo 6, apartados 2, 3 o 4, o*

*c) demuestren que el registro del nombre propuesto pondría en peligro la existencia de una denominación total o parcialmente homónima o de una marca registrada o la existencia de productos que se hayan estado comercializando legalmente durante al menos los cinco años anteriores a la fecha de publicación establecida en el artículo 50, apartado 2, letra a), o*

*d) aporten elementos que permiten concluir que el nombre para el que se solicita el registro es un término genérico.”.*

La letra a) es la relativa al concepto de denominación de origen (artículo 5 del Reglamento 1151/2012), trata de evitar que se registren FFC que no reúnen los requisitos establecidos por la Ley, que son necesarios para convertirse en DOP:

*“A efectos del presente Reglamento se entenderá por: a) «denominación de origen»: el nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país, que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio*

*— originario de dicha región, de dicho lugar determinado o de dicho país,*

*— cuya calidad o características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y*

*— cuya producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada;”*

Se pide que se “demuestre” el incumplimiento de estos requisitos en el caso concreto, o que en su caso, no se cumplan los requisitos que exige el Reglamento para el pliego de condiciones, en su artículo 7.

La letra b) es la prohibición de los apartados 2, 3 y 4 del artículo 6:

- No podrá registrarse ningún nombre que entre en conflicto con el nombre de una variedad vegetal o de una raza animal y que por ello pueda inducir a error al consumidor en cuanto al verdadero origen del producto.
- La prohibición de registrar una denominación homónima, total o parcialmente, o bien ya haya sido registrada, salvo que los productos ‘infractores’ puedan distinguirse de los registrados evitando la inducción a error al consumidor.
- Cuando entre en conflicto con una marca que goce de renombre y pueda haber error en el consumidor respecto la *verdadera identidad del producto*.

La letra c) es la prohibición de registrar una denominación homónima, total o parcialmente, o bien que ya haya sido registrada, o que los productos ‘infractores’ se hayan venido *comercializando legalmente durante al menos los 5 años anteriores a la fecha de la publicación* en el DOUE de la solicitud presentada. Esto se soluciona otorgando el derecho a seguir comercializando los productos a estas empresas por periodos transitorios, de máximo 5 años.

La letra d) trata de las denominaciones genéricas, vistas con anterioridad, para la oposición deberán precisarse los criterios y las situaciones que han operado para que la denominación protegida haya devenido genérica.

Fijados los motivos por los que declaran la oposición, se suspenderá la tramitación del procedimiento de registro, notificará a las partes para que se pronuncien, procurando el alcance de un acuerdo en el plazo de 6 meses, que no modifique la solicitud de manera sustancial .

De no alcanzar acuerdo en el plazo establecido, la Comisión decidirá si se cumplen las exigencias legales para proceder al registro o no, adoptando actos de ejecución, por los que, se acuerde el registro o se deniegue la solicitud, para este último caso, teniendo en cuenta los usos leal y tradicionalmente practicados y los riesgos reales de confusión. Se le dará siempre publicidad a esta decisión en el DOUE.

El registro se hace efectivo a nivel internacional en el momento en el que la Comisión lo publica en el DOUE, pero además, la protección es ampliable a terceros Estados, mediante acuerdos y proyectos internacionales. Por ejemplo, el proyecto “10+10” garantiza la protección de diez denominaciones de origen de productos agroalimentarios de la UE en China.

#### F. Modificación y Anulación del Registro

La Comisión puede llegar a considerar que todas o algunas de las disposiciones que integran el pliego de condiciones de una FFC, no se han tomado en cuenta, o han dejado de garantizarse, procederá al inicio de procedimiento de anulación que establece el artículo 54 del Reglamento 1151/2012.

Este artículo establece que se podrá anular el registro, a iniciativa propia o de cualquier persona interesada legítimamente, en dos supuestos determinados;

- Cuando no esté asegurado el cumplimiento de lo dispuesto en el pliego de condiciones,
- *“cuando un producto no se comercialice al amparo de la especialidad tradicional garantizada, la denominación de origen protegida o la indicación geográfica protegida durante al menos siete años”.*

La obligación de uso es la que justifica la denominación, en caso de que no se vaya a usar, no habría ninguna razón de seguir manteniendo dicha FFC, por lo que lo más lógico sería anularla.

## VII CONTENIDO DEL DERECHO

### VII.i. Efectos del registro

Es necesario distinguir por una parte la titularidad del derecho de la FFC, de la titularidad de uso.

Según el artículo 12 en su primer apartado, del Reglamento 6/2015, de ámbito supraautonómico: *“Los nombres protegidos por estar asociados con una DOP o IGP supraautonómica son bienes de dominio público estatal que no pueden ser objeto de apropiación individual, venta, enajenación o gravamen.* “

Se trata de un Derecho inapropiable por los individuos, como se comentó anteriormente, los miembros de la asociación no podrán disponer de él en ningún caso, ni podrán otorgar licencias, ni cesiones, ni ningún derecho real sobre el mismo.

La titularidad del Derecho de la FFC corresponde a la asociación que opera en la zona geográfica delimitada, los miembros tendrán derecho al uso de FFC, en cuanto producen, elaboran y/o comercializan el producto para el que se solicitó la protección, siempre y cuando cumplan todas las formalidades indicadas.

El segundo apartado del mismo artículo establece que: *“No podrá negarse el uso de los nombres protegidos a cualquier persona física o jurídica que cumpla los requisitos establecidos para cada DOP o IGP, salvo por sanción de pérdida temporal del uso del nombre protegido o por cualquier otra causa legalmente establecida.”*

Se dan dos vertientes respecto el derecho de uso exclusivo, la positiva confiere a los titulares autorizados, el derecho de poder fijar sobre el envase del producto el símbolo de la misma para que sea diferenciable; poder comercializar el producto como FFC.; usarla en su pertinente publicidad, avisos, etiquetas, o documentos mercantiles que acompañen o hagan referencia al producto.

Se estipula en el artículo 12 del Reglamento 1151/2012:

*“1. Las denominaciones de origen protegidas y las indicaciones geográficas protegidas podrán ser utilizadas por cualquier operador que comercialice productos conformes al pliego de condiciones que les sea aplicable”.*

Serán pues usuarios, productores o transformadores, las empresas miembro que ejercen la actividad que se establece en el pliego de condiciones en la zona geográfica designada por la denominación, y prohibida a todas las demás <sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Maroño Gargallo, M.M. 1999. *“La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario”*. “Dialnet” [En línea] s/n. (Consultado el 25 de Agosto de 2018).

A nivel nacional, y junto al segundo apartado del artículo 12 de la Ley 6/2015, para DOP de ámbito supraautonómico, (que mencioné antes, al establecer que cumpliendo con los requisitos legales todos los operadores pueden utilizar los nombres protegidos) establece que: *“No podrá negarse el uso de los nombres protegidos a cualquier persona física o jurídica que cumpla los requisitos establecidos para cada DOP o IGP, salvo por sanción de pérdida temporal del uso del nombre protegido o por cualquier otra causa legalmente establecida.”*

A tenor de lo que se establecen estos apartados, TODOS tienen derecho de uso exclusivo del Derecho en el tráfico comercial, con una única condición para su ejercicio: que se cumplan los requisitos que se establecen en las leyes.

Siguiendo con el Reglamento, en el segundo apartado se comienza a hablar de la manera en que se dará uso a las FFC (etiquetado):

*“2. Se establecerán símbolos de la Unión diseñados para dar publicidad a las denominaciones de origen protegidas y a las indicaciones geográficas protegidas.*

*3. En el caso de productos originarios de la Unión comercializados con una denominación de origen protegida o indicación geográfica protegida registrada de acuerdo con los procedimientos establecidos en el presente Reglamento, figurarán en el etiquetado los símbolos de la Unión a ellas asociados. Además, el nombre registrado del producto deberá aparecer en el mismo campo visual. Podrán figurar en el etiquetado las menciones «denominación de origen protegida» o «indicación geográfica protegida» o las correspondientes abreviaturas «DOP» o «IGP».*

*4. Adicionalmente también podrá figurar en el etiquetado los siguientes elementos: una representación de la zona geográfica de origen a que se refiere el artículo 5, así como referencias textuales, gráficas o simbólicas al Estado miembro y/o a la región donde se ubique dicha zona geográfica de origen.*

*5. Sin perjuicio de la Directiva 2000/13/CE, las marcas geográficas colectivas a que se refiere el artículo 15 de la Directiva 2008/95/CE podrán utilizarse en las etiquetas junto con la denominación de origen protegida o la indicación geográfica protegida.*

*6. En el caso de productos originarios de terceros países comercializados con un nombre inscrito en el registro, podrán figurar en el etiquetado las menciones contempladas en el apartado 3 o los símbolos de la Unión a ellas asociados.*

*7. Para garantizar que se facilite al consumidor la información adecuada, la Comisión estará facultada para adoptar, de conformidad con el artículo 56, actos delegados que establezcan los símbolos de la Unión. La Comisión podrá adoptar actos de ejecución que definan las características*

*técnicas de los símbolos y las menciones de la Unión, así como las normas para su utilización en los productos comercializados amparados por denominaciones de origen protegidas o indicaciones geográficas protegidas, incluidas las normas relativas a las versiones lingüísticas que deban utilizarse. Dichos actos de ejecución se adoptarán de conformidad con el procedimiento de examen al que se refiere el artículo 57, apartado 2”.*

Se añade respecto al derecho exclusivo de uso, que para documentación y presentación del producto, podrán usarse “*los símbolos de la Unión*” diseñados para el mismo propósito. El conjunto de menciones respecto al etiquetado quedan igualmente establecidas legalmente, y serán diligencias que deberán ser tenidas en cuenta por las diferentes agrupaciones que comercialicen las DOP.

Verificada la inscripción en el Registro, mencionamos ahora la vertiente negativa, tal y como establece el **artículo 13** del Reglamento 1151/2012, que otorga protección a las DOP frente a:

*“a) toda utilización comercial, directa o indirecta, de una denominación registrada para productos no amparados por el registro, en la medida en que sean comparables a los productos registrados bajo dicha denominación o en la medida en que al usar la denominación se aprovechen de la reputación de la denominación protegida;”*

Quiere decir que resulta prohibido todo uso de la denominación protegida en las etiquetas, propaganda, publicidad o en documentos comerciales que no cumpla con el pliego de condiciones establecido, cuando al usar la denominación se aprovechen de la reputación que tienen estos.

Respecto a las prácticas que se prohíben, son amplias en el sentido en que abarca “*toda utilización comercial, directa o indirecta*”, incluyendo desde la presentación del producto hasta cualquier forma de publicidad que se le dé al mismo.

Dada la amplia redacción que realiza el legislador, se verá protegida íntegramente la denominación, incluso del empleo por separado de los términos que la componen, excluyendo los nombres genéricos, que podrán ser siempre utilizados por cualquier empresario en el tráfico comercial.

Se dan límites a esta utilización comercial, como es el caso de la publicidad comparativa, que podrá realizarse siempre y cuando se haga conforme a la Ley General de Publicidad, a la Directiva 97/55/CE sobre publicidad engañosa y a las buenas costumbres.

Respecto a la mención a los productos a los que atañe esta disposición, establece que se impedirá su uso para los “*productos no amparados por el registro*”, es decir, aquellos que no pueden protegerse por la DOP y que no están establecidos en el pliego de condiciones, por no cumplir con las características necesarias para poder gozar de la protección.

Al mismo tiempo, se establecen unos supuestos con los que se deben incluir dichos productos no amparados, *“en la medida en que sean comparables a los productos registrados bajo dicha denominación o en la medida en que al usar la denominación se aprovechen de la reputación de la denominación protegida”*. El concepto “producto comparable” rompe con el principio de especialidad tan propia de los signos distintivos, yendo más allá, puesto que se refiere a que se impedirá el uso para productos que compartan naturaleza con los protegidos, así como a todos los productos que, basándose en distintos criterios, guarden cierta similitud con estos, ya sea por su naturaleza, por las necesidades que satisfacen o por los canales por los que se comercializan.

En el último apartado del párrafo, se amplía aún más la protección, englobando productos que, a pesar de no ser similares o comparables, se aprovechen de la reputación de la DOP. Este supuesto rompe igualmente con el principio de especialidad, y es muy común en el ámbito de las marcas renombradas, evitando así que el prestigio y difusión en el mercado que goza la denominación sea beneficioso para un tercero injustamente. En este sentido, además de ser ilegítimo aprovecharse indebidamente del esfuerzo ajeno, puede menoscabar y perjudicar la reputación de la denominación, por lo que protegerá los productos con DOP frente a esta. En la práctica no suele ser tarea sencilla probar ese aprovechamiento, como sucedió en una de las sentencias del TJUE <sup>30</sup>.

Siguiendo el análisis del referido precepto 13, el mismo en su letra b, establece que;

*“b) toda usurpación, imitación o evocación, aunque se indique el origen verdadero del producto y aunque la denominación protegida esté traducida o vaya acompañada de una expresión como «género», «tipo», «método», «estilo», «imitación» o una expresión similar;”*

Parte de los términos utilizados por el legislador en este precepto se encuentran en el artículo 3 del ALDO. Examinando el enunciado término a término, ha de entenderse:

1. Por **usurpación** : la apropiación de la FC por quien no es titular y/o para designar productos no abarcados por el registro.
2. Con la **imitación**: se prohíbe la utilización de una denominación que por similitud o parecido con la FC suponga la reproducción de la misma. Este acto queda igualmente prohibido por nuestra Ley de Competencia Desleal, en concreto en su artículo 11, así como también es regulado por la Ley de Marcas. La semejanza es causa suficiente para imposibilitar el registro de la nueva marca, siempre y cuando esto pueda generar riesgo de confusión en el consumidor, circunstancia que no se observa en

---

<sup>30</sup> Sentencia de Tribunal de Justicia de la Unión Europea, Sala Primera, de 14 de julio de 2011. Asuntos acumulados C-4/10 y C-27/10 (Cognac-BNIC)

el caso de las denominaciones<sup>31</sup>. Aunque se entiende que, al igual que se precisa en la primera parte del artículo 13, debe darse aprovechamiento indebido de la reputación de la denominación.

3. Por último será un caso de **evocación** cuando el nombre utilizado para designar un producto incorpore, o no, una parte de una FFC, pero que al ver el nombre del producto el consumidor piense en el de la FFC, beneficiándose de su prestigio el producto no registrado. No se trata de riesgo de confusión, ni de asociación, ni siquiera de aprovechamiento indebido, que aparecen regulados en la Ley de Marcas, es un concepto más amplio, que consiste en la simple “idea” que se produce en la mente del consumidor, evocando el producto que goza de protección.

A modo de ejemplificar este caso, resulta viable traer a colación la sentencia del TJCE de 1999, respecto al caso “*Gorgonzola*”

este Tribunal precisó, que no era necesario que los términos fueran idénticos, sino que claramente se daba el riesgo de asociación como define el artículo 6.1.b) de la LM^ *Que, por ser idénticos o semejantes a una marca anterior y por ser idénticos o similares los productos o servicios que designan, exista un riesgo de confusión en el público; el riesgo de confusión incluye el riesgo de asociación con la marca anterior.*”

El riesgo de asociación quedó definido por el Tribunal, en esta y otras sentencias<sup>32</sup>

, estableciendo que éste queda comprendido dentro del riesgo de confusión, precisando su alcance: a pesar de no existir confusión sobre el origen del producto, puede asociarse un signo con otro, incluso de forma inconsciente, aprovechándose el último de la reputación del protegido. Siendo evidente en el caso “*Gorgonzola*” dicha evocación, ya que la Marca demandada “*Cambonzola*” incorpora directamente parte de la DOP en su terminología, además de referirse ambas a productos de queso.

---

<sup>31</sup> Maroño Gargallo, M.M : La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario, Marcial Pons, Madrid 2002 [pag.270],

<sup>32</sup> Véase:

- Sentencia TJCE de 11 de noviembre 1997, No asunto: C.251/95, caso ‘Sabel contra “Puma AG, Rudolf Dassler Sport”’.
- Sentencia TJCE de 29 de septiembre 1998, No asunto: C-39/97. Caso “Canon Kabushiki Kaisha contra Metro-Goldwyn Mayer Inc.”

Por ello, y como apuntó el Abogado General Sr. Jacobs en la sentencia, la ‘evocación’ requiere menos que la ‘imitación’, por ello, no precisa que exista un riesgo de confusión efectivo, sino que la simple alusión que se realiza en la mente del consumidor respecto a los dos productos, permite a uno aprovecharse de la reputación que pueda gozar aquel que está efectivamente protegido.

Este precepto no guarda grandes diferencias con el apartado primero del mismo artículo, pero añade una pauta valorativa al final que es fundamental para establecer el ámbito de aplicación de la prohibición; *“aunque la denominación protegida esté traducida o vaya acompañada de una expresión como «género», «tipo», (...)”*, es decir, quedará igualmente vedado, aunque se intente hacer llegar al consumidor que no se trata del mismo producto, sino que es una imitación, práctica que suele usarse para evitar que la expresión sea totalmente falsa, como reconoce la doctrina.

*“c) cualquier otro tipo de indicación falsa o falaz en cuanto a la procedencia, el origen, la naturaleza o las características esenciales de los productos, en el envase o en el embalaje, en la publicidad o en los documentos relativos a los productos de que se trate, así como la utilización de envases que por sus características puedan **crear una impresión errónea acerca de su origen;**”*

Aquí se refieren a toda indicación falsa, no solo aquellas que describan falazmente tanto el origen del producto, como sus características o su naturaleza, en cualquiera de las formas bajo las cuales se comercializa el producto, llegando inclusive a añadir el uso de envases que generen confusión en el consumidor.

*“d) cualquier otra práctica que pueda **inducir a error al consumidor sobre el auténtico origen del producto**”.*

En esta última premisa, se termina de englobar las prácticas frente las que actuará el *ius prohibendi*, interpretándolas en un sentido amplio, y creando una lista de supuestos de *numerus apertus*, previniendo una clausula general, que abarca cualquier acto que genere error respecto del origen del producto en el consumidor.

*“2. Cuando una denominación registrada contenga ella misma el nombre de un producto agrícola o alimenticio considerado como genérico, la utilización de dicho nombre genérico para los productos agrícolas o alimenticios correspondientes no se considerará contraria al párrafo primero, letras a) o b).”*

Nos encontramos ante un límite de la protección, las denominaciones pueden incorporar nombres genéricos ya estudiados que acompañen al de la denominación de origen, tales como “Queso Manchego” o “Jamón de Jabugo”, pero la agrupación ostenta derecho exclusivo sobre éstos, siendo el genérico, de simple información complementaria.

## VIII. ÓRGANOS

Anteriormente, todas las tareas de control y gestión se venían realizando por el mismo órgano, pero la experiencia ha destacado la importancia de separar el trabajo de estos organismos, para así evitar que se mezclen intereses, y permitir que las actividades se desarrollen conforme a la lealtad y las normas básicas que rigen el mercado.

Se encargará el Estado, de asegurar una aplicación efectiva de la protección, y las Administraciones públicas podrán efectuar controles complementarios sobre los sistemas de órganos de gestión y control.

### VIII.i GESTIÓN

Ya desde el Estatuto del Vino 1932, se reconocía en su artículo 34, a la FC en conjunción con la designación del Consejo Regulador, al cual se le atribuía en los siguientes artículos del EV funciones de definición de características y de delimitación de zona, propuesta y seguimiento de la regulación y del uso de la denominación. Permaneciendo e incluso desarrollándose sus funciones en la posterior Ley de 1970, al incluirse sus potestades sancionadoras, y reconociéndolo como un organismo descentralizado de la Administración Pública, que incorporan en su composición ciertos miembros de la Administración además de representantes de los sectores privados en relación con la FC.

La Unión establece unos criterios básicos respecto al funcionamiento de estas agrupaciones, dejando la facultad a los Estados miembros, de *fomentar* las actividades que estas realizan por medio de las Administraciones Públicas. Deberá darse una comunicación activa entre los Estados y la Comisión que prevea la mayor transparencia de las agrupaciones de los distintos países, entre otras acciones, la Comisión informará a cualquier usuario interesado de lo que atañe a los datos sobre las agrupaciones.

Actualmente, tiene como objetivo esencial, la defensa de las FFC, además de la promoción del producto protegido y el fomento de sus atributos y características notables.

El Reglamento 1151/2012, en su artículo 45 (sin perjuicio de las disposiciones específicas que establece el Reglamento (CE) no 1234/2007 para las organizaciones de productores y las organizaciones interprofesionales) las faculta para determinadas funciones, que tienen todas ellas como objeto principal el mantenimiento del buen uso de la denominación; el citado 45 enuncia que serán sus funciones:

- “a) contribuir a velar por que la calidad, la reputación y la autenticidad de sus productos estén garantizadas en el mercado, supervisando el uso que se haga en el comercio de los nombres registrados y, en caso necesario, informando a las autoridades competentes a las que se refiere el artículo 36 o a cualquier otra autoridad competente en virtud del artículo 13, apartado 3;*
- b) adoptar medidas que garanticen una protección jurídica adecuada de la denominación de origen protegida o de la indicación geográfica protegida y de los demás derechos de propiedad intelectual directamente relacionados con ellas;*
- c) realizar actividades de información y promoción con objeto de comunicar a los consumidores los atributos que confieran valor añadido a sus productos;*
- d) desempeñar actividades cuyo objetivo sea garantizar el cumplimiento por los productos de lo dispuesto en su pliego de condiciones;*
- e) adoptar medidas que permitan mejorar el funcionamiento de los regímenes, como el desarrollo de conocimientos económicos especializados, la realización de análisis económicos, la difusión de información económica sobre los regímenes o la prestación de asesoramiento a los productores;*
- f) adoptar medidas dirigidas a valorizar los productos y, cuando sea menester, adoptar medidas para impedir o contrarrestar las medidas que sean perjudiciales o entrañen el riesgo de ser perjudiciales para la imagen de esos productos.*

Actualmente, la Ley 6/2015, en el CAPITULO IV bajo la rúbrica ‘Entidades de Gestión’, entre ellos los artículo 15 y siguientes, se encargan de definir y detallar las características de estos Consejos.

Desde el art. 15, sobre su ‘Composición’, podemos observar que estará formado por los ‘operadores inscritos en la DOP’, es decir una serie de representante privados que operan en la producción de la denominación. Además estos integrantes dependerán en cierta medida de la Administración Pública, que por medio de autorización, promoverá su correcto funcionamiento, siempre que se cumplan los siguientes requisitos:

*“- Tener personalidad jurídica propia.*

*-Contar con un órgano de gobierno, donde estén representados de manera paritaria todos los intereses económicos y sectoriales que participan de manera significativa en la obtención del producto protegido.*

*-Contar con los medios necesarios para poder desarrollar sus funciones. “*

El ejercicio de sus actividades deberá siempre regirse por el Reglamento de la DOP o IGP, por los acuerdos que adopte el Consejo, por la normativa europea que sea de aplicación, y por la Ley 6/2015, como queda establecido en su artículo 16, siempre de acuerdo con los arts. 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la UE.

Respecto a sus funciones, la Ley establece una lista no exhaustiva, de las que caben destacar:

1. *“ La promoción y la defensa del producto protegido, así como procurar una exhaustiva protección del nombre amparado por la DOP o IGP, registrando a tal fin las correspondientes marcas, nombres de dominios de internet y otros derechos de propiedad industrial que puedan complementar la protección prevista por la legislación en esta materia. Ejercer las acciones judiciales o extrajudiciales a su alcance para defender el nombre protegido por la DOP o IGP frente a su utilización ilegítima que constituyan actos de competencia desleal u otros usos indebidos”.*

Será pues el Consejo, quien vele por los intereses de los miembros, y quien se ocupe de ejercitar las acciones correspondientes en caso de incumplimiento o de infracción de las FFC.

2. *“- Llevar los registros de carácter interno exigidos por las normas técnicas de cada entidad, así como colaborar con el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente en el mantenimiento de los registros oficiales relacionados con la DOP o IGP. - Colaborar con el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y órganos competentes de las comunidades autónomas, en particular, en sus actuaciones de control oficial”.*

Estos preceptos dejan entrever la necesidad de una cooperación efectiva entre la agrupación y la Administración, que permita asimismo un control externo del organismo de gestión.

Se trata pues de una entidad de Derecho Público, dotada de personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines privados, para los cuales se regirá por el derecho privado, y en el ejercicio de sus funciones públicas por el Derecho Administrativo, tal y como determina el artículo 17.

Además de las funciones atribuidas por la referida Ley 6/2015, establece la letra g) del art.17: *“Realizarán cualquier otra función que, con independencia de las establecidas en la presente ley, les atribuya el ordenamiento jurídico, sus estatutos o resulten del pliego de condiciones de la DOP o IGP que sean compatibles con su naturaleza y con la normativa vigente”* y h) *“Además de las funciones contempladas en el artículo 16, podrán realizar las siguientes que habrán de realizar de acuerdo con la normativa nacional y europea, y en ningún caso se deberá facilitar o dar lugar a*

*conductas contrarias a la competencia incompatibles con los artículos 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea:*

*(...) 3.º Emitir certificados de producto u operador acogido a la DOP o IGP a requerimiento del interesado que lo solicite (...) 6.º Realizar todas aquellas funciones que les sean expresamente asignadas por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente relacionadas con las DOP e IGP, excluido el control oficial, salvo en las condiciones previstas en el artículo 23, en relación con los intereses tutelados por la figura de protección”.*

Las personas inscritas en las FFC deberán cumplir con las disposiciones y las decisiones que emanen del Consejo y de la Administración Pública, para ello se le otorga al Consejo una potestad sancionadora, como órgano encargado de velar que los componentes de las FFC cumplan con lo establecido en las normas, y se cumplan los objetivos perseguidos por la agrupación. Podrá pues reprimir los incumplimientos en que incurran sus miembros, a través de un sistema de sanciones que vendrán definidas en el Reglamento de las FFC, según la naturaleza de la infracción. Las sanciones recaerán sobre sujetos activos de la infracción cuando sean integrantes de la organización, inscritos en su Registro.

Además, según la Ley, deberán contar con los medios necesarios para cumplir sus funciones, por ello se les dota de un sistema de financiación, para que puedan ser autosuficientes y puedan cubrir ‘*el coste derivado de sus normas de organización y funcionamiento*’. Se le asignarán una serie de recursos provenientes de las subvenciones que se les otorgue, además de los bienes que constituyen su patrimonio, y de un porcentaje de las ventas de los productos comercializados.

Así como, el artículo 47 del Reglamento 1151/2012 establece al igual un sistema de tasas: “*(...) los Estados miembros podrán cobrar una tasa para cubrir los costes que sufran por la gestión de los regímenes de calidad, incluidos los derivados de la tramitación de las solicitudes, declaraciones de oposición y solicitudes de modificación o de anulación enmarcadas en el presente Reglamento*”.

## **VIII.ii. CONTROL**

El valor añadido de las denominaciones de origen, de las indicaciones geográficas y de las especialidades tradicionales garantizadas se basa en la confianza del consumidor, y para conseguirla, es necesario tener total transparencia respecto a los controles de calidad, no solo en el inicio, sino durante toda la vida de la denominación, para garantizar que ese nivel cualitativo no variará. Además

de implantar los sistemas de control, incluyen un sistema de inspección en todas sus fases: producción, transformación, etiquetado y la de distribución.

Las FFC integran derechos que otorgan al producto calidad diferenciada en el ámbito internacional y deben ser protegidos en la Unión y en terceros países, para evitar confusiones en los usuarios en cuanto a las cualidades y autenticidad de los productos, por ello la UE considera necesario aproximar las legislaciones al respecto, para que el control realizado en un país pueda tener validez y ser admitido por los países de destino de los productos.

Así las cosas, el 30 de junio de 1989 se publicó en el DOCE la Directiva del Consejo n. 89/397/CEE, de 14 de junio, relativa al control oficial de los productos alimenticios, transpuesta al Derecho español por el Real Decreto 50/1993, de 15 de enero, publicado en el BOE el 11 de febrero siguiente, y el RD 1397/1995, de 4 de agosto, por el que se aprueban medidas adicionales sobre el control oficial de los productos alimenticios, ambas derogadas por la Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición.

Ahí es donde se establecen los principios generales que han de presidir dichos controles, además de dictarse al amparo de lo establecido en el artículo 149.1.16ª de la CE respecto a las medidas dirigidas a prevenir riesgos para la salud pública, y en desarrollo del artículo 43 de la carta magna, respecto al derecho a la seguridad alimentaria.

En el artículo 3 del RD 50/1993 quedaban recogidos los productos que se incluirían en el control, siendo estos, los productos alimenticios, los aditivos alimentarios (vitaminas, sales minerales, oligoelementos y los restantes productos de adición destinados a ser vendidos como tales) y los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con tales productos. Teniendo en cuenta todas las etapas que se realizan para la comercialización de dichos alimentos.

La Ley 17/2011 va más allá que los RD, y establece como fines, además de los mecanismos de control que contribuyan a una mayor seguridad alimentaria, el *“desarrollo de estrategias que fomenten la información, educación y promoción de la salud en el ámbito de la nutrición (...)”*.

Establece además en su artículo 4, una serie de principios de actuación:

- Principio de necesidad: que las medidas que se empleen queden justificadas en aras del interés general.

- Principio de proporcionalidad: el ejercicio de la actuación debe ser proporcional a los fines que se pretenden conseguir.
- Principio de no discriminación: en particular por razón de nacionalidad o forma empresarial.
- Principio de mínima afección a la competencia: que se usen medidas menos gravosas para la empresa, que sean efectivas para la protección de la salud.

En el artículo 9 de la citada Ley , el cual remite a los artículos 1 y 5 del Reglamento CE nº 852/2004<sup>33</sup>, se requiere a la empresa que por su parte y bajo su control, asegure que se cumpla con lo establecido en la normativa pertinente respecto a seguridad y salud alimentaria, a través de procedimientos eficaces que serán comprobados por los órganos de control.

Los órganos de control, a su vez, deberán remitir al Ministerio informes de los estudios realizados y los resultados que se hubieran obtenido cada año. Asimismo, todos los Estados miembros elaborarán igualmente informes anuales que comuniquen el resultado de dichas vigilancias y los enviarán a la Comisión. A ésta última se le confieren competencias de ejecución, para que pueda garantizarse el ejercicio de acciones de manera uniforme para la Unión.

Además de los citados informes, los Estados tendrán la obligación de tener a disposición de la Comisión todos los datos pertinentes que proporcionen buena cooperación.

En cuanto a la designación de la autoridad competente, el artículo 36 del Reglamento 1151/2012, señala que; *“ En aplicación del Reglamento (CE) no 882/2004, los Estados miembros designarán a la autoridad competente o a las autoridades encargadas de realizar los controles oficiales que permitan comprobar el cumplimiento de los requisitos legales aplicables a los regímenes de calidad establecidos en el presente Reglamento.”*

En el apartado 2 del mismo artículo se determina que dicha autoridad competente deberá ofrecer garantías suficientes de **objetividad e imparcialidad** para el correcto ejercicio de control y dispondrá del personal cualificado y de los recursos necesarios para desempeñar sus funciones.

La Ley 6/2015 <sup>34</sup> abarca materia sobre la regulación del control al que debe someterse de manera oficial determinados productos, en concreto en su artículo 22 define las fases en que operará el control oficial, estableciendo que: *“consistirá en la verificación del cumplimiento del pliego de condiciones*

---

<sup>33</sup> Reglamento CE nº 852/2004 de 29 de abril de 2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios.

<sup>34</sup> Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico.

*de un producto. Afectará a todas las etapas y actividades que se recojan en el mismo, incluido, en su caso, la producción, la manipulación, la clasificación, la elaboración, la transformación, la conservación, el envasado, el almacenamiento, el etiquetado, la presentación y el transporte” y en el apartado 2: “El control oficial se aplicará también a todos los productos y elementos que intervengan en los procesos que forman parte de la cadena: materias primas, ingredientes, productos semiacabados o intermedios y productos terminados; los procesos y equipos tecnológicos de fabricación, elaboración y tratamiento de alimentos; los medios de conservación y de transporte; así como en el etiquetado, presentación y publicidad de los alimentos”.*

Y termina con una máxima en el párrafo 4: *“El control oficial se atenderá a los principios de legalidad, proporcionalidad, seguridad, contradicción, agilidad y simplificación administrativa”.*

Para terminar con los órganos de Control, cabe mencionar igualmente a los organismos privados, que se separan en 2 grupos, los organismos independientes de control, como por ejemplo ENAC Entidad Nacional de Acreditación.<sup>35</sup>

Que al igual que el resto de acreditadores europeos se rigen por la norma europea UNE-EN ISO/IEC 17065, que define, entre otros, los requisitos específicos que deben cumplir los órganos que se dedican al control.

Así como concreta la Ley 6/2015, el control oficial es competencia del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, pero éste podrá delegar determinadas tareas de control antes de la comercialización *‘en uno o varios organismos de control que actúen como organismos de certificación de producto, de conformidad con lo establecido en la normativa europea sobre los controles oficiales’.* He aquí el segundo grupo, compuesto por organismos independientes de inspección, acreditados de conformidad con la norma UNE-EN ISO/IEC 17020:2012<sup>36</sup>, o norma que la sustituya que establece los requisitos de funcionamiento de los diferentes organismos que realizan la inspección de las fases de producción de las FFC

---

<sup>35</sup>Disponible en: <https://www.enac.es/web/enac/quienes-somos/-que-es-enac-> ( Consultado el 25 de Agosto de 2018).

<sup>36</sup> Evaluación de la conformidad. Requisitos para el funcionamiento de diferentes tipos de organismos que realizan la inspección. (ISO/IEC 17020:2012). Disponible en: <https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma?Tipo=N&c=N0049515> ( Consultado el 25 de Agosto de 2018).

*“Las figuras de calidad de los productos agroalimentarios  
situación actual y perspectiva de futuro a nivel nacional y europeo”*

Estos organismos actuarán en todo momento en cooperación con el Ministerio y *“en el caso de que conozcan irregularidades durante su labor de control, procederán a su denuncia ante la autoridad competente”* según el apartado 3 del artículo 22 de la Ley anteriormente expuesta.

En caso de que el organismo de control no realice correctamente las tareas que le han sido asignadas, el Ministerio podrá instar la retirada de la delegación.



## IX. ACCIONES CONTRA INFRACCIONES

Las indicaciones geográficas de calidad son bienes de Derecho público y su titularidad pertenece a la agrupación en su conjunto, Estado, o a la Comunidad Autónoma donde radica la zona geográfica en cuestión.

El ámbito de protección de las FFC se encuentra regulado en los **artículos 13 y 14 sobre Protección, del Reglamento 1151/2012**, que como hemos visto anteriormente, detallan los casos en los que se vulneran sus derechos; se trata de redacciones muy amplias, a través de las cuales el legislador garantiza la protección a un alto nivel, todo ello, sin llegar a considerar las consecuencias o acciones oponibles a aquellos que incumplan dicha normativa.

Cabe añadir, en cuanto a las medidas de protección aplicables se refiere, los textos legales en el Derecho de la Unión, remiten al Derecho interno de cada Estado para la solución de conflictos, por lo que los Estados miembros adoptarán las medidas pertinentes y designarán a la autoridad competente para que se encargue de su resolución.

En nuestro Derecho interno, para conocer las acciones que se pueden oponer, debemos acudir en primer lugar a la **tutela administrativa** que ofrecen los **Reglamentos Internos de cada Consejo Regulator**, donde se fijan las posibles infracciones y sus sanciones, siempre desde una perspectiva administrativa.

Y en un segundo lugar, y a pesar de la tutela administrativa, existe la opción de actuar a través de la **vía judicial**, mediante el uso de distintas normas, como la Ley de Competencia Desleal, la Ley General de Publicidad o el TRLGDCU.

Se podrá asimismo acudir a la Ley de Marcas, en los casos en que uno de estos signos distintivos entre en conflicto con la FFC, es decir, podrá llevarse a cabo un proceso marcario de manera acumulada.

Por último, si el caso abarca esta posibilidad, el Código Penal otorga ciertas acciones de defensa.

### IX.i. Acciones administrativas

Cualquier persona, física o jurídica, puede acudir al Consejo Regulator, para que éste interponga las acciones contencioso administrativas necesarias contra el infractor, por lo que dicha tutela queda abierta para que la ejerzan tanto competidores, como profesionales o consumidores. Pasando por MAPAMA, el Consejo Regulator se encargará de sancionar a los sujetos responsables de la infracción, aplicando el Reglamento y la normativa pertinente en cada caso.

Se trata de la vía más adecuada, ya que son órganos que conocen el sector, y por lo tanto les será más fácil resolver cualquier tipo de conflicto al respecto.

## **IX.ii. Acciones judiciales**

### **1. En cuanto a la Ley de Competencia Desleal**

El CUP faculta a los Estados miembros a emplear los medios legales que consideren necesarios para evitar este tipo de conductas, en España, se encargará de ellos la Ley de Competencia Desleal, y en contadas ocasiones la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios y la Ley General de Publicidad.

Se conoce el LCD como el “cajón de sastre”, por el que acaban pasando una amalgama de supuestos en los que no ha sido posible aplicarles su normativa específica por diversas razones. Se encarga, esta rama del ordenamiento, de proteger los intereses de los participantes del mercado, lo cual se convierte en un paraguas para la protección que otorga la normativa de las figuras de calidad, cuando ésta no contempla las acciones a ejercer.

Serán competentes objetivamente para conocer estas cuestiones los Juzgados de lo Mercantil. A nivel territorial, se seguirán los criterios de la LEC, en concreto los fueros del art. 52.1; dado que no hay precepto que atribuya competencia territorial de manera específica para las DOP (contrariamente a la Ley de Marcas, que establece al Juzgado de lo Mercantil de Alicante competente para toda España).

Los sujetos legitimados para el ejercicio de tales acciones serán las entidades de gestión, es decir, los Consejos Reguladores (nunca los particulares), al tratarse de bienes de dominio público, como queda establecido en el art. 16 a) de la Ley 6/2015.

Debemos hacer hincapié que es en la LCD donde se encuentran reguladas las acciones contra infracciones o actos desleales, que pudieran alterar el comportamiento económico en el consumidor, como son los actos de engaño, de confusión, de comparación, de denigración, de imitación, de explotación de reputación ajena, y de violación de normas, a ejercitarse ante los Tribunales.

Para que la conducta sea considerada desleal, **no** se precisa que exista dolo o culpa, ni que llegue a producirse un resultado, sino que simplemente se cree una situación de peligro. Se deberán justificar los motivos en que se funda la infracción, dado que se trata de un precepto muy amplio y poco delimitado. La cláusula general en su artículo 5, con respecto a comportamientos que resulten objetivamente contrarios a las exigencias de la buena fe.

Asimismo, la ley considera desleal, toda conducta que infrinja una norma con el fin de prevalerse de una ventaja competitiva en el mercado, ventaja que no hubiera sido posible obtener sin el incumplimiento de dichas normas, tal como dispone la citada ley en su artículo 15.

Ahondando en este extremo, la Ley tipifica unos supuestos específicos, que, en caso de estar el acto comprendido en su ámbito de aplicación, deberán aplicarse, siendo la cláusula general subsidiaria. Los cuales son;

- Los actos de confusión, previstos en el artículo 6, cuando éste sea '*idóneo*' para crear desconcierto, siendo suficiente que se cree un riesgo de asociación en el consumidor, respecto la procedencia del producto. Este precepto abarca tanto comportamientos que puedan generar confusión entre los productos de la FC y otros que no pertenezcan a ella, o que los consumidores lleguen a pensar que los productos infractores forman parte de la FC cuando no sea el caso. También se entenderá acto de confusión cuando no se de el riesgo de confusión en puridad, pero el público pueda creer que existe algún tipo de asociación y atribuyan una procedencia común a los bienes.

- Los actos de engaño, regulados por el artículo 7. Son aquellos que incorporan información falsa o incorrecta, incluso la ocultación de circunstancias verdaderas. Este artículo abarca todo tipo de conductas, aunque también se especifica que el uso de información falsa o la omisión de verdadera debe ser susceptible a inducir a error al consumidor para que tenga carácter desleal. Tal práctica suele ser ejercitada por los competidores con el objetivo de prevalerse de una ventaja competitiva en el mercado, haciendo creer al consumidor que sus productos poseen características análogas a las de las FFC

- Los actos de explotación de la reputación ajena, establecidos en el artículo 12, engloba en su primer párrafo, cualquier conducta que realice un competidor, en el ámbito del tráfico económico, que le suponga un beneficio injustificado, a costa del prestigio *industrial comercial o profesional* que otro disfrute en el mercado, en este caso, el adquirido por una FC. Hablamos de la reputación desde el prisma económico, que permita al infractor lucrarse '*indebidamente*'.

La segunda parte del artículo acota la conducta desleal al caso de emplear *signos distintivos ajenos o denominaciones de origen falsas* a pesar de que se incorpore la verdadera procedencia del producto, o cuando se añada una expresión como '*modelos*', '*sistema*', '*tipo*', '*clase*' y *similares*.

En conexión a lo anterior, frente a estas infracciones la Ley enumera una serie de acciones:

- La acción declarativa:

No contemplada en Marcas ni en patentes, por la cual se solicita al Juzgado que declare la deslealtad de determinada conducta.

- La acción de cesación y de prohibición de reiteración:

Solo será estimada si el acto desleal se continúa realizando, con el objetivo de ponerle fin y además evitar que se repita posteriormente.

- La acción de remoción:

Se pretende que se subsanen los perjuicios ocasionados por la conducta desleal, y que se vuelva a la situación que regía antes del daño producido.

- La acción de resarcimiento de daños y perjuicios:

Solamente operará en los casos en que se demuestre que el demandado ha concurrido en dolo o negligencia, además el actor deberá probar que el daño económico ha sido real, y que existe un nexo causal entre el daño y producido y el acto denunciado.

- La acción de enriquecimiento injusto:

El enriquecimiento injusto es una prohibición general del derecho, que prohíbe que alguien pueda beneficiarse en perjuicio de otro, y deberá ser probada por el demandante.

La prueba se compondrá, tanto el daño causado, es decir el empobrecimiento del demandante, como el beneficio injustificadamente obtenido por el demandado, y será requisito demostrar que existe una relación de causalidad entre el empobrecimiento y el enriquecimiento, este último no justificado mediante ninguna norma.

No es necesario que concurren todas, por ejemplo, por motivos estratégicos, de complejidad, o de gastos, la indemnización por daños se suele pedir tras la sentencia favorable respecto a la infracción.

Al no tener un soporte legal específico respecto las acciones judiciales de las FFC , las acciones reservadas por la LCD no están pensadas para la defensa de este sector, por lo que será de gran relevancia la jurisprudencia que se acopia.

Para entender cómo operan estos supuestos en la práctica, los veremos en relación con casos concretos:

≈ SENTENCIA ESPÁRRAGO DE NAVARRA

El Consejo Regulador de la Denominación Específica Espárrago de Navarra, demandó a la empresa CORONAS DE NAVARRA SL por la utilización de la expresión “de Navarra”, pues su uso genera un riesgo de confusión para el consumidor.

La Audiencia Provincial de La Rioja reafirma lo entendido por el Consejo Regulador de la Denominación Específica Espárrago de Navarra, al corroborar la sentencia del Juzgado de Instrucción

Nº 6 de Logroño, del 13 de mayo de 2011, *que condena a la empresa "Coronas de Navarra S.L" a dejar de utilizar la marca comercial Coronas de Navarra para vender espárragos que no están amparados en la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Espárrago de Navarra, así como a retirar del mercado todos los productos, embalajes, material publicitario o cualquier documento comercial relacionado* <sup>37</sup>.

Como se observa en dicha sentencia, la Audiencia aplica la Ley de Competencia Desleal, siendo el texto normativo al que el Reglamento de las FFC remite subsidiariamente, por carecer de las acciones necesarias para su defensa.

Asimismo, el artículo 15 de la LCD dispone que:

*“1. Se considera desleal prevalerse en el mercado de una ventaja competitiva adquirida mediante la infracción de las leyes. La ventaja ha de ser significativa.*

*2. Tendrá también la consideración de desleal la simple infracción de normas jurídicas que tengan por objeto la regulación de la actividad concurrencial”.*

Así, la sentencia de la Audiencia Provincial ratifica que:

*1. Que el uso del signo Coronas de Navarra para identificar y comercializar espárragos supone una infracción de la IGP Espárrago de Navarra con arreglo al Reglamento (CE) 51072006, ya que el producto que se vende no está inscrito en dicha IGP.*

*2. Que la utilización de dicho signo supone igualmente una conducta desleal por el hecho de infringir las normas jurídicas que regulan la actividad de promoción y producción de espárragos, así como los derechos y obligaciones de aquellos que desarrollan la actividad comercial, industrial o artesanal de espárragos en Navarra.*

*3. La nulidad total de la marca Coronas de Navarra para la categoría de “conservas vegetales”, así como el cese del uso de “de Navarra”.*

≈ SENTENCIA MEJILLON DE GALICIA<sup>38</sup>

En esta sentencia, la AP de Pontevedra confirma que la palabra “Galicia” para los mejillones en conserva evoca a la DOP Mexillón de Galicia, dado que se trata de productos comparables con los

---

<sup>37</sup> Sentencia AP La Rioja, 7 de Septiembre de 2012, No 299/2012 .

<sup>38</sup> Sentencia AP de Pontevedra, 22 de Enero de 2016, No 41/2016.

protegidos. Por ello sólo podrán usar tal denominación aquellos que formen parte de dicha agrupación protegida, tal y como dispone el artículo 13.1 del Reglamento 1151/2012, evitando que se aprovechen otros productos similares de la reputación de la DOP.

Utilizar la evocación con el fin de obtener beneficios a costa de la FC protegida constituye un acto que vulnera el artículo 13 del Reglamento 1151/2012; siendo únicamente posible el ejercicio de la acción contra la infracción a través de la LCD.

Continuando con el epígrafe de las acciones contra infracciones, debemos seguir el análisis con la siguiente normativa;

## 2. Ley de Marcas

Como vimos anteriormente en el Epígrafe V. iv. CONTRASTES ENTRE FFC Y MARCAS, para poder aplicar las acciones que otorga la LM 2001, se deben ejercitar de manera acumulada a la LCD, y siempre y cuando en la infracción intervenga una marca.

Así ocurre en la sentencia del Consejo Regulador de la DOP “Queso de Tetilla” contra “INDUSTRIAS LÁCTEAS MONTEVERDE SA”<sup>39</sup>, por la que se anula la marca “Mamiella tres oscos”, en virtud del artículo 14.1 del Reglamento 510/2006.

La demandada infringe la DOP y se le condena a: “cesar en el uso del término “mamiella” en la comercialización; así como la retirada del tráfico económico de los quesos que comercializaba que copiaban la marca tridimensional registrada, al usar una forma cónica idéntica.

## 3. Código Penal

Quedan tipificados en su art. 273 y siguientes, de manera específica, los delitos contra la propiedad industrial, que incluyen el uso ilícito de las denominaciones de origen.

Así pues, el artículo 275 establece: *“Las mismas penas previstas en el artículo anterior se impondrán a quien intencionadamente y sin estar autorizado para ello, utilice en el tráfico económico una denominación de origen o una indicación geográfica representativa de una calidad*

---

<sup>39</sup> Sentencia AP Alicante, sección 8ª, 31 de octubre 2013, No 419/13.

*determinada legalmente protegidas para distinguir los productos amparados por ellas, con conocimiento de esta protección”.*

El CP pretende proteger el derecho de exclusiva que otorga el signo distintivo a aquellos miembros, que deben necesariamente cumplir una serie de exigencias, que además del dato geográfico, incorporan una reputación que hace referencia a una serie de términos de calidad. La conducta tipificada es pues el ‘uso no autorizado’ de la denominación, esto abarca, tanto los productos no amparados por la protección, es decir, aquellos que no se encuentran específicamente establecidos en el pliego de condiciones, aun cuando procedan de la región en cuestión.

También quedan dentro del ámbito de aplicación del artículo 275, aquellos nombres que, no siendo idénticos a la denominación de origen, por su fonética u ortografía, puedan conducir a error con la denominación de origen protegida, generándose pues el supuesto de aprovechamiento indebido de la reputación ajena.

El sujeto activo, es decir, el responsable del delito, puede ser una tercera persona, externa a la agrupación, que utilice sin autorización el signo, o bien un miembro, que lo haga de forma indebida. El sujeto activo en este caso, será como es evidente, la agrupación, el Consejo Regulador, que actuará en representación de los integrantes, y tiene legitimación para ejercer las acciones necesarias para salvaguardar el derecho que se les ha otorgado.

Es requisito esencial para encontrarse en el cauce establecido por el delito tipificado, que dichos actos se realicen en el tráfico económico, puesto que se pretende castigar la conducta malintencionada que el autor de los hechos realiza para obtener un beneficio, o bien pretende perjudicar a los miembros de la FC Por lo que se precisa igualmente la intencionalidad del infractor, estableciendo que se requiere ‘*conocimiento de la protección...*’, esto se traduce en que debe existir dolo directo, no bastando la simple culpa.

La pena prevista para este tipo de delitos, remite al artículo 274, oscila entre los 6 meses y los 2 años de prisión y multa de 6 a 24 meses, dándose supuestos agravados en el artículo 276, que tienen en cuenta el valor de los productos infractores, o la gravedad del perjuicio ocasionado que serán estimados por los Tribunales, pudiendo llegar la pena de 2 a 4 años de prisión y multa de 8 a 24 meses además de incluirse el supuesto de inhabilitación especial para el ejercicio de la profesión por un periodo de 2 a 5 años.

El artículo 288 dispone que podrá ser considerada, como medida complementaria, la publicación o difusión de la sentencia ordenada por el juez, a instancia del perjudicado, a costa del demandado.

## **X. CONCLUSIONES**

Como bien se ha podido observar a lo largo del trabajo, las figuras de calidad comparten ciertos rasgos similares a las marcas, pues son un bien inmaterial, formando parte de los signos distintivos y de la Propiedad Industrial. Ahora bien, las FFC no son marcas, son autónomas a éstas, pues tal y como se ha expuesto la ley les confiere una regulación independiente, englobando el registro, procedimientos de control, entidades y organismos, entre otros.

Éstas sirven de ayuda tanto a los consumidores, pues se convierte en una referencia que les guía a la hora de elegir un producto, como a los productores, pues otorga valor añadido logrando una mayor diferenciación en el mercado de sus bienes, además de que el sector necesita un gran empuje para su progreso. En definitiva, beneficia al mercado en términos generales a obtener una mayor transparencia.

Uno de los aspectos más efectivos es la puesta a disposición a los productores de una inscripción en un registro europeo común, asegurando la competencia leal y permitiendo la explotación y comercialización de los productos, no sólo en el Estado en el que se encuentran, sino en un territorio muchísimo más amplio.

Cabe señalar, respecto al papel que desempeñan los Consejos reguladores, que ejercen una función positiva en cuanto a la formación y conocimientos que poseen sobre el producto en concreto, sirviendo por tanto como el grupo más especializado que pueda existir en el área.

El marco normativo a nivel europeo que protege las denominaciones de origen e indicaciones geográficas ha facilitado mucho el desarrollo de tales instrumentos, a pesar de que la labor no ha finalizado, siendo un sector dinámico que en la actualidad se encuentra en auge.

El problema principal es la falta de unificación y de simplificación de la normativa. Ya que a pesar de la existencia de una abundante y diversa legislación que hoy en día se encuentra regulada en múltiples textos, son de tal variedad, que en ocasiones obstaculizan la función protectora que confieren. Esto es un inconveniente tanto a nivel nacional como a nivel internacional, ya que la legislación de cada Estado trata estos signos de manera distinta, y a pesar de la armonización y globalización encargada a la UE, todavía subsisten complicaciones a la hora de aplicar la normativa existente, pues la última palabra la sostiene cada Estado.

Es el caso de acudir a la norma nacional de manera supletoria para poder ejercer como hemos visto, las acciones contra infracciones de FFC, ya que dependiendo de la nacionalidad del tribunal que decida sobre la cuestión, se aplicará un texto normativo de un país o de otro, pudiendo por ello dar soluciones distintas a un mismo conflicto. Todo ello da lugar a fisuras en el régimen legal y por ende en el propio sistema de comercio.

Por todo lo expuesto, se exige una regulación reforzada y un control exhaustivo al tratarse de una figura sensible, debido a lo que la misma representa. Por ello, necesitan una especial atención por parte del legislador con la finalidad de evitar en la práctica fraudes, engaños, aprovechamientos y sobretodo que tal figura indicadora de calidad pierda su valor en el camino.

Para afrontar los problemas causados, se debería conseguir una armonización real y tangible a nivel europeo, pues esto ayudaría al progreso en el desarrollo de instrumentos, puliendo las normas relativas a las denominaciones de origen y otras indicaciones de procedencia geográfica.

Por último, siendo conscientes de lo que la figura de calidad significa, y lo que al comercio aporta, no estaría de más poder llegar a conseguir una protección de las FFC sin carencias, como las mismas merecen, con el objetivo de llegar a poseer una defensa igual de amplia que cualquier signo que se encuentra hoy en el mercado, los cuales gozan de una protección independiente y especializada.

## FUENTES

### A) Legales/Normativas/Documentales

Muñoz.M. 2012. “*Marca Nacional, Marca Comunitaria y Marca Internacional*” Ceca Magán Abogados. [pdf]. Disponible en: <http://www.cecamagan.com/wp-content/uploads/la-marca.pdf>

Arias Perez-Izarbe E., Dpto de Patentes e información tecnológica de la OEPM. “*Introducción a la propiedad industrial*” [en línea] [Consultado el 20 de febrero 2018]

Nelson, P. 1970. *Information and Consumer Behavior*, Journal of Political Economy 78 no. 2.

MAPAMA. Disponible en <http://www.mapama.gob.es/es/agricultura/temas/default.aspx> (Consultado por última vez el 25 de agosto de 2018)

Política agraria común del Ministerio de Agricultura y Pesca

Bruselas, 20.09.2011 –Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, el Consejo, el Comité Económico y Social Europeo y el Comité de las Regiones - Iniciativa emblemática con arreglo a la Estrategia Europa 2020.

COMISION EUROPEA, 26 de junio 2013- “*PAC*” Press Release Database (*MEMO*) Bruselas.

Maroño Gargallo, M.M. 1999. “*La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*”. “Dialnet” [En línea] s/n. (Consultado el 25 de Agosto 2018).

Recurso de inconstitucionalidad número 1.036/1985, planteado por el Presidente del Gobierno contra la totalidad de la Ley 9/1985, de 30 de julio, del Parlamento de Galicia, y subsidiariamente contra determinados preceptos de la misma.

Yravedra, G 2018. “*Factores naturales y humanos de las denominaciones de origen*”. Disponible en: <http://www.yravedra.com/denominacion-origen/12-denominacion-origen/1524-ii-factores-naturales-y-humanos>.

Roubier. P. (1952). *Le droit de la propriété industrielle*. 1ª Edición [e-book]. París. Disponible en : [https://books.google.es/books/about/Le\\_droit\\_de\\_la\\_propri%C3%A9t%C3%A9\\_industrielle.html?id=DcwyAQAAIAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.es/books/about/Le_droit_de_la_propri%C3%A9t%C3%A9_industrielle.html?id=DcwyAQAAIAAJ&redir_esc=y)

Sordelli. A (2006). *Denominazione di origine e indicazioni di provenienza*. Giuffrè Editore [ e-book]. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=1cPWMnd81k0C&pg=PA91&lpg=PA91&dq=Sordelli+denominazione+di+origine+e+indicazioni+di+provenienza&source=bl&ots=dwDatdH6bt&sig=NZ6UUWHX>

[all8fbvZA4PpyU601kM&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjHrL6psrDbAhXOExQKHRMvCXUQ6AEIKzAA#v=onepage&q=Sordelli%20denominazione%20di%20origine%20e%20indicazioni%20di%20provenienza&f=false](https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma?Tipo=N&c=N0049515)

Evaluación de la conformidad. Requisitos para el funcionamiento de diferentes tipos de organismos que realizan la inspección. (ISO/IEC 17020:2012). Disponible en: <https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma?Tipo=N&c=N0049515> ( Consultado el 25 de Agosto de 2018).

Real Decreto 728/1988, de 8 de julio, por el que se establece la normativa a que deben ajustarse las Denominaciones de Origen, Específicas y Genéricas de Productos Agroalimentarios no vínicos.

Reglamento CE nº 852/2004 de 29 de abril de 2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios.

Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico.

## **B) Jurisprudenciales**

-Sentencia del Tribunal Justicia de la Unión Europea de 11 de octubre de 1997, Sabel BV contra PUMA AG, RD Sport.

- Sentencia del Tribunal Justicia de la Unión Europea de 30 de junio de 2005, C286/04 P. Eurocermex S.A. contra OAMI

- Sentencia del Tribunal Justicia de la Unión Europea de 15 de septiembre de 2005, C37/03 P. Bio ID AG contra OAMI

- STC de Února 11/1986, de 28 de enero.

-Sentencia del Tribunal Justicia de la Unión Europea de 11 de octubre de 1997, Sabel BV contra PUMA AG, RD Sport.

- Sentencia del Tribunal Justicia de la Unión Europea de 30 de junio de 2005, C286/04 P. Eurocermex S.A. contra OAMI

- Sentencia del Tribunal Justicia de la Unión Europea de 15 de septiembre de 2005, C37/03 P. Bio ID AG contra OAMI

- Sentencia del Tribunal Constitucional 211/1990, de 20 de diciembre.

- Sentencia Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 20 febrero 1975. No asunto: 12/74. (Sekt/Weinbrand)
- Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, Sala Primera, de 14 de julio de 2011. Asuntos acumulados C-4/10 y C-27/10 (Cognac-BNIC)
- Sentencia TJCE de 11 de noviembre 1997, No asunto: C.251/95, caso ‘Sabel contra “Puma AG, Rudolf Dassler Sport”’.
- Sentencia TJCE de 29 de septiembre 1998, No asunto: C-39/97. Caso “Canon Kabushiki Kaisha contra Metro-Goldwyn Mayer Inc.”
- Sentencia AP La Rioja, 7 de Septiembre de 2012, No 299/2012 .
- Sentencia AP de Pontevedra, 22 de Enero de 2016, No 41/2016.
- Sentencia AP Alicante, sección 8ª, 31 de octubre 2013, No 419/13.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Fernández- Nova, C. Otero Lastres, J.M y Botana Agra, J.M. 2017, *Manual de la Propiedad Industrial*, Marcial Pons, Madrid.

Gómez Segade, J.A 1974, *El Secreto Industrial (know-how)*, Tecnos, Madrid.

GUILLEM CARRAU, J. 2008. “*Denominaciones Geográficas de Calidad*”, Tirant lo Blanc, monografías.

Maroño Gargallo MM, 2002. *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid.

Mª Mar Gómez Lozano. M.M. “Denominaciones de origen y otras indicaciones geográficas”, 2004. Aranzadi. Madrid.