



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

**LAS MARCAS INSTITUCIONALES EN EL
SECTOR AGROALIMENTARIO: RÉGIMEN
JURÍDICO DE LAS MARCAS DE CALIDAD
DE ÁMBITO AUTONÓMICO**

José Manuel González Pérez
MARZO 2022

**LAS MARCAS INSTITUCIONALES EN EL SECTOR
AGROALIMENTARIO: RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS
MARCAS DE CALIDAD DE ÁMBITO AUTONÓMICO**

**INSTITUTIONAL BRANDS IN THE AGRI-FOOD
SECTOR: LEGAL REGIME OF QUALITY BRANDS OF
REGIONAL SCOPE**

Programa de Doctorado en Ciencias Económicas, Empresariales y Jurídicas

Doctorando: José Manuel González Pérez

Directora: Dra. María del Mar Gómez Lozano

AGRADECIMIENTOS

Mis primeras palabras de agradecimiento son para los miembros del Tribunal por su disponibilidad y por leer esta tesis doctoral.

También quiero agradecer a mi directora de tesis, la Prof. Dra. Dña. María del Mar Gómez Lozano por aceptarme para realizar este trabajo de investigación bajo su dirección y que gracias a su extraordinaria dirección, colaboración y enseñanza, además de su apoyo y confianza en mí, han hecho posible la realización de este trabajo.

A la Universidad de Almería por permitirme utilizar sus instalaciones y al personal de la Biblioteca Nicolás Salmerón de la Universidad de Almería por su disponibilidad y amabilidad.

A mi compañera de viaje, Lola, que aunque hemos pasado por momentos muy difíciles, gracias a su apoyo, comprensión y paciencia hemos podido culminar esta tesis doctoral.

A mi familia, a mis padres, hermanos y sobrinos y en especial, a mi madre y a mi abuela Julia que tanto me han ayudado en mis estudios.

A mi compañera de paseo, Amélie, que todas las tardes me avisaba de que ya era hora de hacer un descanso y despejar la mente y las ideas un rato.

Y mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que con su ayuda y apoyo durante este tiempo han hecho posible que este estudio sea hoy una realidad.

RESUMEN:

Los consumidores demandan cada vez más productos agroalimentarios de calidad motivados fundamentalmente por las crisis alimentarias que hemos sufrido estos últimos años, por eso en la actualidad la calidad de los productos agroalimentarios es un aspecto importante para los consumidores en la elección de los productos agroalimentarios que va a adquirir en los mercados. Este es el principal argumento que se ha tenido en cuenta para la elección del tema objeto de la Tesis.

El objetivo de la tesis es analizar la regulación actual de los distintivos de calidad agroalimentaria institucionales teniendo en cuenta el marco legal de las marcas de carácter colectivo como modalidad de propiedad industrial tanto a nivel nacional como europeo.

Partiendo de este estudio, se abordará la diversa problemática que plantea el régimen de los distintivos de calidad alimentaria y de las propuestas de soluciones legales y jurisprudenciales.

En especial, el estudio se centrará en la noción y composición de estos distintivos teniendo en cuenta la normativa reguladora en España, principalmente la normativa aprobada por las Comunidades autónomas en materia de agricultura y ganadería, de acuerdo con la ordenación general de la economía, que han asumido en sus respectivos estatutos de autonomía en virtud del artículo 148.1. 7ª CE.

Respecto a la metodología utilizada, se ha realizado un riguroso estudio y análisis de la normativa comunitaria, estatal y autonómica aplicable a la materia. Se ha revisado también de forma más profunda la bibliografía específica publicada en la doctrina española sobre la materia objeto de análisis en la tesis y se ha seleccionado y estudiado la jurisprudencia más relevante de aplicación a la temática de la tesis.

La tesis está estructurada en dos partes; la primera parte dedicada al marco legal de las marcas de carácter colectivo como modalidad de propiedad industrial en la que se analiza el régimen jurídico de las marcas colectivas, de garantía o de certificación en la normativa española y comunitaria, y la segunda parte que versa acerca de la calidad agroalimentaria en la normativa autonómica en la que se estudian las normas generales sobre la actividad agraria y las normas específicas sobre calidad agroalimentaria aprobadas por las Comunidades autónomas.

En esta segunda parte también se analiza la evolución de las marcas de calidad agroalimentaria de titularidad pública autonómica y se estudian las marcas institucionales que garantizan la calidad de los productos agroalimentarios, diferenciando aquellas marcas que siguen teniendo un componente geográfico de las que no lo tienen. Además, se detalla cómo se integra una marca institucional en el sistema de calidad agroalimentaria autonómico tomando como ejemplo la Comunidad de Castilla y León y el trabajo ha sido completado con unos anexos que muestran las figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios existentes en la LACyL, las marcas colectivas y de garantía que forman parte del sector agroalimentario de Castilla y León, y los reglamentos de uso utilizados.

El último Capítulo del trabajo está dedicado a reflexionar de manera horizontal sobre la problemática de las marcas de calidad alimentaria de titularidad autonómica e incluye las notas características de este tipo de marcas y su función es la de conectar los capítulos anteriores para así tener una visión global e interrelacionada de la problemática que existe en este tipo de marcas de calidad.

SUMMARY:

Consumers demand more and more quality agri-food products, fundamentally motivated by the food crisis that we have suffered in recent years. For that reason, the quality of agri-food products is currently an important aspect for consumers in choosing agri-food products that are going to buy in the markets. This is the main argument that has been taken into account for the choice of the subject matter of the Thesis.

The objective of the thesis is to analyze the current regulation of institutional agri-food quality labels, taking into account the legal framework of collective brands as a form of industrial property at both national and European level.

On the basis of this study, the various problems posed by the regime of food quality labels and the proposals for legal and jurisprudential solutions will be addressed.

In particular, the study will focus on the notion and composition of these labels, taking into account the regulatory regulations in Spain, mainly the regulations approved by the Autonomous Communities in the field of agriculture and livestock, in accordance with the general organization of the economy, which they have assumed in their respective statutes of autonomy by virtue of article 148.1. 7 CE.

Regarding the methodology used, a rigorous study and analysis of the community, state and regional regulations applicable to the matter have been carried out. The specific bibliography published in the Spanish doctrine on the subject matter of analysis in the thesis has also been reviewed in greater depth and the most relevant jurisprudence applicable to the subject matter of the thesis has been selected and studied.

The thesis is structured in two parts; the first part dedicated to the legal framework of collective brands as a form of industrial property in which the legal regime of collective, guarantee or certification brands in Spanish and Community regulations is analyzed, and the second part deals with of agri-food quality in the regional regulations in which the general rules on agricultural activity and the specific rules on agri-food quality approved by the Autonomous Communities are studied.

This second part also analyzes the evolution of regional institutional agri-food quality brands and studies the institutional brands that guarantee the quality of agri-food products, differentiating those brands that continue to have a geographical component of

those who don't have it. In addition, it details how an institutional brand is integrated into the regional agri-food quality system, taking the Community of Castilla y León as an example, and the work has been completed with some annexes that show the differentiated quality figures of existing agri-food products in the LACyL, the collective and guarantee marks that are part of the agri-food sector of Castilla y León, and the regulations for use utilized.

The last chapter of the work is dedicated to a horizontal reflection on the problems of the regional food quality brands and includes the characteristic notes of this type of brands and its function is to connect the previous chapters in order to have a global and interrelated vision of the problems that exist in this type of quality brands.

ÍNDICE

	<u>Página</u>
ABREVIATURAS.....	13
INTRODUCCIÓN.....	17

PRIMERA PARTE: MARCO LEGAL DE LAS MARCAS DE CARÁCTER COLECTIVO COMO MODALIDAD DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

CAPÍTULO PRIMERO

RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS MARCAS COLECTIVAS, DE GARANTÍA O DE CERTIFICACIÓN EN LA NORMATIVA ESPAÑOLA Y COMUNITARIA

I.	CONSIDERACIONES GENERALES.....	27
	A) Las últimas reformas del Derecho de Marcas.....	30
	1. Normativa estatal.....	30
	2. Normativa europea.....	35
	B) Concepto y funciones de las marcas.....	42
	C) Tipología de marcas.....	61
	D) Nacimiento del Derecho sobre la marca.....	63
	E) Prohibiciones absolutas de registro y nulidad por incumplimiento.....	65
II.	EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS MARCAS COLECTIVAS Y DE GARANTÍA EN LA NORMATIVA ESPAÑOLA.....	71
	A) Las marcas colectivas.....	71
	1. Régimen jurídico, noción y funciones.....	71
	2. Legitimación para solicitar las marcas colectivas. Especial referencia a las marcas colectivas de titularidad pública.....	74
	3. Composición del signo que constituye las marcas colectivas: las referencias geográficas.....	78
	4. El reglamento de uso y su contenido.....	81
	5. Denegación de la solicitud, nulidad y caducidad de las marcas colectivas.....	82
	B) Las marcas de garantía.....	88
	1. Régimen jurídico.....	88
	2. Noción y funciones.....	90
	3. Titularidad de las marcas de garantía.....	93
	4. Composición de las marcas de garantía.....	97
	a) Las indicaciones geográficas como marca de garantía.....	97
	b) El uso de la expresión marca de garantía como parte integrante de la marca.....	99
	5. El reglamento de uso: contenido y exigencia de informe favorable....	101
	6. Denegación de la solicitud. Nulidad y caducidad.....	103
	C) Disposiciones comunes.....	108

III.	EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS MARCAS COLECTIVAS Y DE CERTIFICACIÓN DE LA UNIÓN.....	115
	A) Las marcas colectivas de la Unión Europea.....	115
	B) Las marcas de certificación de la Unión Europea.....	120

**SEGUNDA PARTE: LA CALIDAD AGROALIMENTARIA EN LA
NORMATIVA AUTONÓMICA**

CAPÍTULO SEGUNDO

DISPOSICIONES REGULADORAS DE LA CALIDAD AGROALIMENTARIA

I.	NORMAS GENERALES SOBRE LA ACTIVIDAD AGRARIA.....	126
	A) Ley 17/2008, de 23 de diciembre, de Política Agraria y Alimentaria.....	126
	B) Ley 1/2014, de 19 de marzo, Agraria de Castilla y León.....	132
	C) Ley 6/2015, de 24 marzo, Agraria de Extremadura.....	143
	D) Ley 5/2018, de 6 de marzo, de la Huerta de Valencia.....	162
	E) Ley 3/2019, de 31 de enero, agraria de las Illes Balears.....	166
II.	NORMAS ESPECÍFICAS SOBRE CALIDAD AGROALIMENTARIA.....	176
	A) Ley 14/2003, de 13 junio, de Calidad Agroalimentaria.....	176
	B) Ley 2/2005, de 18 de febrero, de promoción y defensa de la calidad alimentaria gallega.....	186
	C) Ley 5/2005, de 1 de junio, de los sistemas de protección de la calidad agroalimentaria.....	201
	D) Ley 9/2006, de 30 noviembre, de Calidad Alimentaria de Aragón.....	209
	E) Ley 7/2007, de 15 de marzo, de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha.....	218
	F) Ley 2/2011, de 25 de marzo, de la Calidad Agroalimentaria y Pesquera de Andalucía.....	227
	G) Ley 2/2019, de 1 de marzo, de calidad alimentaria, calidad diferenciada y venta directa de productos alimentarios.....	238
	H) Ley 6/2019, de 9 de abril, de Calidad Agroalimentaria	248

CAPÍTULO TERCERO

**LAS MARCAS DE CALIDAD AGROALIMENTARIA DE TITULARIDAD
PÚBLICA AUTONÓMICA**

I.	EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL.....	262
	A) La protección de los nombres geográficos en el sistema europeo de reconocimiento de indicaciones geográficas para productos agroalimentarios: incidencia en los distintivos institucionales de calidad agroalimentaria....	262
	B) Evolución de las marcas de garantía a las marcas de promoción en el ámbito de la calidad agroalimentaria.....	264

II.	MARCAS INSTITUCIONALES QUE GARANTIZAN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS.....	267
A)	Marcas de garantía con componente geográfico.....	267
1.	Marca de garantía “Alimentos de Cantabria”.....	267
2.	Marca de garantía “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada”..	273
3.	Marca de garantía “Calidad Agroalimentaria - Control Región de Murcia”.....	280
4.	Marca de garantía Castilla- La Mancha Calidad Diferenciada”...	283
5.	Marca de garantía “Galicia Calidade”.....	290
B)	Marcas de garantía sin componente geográfico.....	297
1.	Marca de garantía “Alimentos del Paraíso Natural”.....	297
2.	Marca de garantía “C’alial”.....	303
3.	Marca de calidad “Calidad Certificada”.....	309
4.	Marca de garantía “CC Calidad Controlada”	313
5.	Marca de garantía “CV”.....	318
6.	Marca de garantía “K Eusko Label”.....	321
7.	Marca de garantía “M Producto Certificado”.....	325
8.	Marca de calidad “Marca Q”.....	332
9.	Marca de garantía “RC”.....	338
10.	Marca de garantía “Reyno Gourmet”.....	341
11.	Marca de garantía “Tierra de Sabor” (remisión).....	348

CAPÍTULO CUARTO

INTEGRACIÓN DE LA MARCA INSTITUCIONAL EN EL SISTEMA DE CALIDAD AGROALIMENTARIA AUTONÓMICO: EL CASO DE CASTILLA Y LEÓN

I.	ANTECEDENTES.....	349
A)	Consideraciones generales.....	349
B)	1987: La creación del distintivo “Alimentos Tradicionales de Castilla y León”.....	351
C)	2005: El distintivo gráfico de calidad para los productos agroalimentarios.....	353
1.	Finalidad del distintivo, titularidad y alcance.....	353
2.	Autorización del distintivo y creación del Registro de operadores agroalimentarios autorizados.....	355
3.	Uso del distintivo de calidad, obligaciones de las empresas autorizadas y actuaciones de control.....	357
II.	RÉGIMEN GENERAL DE LAS MARCAS DE CALIDAD AGROALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN.....	359
A)	El artículo 153 LACyL.....	359
1.	Las marcas colectivas y de garantía como marcas de calidad. Sujeción a lo dispuesto en la normativa de marcas.....	359

2. Requisitos adicionales que han de cumplir las marcas de calidad.	
Análisis crítico.....	363
B) Marcas sujetas al régimen general.....	366
1. Consideraciones generales.....	366
2. Marcas vinculadas a indicaciones geográficas protegidas ya reconocidas.....	367
a) Nociones.....	367
b) Las marcas asociadas a las DOP de Castilla y León.....	369
1) DOP Guijuelo.....	369
2) DOP Mantequilla de Soria.....	371
3) DOP Manzana Reineta del Bierzo.....	373
4) DOP Queso Zamorano.....	374
c) Las marcas asociadas a las IGP de Castilla y León.....	375
1) IGPs relativas a carnes frescas: Carne de Ávila, Carne de Salamanca, Lechazo de Castilla y León y Ternera de Aliste.....	375
2) IGPs relativas a productos cárnicos: Botillo del Bierzo, Cecina de León, Chorizo de Cantimpalos y Morcilla de Burgos.....	382
3) IGPs relativas a quesos: Queso Castellano, Queso de Burgos, Queso de Valdeón y Queso Los Beyos.....	387
4) IGP relativa a productos de panadería, pastelería...392	
5) IGPs relativas a frutas, hortalizas y cereales frescos o transformados: Alubia de La Bañeza-León, Garbanzo de Fuentesauco, Judías de El Barco de Ávila, Lenteja de La Armuña, Lenteja de Tierra de Campos, Pimiento asado del Bierzo y Pimiento de Fresno-Benavente.....	393
3. Marcas relacionadas con otros distintivos de calidad agroalimentaria contemplados en el artículo 133 LACyL.....	403
a) La producción integrada.....	403
b) La producción ecológica.....	407
c) La artesanía alimentaria.....	411
d) Las especialidades tradicionales garantizadas.....	413
4. Marcas de calidad en sentido estricto: las marcas de garantía agroalimentaria.....	415
a) Marcas de calidad relativas a carnes frescas: Carne de Cervera, Cochinillo de Segovia, Carne de Las Merindades, Ternera Charra y Tostón de Arévalo.....	415
b) Marcas de calidad relativas a productos cárnicos: Cecina de Chivo de Vegacervera, Chorizo de León, Chorizo Zamorano, Ibéricos de Salamanca y Torrezno de Soria.....	423
c) Marcas de calidad relativas a frutas: Castaña del Bierzo, Cereza del Bierzo, Cereza del Valle de Las Caderechas, Manzana Reineta del Valle de Las Caderechas y Pera Conferencia del Bierzo.....	430

d) Marcas de calidad relativas a hortalizas: Ajo de Valledado, Espárrago de Tudela, Lechuga de Medina y Setas de Castilla y León.....	439
e) Marcas de calidad relativas a legumbres: Garbanzo de Pedrosillo, Garbanzo de Valseca y Judión de La Granja.....	445
f) Marca de calidad relativa a productos lácteos: Queso Arribes de Salamanca.....	449
g) Marcas de calidad relativas a productos de panadería: Harina Tradicional Zamorana, Hornazo de Salamanca, Pan de Valladolid y Torta de Aranda.....	451
III. EL RÉGIMEN ESPECIAL DE LA MARCA “TIERRA DE SABOR”.....	459
A) El artículo 154 LACyL.....	459
B) 2010: creación de la marca de garantía “Tierra de Sabor”. Vinculación con la “Marca Territorio Castilla y León”.....	460
C) El Reglamento de uso de la marca de garantía “Tierra de Sabor”.....	461
1. Consideraciones generales.....	461
2. Finalidad de la marca y productos a los que puede aplicarse...	462
3. Procedimiento para la solicitud de uso de la marca.....	465
4. Condiciones generales y específicas de uso de la marca.....	466
5. Obligaciones de los usuarios de la marca.....	469
6. Control y seguimiento del uso de la marca.....	470
D) El grupo de marcas “Tierra de Sabor”.....	473
1. Los “sabores” de la marca.....	473
2. Otras marcas asociadas.....	478
a) Heart of Spain.....	478
b) Restaurante de la Tierra – Tierra de Sabor Castilla y León.....	481
c) Tierra de Sabor Club Selección.....	484
d) Tierra de Sabor Dieta Mediterránea.....	485

CAPÍTULO QUINTO

RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA DE ÁMBITO AUTONÓMICO

I. CONSIDERACIONES SOBRE SU REGISTRO COMO MARCA.....	487
A) La protección como marca de los distintivos de calidad alimentaria autonómicos.....	487
B) Adecuación del régimen jurídicos de las marcas de carácter colectivo a la finalidad de los distintivos de calidad autonómicos.....	491
II. CONSIDERACIONES SOBRE SU RECONOCIMIENTO COMO DISTINTIVO DE CALIDAD ALIMENTARIA.....	495
A) La necesidad de contar con distintivos de calidad autonómicos.....	495

B)	Incardinación e integración de las marcas de calidad agroalimentarias en los sistemas agroalimentarios autonómicos.....	497
C)	Notas características del régimen jurídico de las marcas de calidad agroalimentaria institucionales.....	501
	CONCLUSIONES.....	503
	ANEXOS.....	509
	Anexo I. Figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios en la LACyL.....	509
	Anexo II. Tabla de marcas colectivas y de garantía en el sector agroalimentario de la Comunidad Autónoma de Castilla y León.....	510
	Anexo III. Marcas de garantía agroalimentaria. Reglamentos de uso.....	515
	BIBLIOGRAFÍA.....	517
	NORMATIVA BÁSICA.....	527
	NORMATIVA COMUNITARIA.....	527
	NORMATIVA NACIONAL.....	527
	NORMATIVA AUTONÓMICA.....	528
	REPERTORIO DE JURISPRUDENCIA.....	532
	TRIBUNAL GENERAL DE LA UNIÓN EUROPEA.....	532
	TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA UNIÓN EUROPEA.....	532
	TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA EUROPEO.....	533
	TRIBUNAL CONSTITUCIONAL.....	533
	TRIBUNAL SUPREMO.....	534
	SALA DE LO CIVIL.....	534
	SALA DE LO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO.....	534
	SENTENCIAS DE LOS TRIBUNALES SUPERIORES DE JUSTICIA.....	536
	SENTENCIAS DE LAS AUDIENCIAS PROVINCIALES.....	536
	SENTENCIAS DE LOS JUZGADOS DE LO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO.....	537
	SENTENCIAS DE LOS JUZGADOS DE LO MERCANTIL.....	537

ABREVIATURAS

AA VV: Autores Varios

ADI: Actas de Derecho Industrial

ADPIC: Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el comercio

AGACAL: Agencia Gallega de la Calidad Alimentaria

AIE(s): Agrupación(es) de Interés Económico

art(s): artículo(s)

As.: Asunto

ASAJA: Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores

BOCyL: Boletín Oficial de Castilla y León

BOE: Boletín Oficial del Estado

BOPI: Boletín Oficial de la Propiedad Industrial

BRC: British Retail Consortium

CCAA: Comunidades Autónomas

C.Civil: Código Civil

c-a: contencioso-administrativo

CADECAEX: Comité Asesor Agroalimentario de la Comunidad Autónoma de Extremadura

CAEX: Consejo Asesor Agrario de Extremadura

CCAA: Comunidades Autónomas

CE: Constitución Española

CEE: Comunidad Económica Europea

CESEFOR: Centro de Servicios y Promoción Forestal y de su industria de Castilla y León

CyL: Castilla y León

COOP: Cooperativa

Coord.: Coordinado

Cp.: Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código penal

CUP: Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial de 20 de marzo de 1883

Dir.: Dirigido

Disp.: Disposición

DM: Directiva (UE) 2015/2436 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2015, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas

DO: Denominación de Origen

D.O.: Diario Oficial

DOP(s): Denominación(es) de Origen Protegida(s)

DOUE: Diario Oficial de la Unión Europea

€: Euros

ECLI: European Case Law Identifier

ed.: edición

Eds.: Editores

EPI: Estatuto sobre Propiedad Industrial, de 26 de julio de 1929

ES: España

etc...: etcétera

ETG(s): Especialidad(es) Tradicional(es) Garantizada(s)

EUIPO: European Union Intellectual Property Office

FACE: Federación de Asociaciones de Celíacos de España

FD: Fundamento de derecho

FEADER: Fondo Europeo Agrario de Desarrollo Rural

FJ: Fundamento jurídico

F1: Primer cruce

HORECA: Hoteles, restaurantes y cafés

I+D+i: Investigación, desarrollo e innovación

IA2: Instituto Agroalimentario de Aragón

ICAA: Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria

IFS: International Food Standard

IGBE: Indicación geográfica de bebidas espirituosas

IGP(s): Indicación(es) Geográfica(s) Protegida(s)

IGPVA: Indicación geográfica de productos vitivinícolas aromatizados

IMIDA: Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario

IMIDRA: Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario

INGACAL: Instituto Gallego de la Calidad Alimentaria

INTIA: Instituto Navarro de Tecnologías e Infraestructuras Agroalimentarias

IPC: Índice de Precios de Consumo

ITACyL: Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León

Kg.: Kilogramos

Kms.: Kilómetros

LCD: Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal

LDC: Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia

LGP: Ley 23/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad

LM: Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas

LO: Ley Orgánica

LOPD: Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales

LP: Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes

mg.: Miligramos

nº/núm.: número

OAMI: Oficina de Armonización del Mercado Interior

ODECA: Oficina de Calidad Alimentaria

OEPM: Oficina Española de Patentes y Marcas

OMPI: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

op., cit.: obra citada

PDO: Protected Designation of Origin

pg(s):.: página(s)

PGI: Protected Geographical Indication

ppm: Partes por millón

PYMES: Pequeñas y medianas empresas

RAE: Real Academia Española

R.D.: Real Decreto

RDL: Real Decreto-Ley

RDM: Revista de Derecho Mercantil

Rec.: Recurso

REMUE: Reglamento de Ejecución (UE) 2018/626 de la Comisión, de 5 de marzo de 2018, por el que se establecen normas de desarrollo de determinadas disposiciones del Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la marca de la Unión Europea, y se deroga el Reglamento de Ejecución (UE) 2017/1431

RLM: Real Decreto 687/2002, de 12 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas

RMC: Reglamento (CE) nº 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria.

RMUE: Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, sobre la marca de la Unión Europea

RUP: Región Ultraperiférica

S.: Siglo

S.A.: Sociedad Anónima

S.L: Sociedad Limitada

SAP: Sentencia de la Audiencia Provincial

SAT(s): Sociedad(es) Agraria(s) de Transformación

SJCA: Sentencia del Juzgado Contencioso-Administrativo

SJM: Sentencia del Juzgado de lo Mercantil

SLU: Sociedad Limitada Unipersonal

STC: Sentencia del Tribunal Constitucional

STGUE: Sentencia del Tribunal General de la Unión Europea

STJ: Sentencia del Tribunal de Justicia

STJUE: Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea

STS: Sentencia del Tribunal Supremo

STSJ: Sentencia del Tribunal Superior de Justicia

TC: Tribunal Constitucional

TFUE: Tratado de Fundación de la Unión Europea

TGUE: Tribunal General de la Unión Europea

TJCE: Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea

TJUE: Tribunal de Justicia de la Unión Europea

TS: Tribunal Supremo

TSJ: Tribunal Superior de Justicia

UE: Unión Europea

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

USPTO: United States Patent and Trademark Office

vcprd: vino de calidad producido en una región determinada

Vol.: Volumen

INTRODUCCIÓN

La alimentación es un derecho de segunda generación no judicializable¹ reconocido indirectamente por el artículo 25 de la Declaración Universal de Derechos Humanos ya que toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, entre otros aspectos, la alimentación.

En 1992, en la Conferencia Internacional sobre Nutrición (FAO/OMS) celebrada en Roma, los conceptos de seguridad alimentaria y el derecho a una alimentación adecuada fueron definidos como el “*acceso para toda persona en cualquier momento a suficiente alimento para una vida activa y sana*”.

El Derecho a la alimentación, por tanto, es un derecho subjetivo que está estrechamente relacionado con la dignidad de la persona humana y el derecho a la vida ya que sin un sustento nutricional diario y suficiente no se puede sobrevivir ni llevar una existencia digna².

Para lograr el cumplimiento del derecho a la alimentación los Estados se obligaron a adoptar las medidas necesarias para facilitar y multiplicar el acceso a los alimentos y a no sostener políticas o realizar actos que menoscaben la situación de las personas y por tanto dificulten el acceso a la alimentación³.

Además de los textos internacionales que recogen el derecho a la alimentación, las propias Constituciones de los Estados contienen en su articulado la protección del derecho a la alimentación de todas las personas como un derecho derivado de los derechos fundamentales que expresamente recogen.

¹ El derecho a la alimentación fue un derecho clasificado de segunda generación no judicializable que forma parte del derecho a un nivel de vida adecuado recogido, además de en el artículo 25 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, en el artículo 11 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales o en el artículo 24 de la Convención sobre los Derechos del Niño. Aunque para los estados miembros del Pacto el derecho a la alimentación crea obligaciones y es directamente aplicable, aquellos países que no forman parte del Pacto están obligados por otros documentos internacionales ratificados. BOURGES LETICIA A., “El derecho a la alimentación y su influencia en las normas sobre agricultura” en *Derecho Agrario, Agroalimentario y del Desarrollo Rural*, Dir. AMAT LLOMBART, P., 1ª ed., Tirant lo Blanch, Valencia, 2011, pg. 278.

² MONDÉJAR PEDREÑO, R., “Aproximación a las relaciones entre el derecho alimentario y el derecho ambiental. (Parte 1)”, *Revista de la Escuela Jacobea de Postgrado*, nº 18, 2020, edición electrónica, pg. 9.

³ BOURGES LETICIA A., “El derecho a la alimentación y su influencia en las normas sobre agricultura”... op. cit., pg. 280.

En España, el derecho a la alimentación es un derecho derivado de los derechos fundamentales que protege como son la dignidad de la persona (art. 10 CE), el derecho a la vida (art. 14 CE), el derecho a la protección de la salud (art. 43 CE) y el derecho a la defensa de la salud y seguridad de los consumidores (art. 51 CE)⁴.

Respecto a la producción de alimentos, hay que tener en cuenta que hasta mediados del S.XX era más importante la cantidad que la calidad de los mismos debido a la escasez producida como consecuencia de las guerras⁵, pero en los últimos años y probablemente motivado por las últimas crisis alimentarias⁶, el interés por la calidad de los alimentos ha aumentado considerablemente entre los consumidores y cada día exigen mayores garantías en los alimentos. Por eso, el sector agroalimentario español que es un sector dinámico e innovador, se ha ido modernizando para ofrecer a los consumidores unos productos de mayor calidad.

En los últimos años, la industria agroalimentaria ha demostrado una gran capacidad de innovación y adaptación para hacer frente a los nuevos retos y desafíos que suponen la innovación tecnológica y los nuevos hábitos de compra de los consumidores. Por eso, incluso desde las Administraciones se han promovido una serie de medidas tendentes a mejorar y favorecer la calidad de los productos agroalimentarios con la finalidad de fomentar la competitividad de las empresas agroalimentarias e incrementar tanto el valor añadido de la producción así como el consumo de estos productos⁷.

En el sector agroalimentario, el término calidad es un término complejo ya que puede incluir conceptos relacionados con la seguridad alimentaria, la sostenibilidad, el medio ambiente o los valores nutricionales, pero desde un punto de vista amplio, la

⁴ MONDÉJAR PEDREÑO, R., “Aproximación a las relaciones entre el derecho alimentario y el derecho ambiental. (Parte 1)”... op. cit., pg. 11 y 5 RECUERDA GIRELA, M. A., Tratado de Derecho Alimentario, Thomson-Aranzadi, Cizur Menor, 2011, p. 79.

⁵ Hay que tener en cuenta que como consecuencia de la I Guerra Mundial (1914-1918), la Guerra Civil española (1936-1939) y la II Guerra Mundial (1939-1945) en esas épocas había una escasez de alimentos considerable tanto en Europa como en España.

⁶ Sirvan como ejemplo el Aceite de colza (1981), las “vacas locas” (1996), la gripe aviar (1997), la peste porcina (2001) o la listeriosis asociada a la carne mechada (2009).

⁷ SELLERS RUBIO, R., “La importancia de la marca colectiva en la comercialización de productos agroalimentarios”, en *El sector agroalimentario: Sostenibilidad, cooperación y expansión*, coord. por ABADÍA SÁNCHEZ, R., y MELGAREJO MORENO, J., Ayuntamiento de Orihuela: Universitat d’Alacant / Universidad de Alicante, 2017, pgs. 197-198.

calidad agroalimentaria puede ser entendida tanto desde la perspectiva de la calidad alimentaria como desde la calidad diferenciada⁸.

El concepto de “calidad alimentaria” viene definido en el artículo 4. b) de la Ley 28/2015, de 30 de julio, para la defensa de la calidad alimentaria, y es el conjunto de propiedades y características de un producto alimenticio o alimento relativas a las materias primas o ingredientes utilizados en su elaboración, a su naturaleza, composición, pureza, identificación, origen, y trazabilidad, así como a los procesos de elaboración, almacenamiento, envasado y comercialización utilizados y a la presentación del producto final, incluyendo su contenido efectivo y la información al consumidor final especialmente el etiquetado.

Estas propiedades y características, de obligado cumplimiento, están recogidas en la normativa de calidad alimentaria dictada por las Administraciones competentes en cada sector, así como en la normativa horizontal de aplicación en el ámbito de esta ley.

El trabajo gira en torno al concepto de “calidad diferenciada” que es el conjunto de propiedades y características de un producto agroalimentario, consecuencia del cumplimiento de requisitos establecidos en disposiciones voluntarias que hacen posible diferenciar o destacar elementos de valor añadido de estos productos agroalimentarios en relación al origen geográfico, materias primas, sustancias, elementos o ingredientes, o a procedimientos utilizados en su producción, elaboración, transformación, comercialización y presentación. Un producto posee una “calidad diferenciada” cuando tiene unas características que lo hacen superior al resto de productos sin esa distinción de calidad.

De ambos conceptos, del de “calidad alimentaria” y de “calidad diferenciada” podemos extraer la diferencia básica entre ambos: mientras que la “calidad alimentaria” es de obligado cumplimiento para todos los productos agroalimentarios que se

⁸ SELLERS RUBIO, R., “La importancia de la marca colectiva en la comercialización de productos agroalimentarios”,... op. cit., pg. 198 y AMAT LLOMBART, P., “Regulación y fomento de los regímenes de calidad de productos agrarios y alimenticios: su impacto en el desarrollo rural de la Unión Europea y España”, *Revista Internacional de Doctrina y Jurisprudencia*, nº 22, 2020, pg. 80.

comercialicen en el mercado, la “calidad diferenciada” es voluntaria⁹ y por tanto un plus a esa “calidad alimentaria”.

Para darse a conocer en los mercados, las industrias agroalimentarias cuentan con distintas figuras de propiedad industrial (marcas, nombres comerciales, modelos y dibujos industriales) pero dado el alto grado de atomización del sector, el reconocimiento de una marca individual es complicado. Por eso, en los últimos años han proliferado la creación de indicadores geográficos¹⁰ y marcas regionales que surgen como respuesta a factores que aconsejan y determinan la agrupación de intereses colectivos bajo un mismo signo y al amparo de la normativa europea cuyo objetivo es proteger a las empresas de las prácticas fraudulentas y facilitar la elección del consumidor en los productos que compra y/o consume¹¹.

De entre todos los distintivos de calidad agroalimentaria existentes, tanto por su volumen de ventas como por el conocimiento que de ellos tienen los consumidores, destacan los distintivos europeos de calidad DOP e IGP que vinculan el producto a su origen geográfico.

A nivel nacional, la marca de garantía es la figura de calidad más utilizada por las Comunidades Autónomas en el ámbito agroalimentario para crear las marcas de calidad institucionales y así reconocer la calidad de sus productos. Esta figura de calidad asegura una competencia leal entre productores y constituye un indicador de seguridad alimentaria en el sentido de que son mecanismos de protección frente al fraude¹². No es justo que los productores que invierten en la calidad diferenciada de estos productos

⁹ Aunque la “calidad diferenciada” es de carácter voluntario, ésta se convierte en obligatoria sólo para los operadores agroalimentarios cuando forman parte de una figura de calidad para conseguir esa calidad diferenciada en sus productos agroalimentarios.

¹⁰ Las indicaciones geográficas aglutinan no sólo a las denominaciones geográficas, sino también a aquellas otras indicaciones que, sin aludir de forma directa y elocuente a una zona determinada, permiten realizar un proceso de asociación en el consumidor que facilita tal deducción. Desde este punto de vista y a nivel comercial, las indicaciones geográficas en los productos agroalimentarios constituyen un instrumento promocional muy útil. MARTÍNEZ GUTIÉRREZ, A., *La tutela comunitaria de las denominaciones geográficas. Conflictos con otros signos distintivos*, Atelier, Barcelona, 2008, pgs. 32-33.

¹¹ SELLERS RUBIO, R., “La importancia de la marca colectiva en la comercialización de productos agroalimentarios”... op. cit., pg. 199.

¹² La mayoría del fraude en los productos agroalimentarios de calidad se produce por el “etiquetado engañoso” del producto, ya que produce confusión en el consumidor y una percepción errónea del origen geográfico del producto de la venta. Un ejemplo de ello es la SAP de Logroño, Sección 1ª, de 7 de septiembre de 2012, que condenó, por conducta desleal, a la empresa “Coronas de Navarra S.L” por usar el signo “Coronas de Navarra” para identificar y comercializar espárragos provenientes de China no amparados por la IGP “Espárrago de Navarra” y a la cancelación de la marca “Coronas de Navarra” que estaba registrada en la OEPM con el número M2458263.

agroalimentarios sean atacados por otros que engañan al consumidor ofreciéndoles, a un precio inferior, el mismo producto agroalimentario con la supuesta misma calidad.

La marca de garantía, además de proteger a los productores frente al fraude, también informa a los consumidores de la calidad de los productos y los protege ya que están garantizando unos estándares de calidad muy superiores al resto de los productos de ese mismo tipo que se encuentran en el mercado.

Con la creación de estos distintivos, las Comunidades Autónomas quieren promocionar sus productos agroalimentarios tanto a nivel nacional como internacional, contribuir al desarrollo económico y la fijación de la población de sus zonas rurales e informar a los consumidores de las características y cualidades de dichos productos. Se observa que el uso que se hace de las marcas de calidad institucionales en el sector agroalimentario es muy diverso debido a los distintos regímenes jurídicos que hay e incluso puede generar conflictos con las competencias.

Hay que tener en cuenta que con la aprobación de la Constitución Española de 1978, el artículo 130.1 CE encomienda a los poderes públicos la atención a la modernización y desarrollo de todos los sectores económicos y, en particular, de la agricultura, de la ganadería, de la pesca y de la artesanía.

El sistema competencial articulado por la Constitución Española¹³ y el artículo 148.1.7ª CE, facultan a las Comunidades Autónomas para que puedan dictar leyes agroalimentarias ya que a través de sus Estatutos de Autonomía les corresponde la competencia exclusiva en materia de agricultura, ganadería e industrias agroalimentarias de acuerdo con la ordenación general de la economía.

En este sentido es importante señalar la STC 103/1999, de 3 de junio de 1999 que mantiene el criterio doctrinal en torno al deslinde entre las competencias¹⁴ de

¹³ Es un sistema de “triple lista”, es decir, la norma constitucional enumera las competencias exclusivas del Estado (art. 149 CE), aquellas que pueden corresponder a las Comunidades Autónomas (art. 148 CE) y teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 150 CE, aquellas “materias” no mencionadas expresamente como exclusivas del Estado y que podrán ser asumidas por las Comunidades Autónomas en virtud de la cláusula residual del artículo 149.3 CE.

¹⁴ El término competencia hace referencia a la legitimidad para ejercer una potestad sobre un determinado sector jurídicamente acotado y hay que diferenciar entre la función legislativa (que comprende la legislación básica y la legislación de desarrollo de la materia concreta) y la función ejecutiva. Ver GONZÁLEZ PASCUAL, M., “Artículo 149” en *Comentario a la Constitución Española. 40 Aniversario 1978-2018. Libro Homenaje a Luis-López Guerra*, Dir. por PÉREZ TREMPES, P., y SÁINZ ARNÁIZ, A., Coord. por MONTESINOS PADILLA, C., Tomo II (Artículo 97 a Disposición Final), Tirant Lo Blanch, Valencia, 2018, pg. 2042.

“legislación” y “ejecución”. La competencia legislativa en materia de propiedad industrial pertenece en exclusiva al Estado (art. 149.1.9ª CE) que le habilita para establecer un régimen jurídico unitario para las diversas modalidades de protección de los signos distintivos y para establecer un registro de ámbito nacional con carácter central y único, y la competencia de ejecución corresponde a las Comunidades Autónomas siempre que ésta competencia esté recogida en sus respectivos Estatutos de autonomía.

El Consejo de Estado señaló expresamente en su dictamen 4420/1996, de 26 de diciembre, que aunque todas las Comunidades Autónomas han asumido competencias exclusivas en materia de agricultura, dicha exclusividad ha de entenderse en relación al artículo 148.1. 7ª CE que la supedita a la ordenación general de la economía¹⁵.

Los problemas en los que se centra el trabajo consisten en el diferente uso que hacen las Comunidades Autónomas de sus marcas institucionales de calidad y en el posible conflicto entre la competencia exclusiva del Estado en materia de propiedad industrial y las competencias delegadas a las Comunidades Autónomas relacionadas con la agricultura que les posibilita regular las marcas institucionales de calidad.

Teniendo en cuenta que el objetivo principal en derecho es “interpretar las normas jurídicas¹⁶” y que la finalidad de la investigación jurídica se conecta con diversas tareas¹⁷, como la tarea expositiva, ordenadora y sistematizadora, la tarea descriptiva y la tarea crítico-prescriptiva, para llevar a cabo este trabajo investigador se han analizado gran cantidad de disposiciones normativas, muchas de las cuales han sufrido modificaciones durante la realización del trabajo, así como la jurisprudencia relacionada.

¹⁵ Así lo declaró el Tribunal Constitucional en la STC 188/1989, de 16 de noviembre de 1989 (que se remite a la STC 95/1986) poniendo en relación el concepto de competencia exclusiva con el artículo 149.1.13ª CE relativo a la competencia estatal para fijar las bases de la planificación general de la actividad económica. PALMA FERNÁNDEZ, J.L., *Derecho agroalimentario 2018*, 6ª ed., Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid, 2018, pg. 72.

¹⁶ En este sentido, “la interpretación aplicada al Derecho no crea nada nuevo, ni puede hacer otra cosa que poner en claro los elementos jurídicos sustanciales ya existentes”, por lo que “interpretar las normas es averiguar su significación y alcance” (VALENZUELA GARACH, F., “Método científico y Derecho Mercantil”, *Revista de Estudios Jurídicos*, núm. 9, 2009, pg. 3). En general, sobre los problemas de interpretación en la disciplina mercantil, DUQUE DOMÍNGUEZ, J. F., “Consideraciones sobre algunos problemas de la interpretación en una sociedad globalizada”, *Liber amicorum prof. José María Gondra Romero* (Coord. D. Pérez Millán), Marcial Pons, Madrid 2012, pgs. 53-62.

¹⁷ COURTIS, C., “El juego de los juristas. Ensayo de caracterización de la investigación dogmática”, en AAVV, *Observar la ley: ensayos sobre metodología de la investigación jurídica*, (Coord. C. Courtis y pról. M. Atienza), Trotta, Madrid, 2006, pgs. 113 y ss.

Esta labor de estudio normativo y jurisprudencial, en la que también se ha utilizado la bibliografía de referencia utilizada en España en relación con esta materia, ha sido completada con petición de información sobre algunos aspectos de las marcas de calidad institucionales a las distintas instituciones y organismos oficiales competentes en la materia, lo cual ha hecho posible la constante actualización del trabajo.

La tesis se divide en dos partes claramente identificables. En la primera parte se ha abordado el estudio del régimen jurídico de las marcas colectivas y de garantía en la Ley 7/2001, de 5 de diciembre, de Marcas y de las marcas colectivas y de certificación de la Unión reguladas en el Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, sobre la marca de la Unión Europea. Con este estudio, podemos tener una visión de estos tipos de marcas de calidad tanto en el sistema nacional como en el comunitario.

En la segunda parte, se analizan las disposiciones reguladoras de la calidad agroalimentaria en cada Comunidad Autónoma, las marcas de calidad agroalimentaria de titularidad pública autonómica y la integración de la marca de garantía “Tierra de Sabor” en el sistema de calidad agroalimentaria de la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

Para ello, en esta segunda parte del trabajo, es necesario distinguir tres planos:

1.- La normativa agroalimentaria relacionada con la calidad, en la que nos encontramos que unas Comunidades Autónomas han dictado normas generales sobre la actividad agraria y otras normas específicas sobre calidad agroalimentaria. Por tanto, se observa que hay un distinto conjunto normativo para cada caso.

Aunque todos¹⁸ los Estatutos de Autonomía han asumido como competencia exclusiva las competencias sobre agricultura, ganadería y lo referente a las denominaciones de origen y otras figuras de calidad, hay un grupo de Comunidades Autónomas que siendo productoras de productos agroalimentarios no han regulado esta materia. Estas Comunidades Autónomas son Cantabria, la Comunidad de Madrid, la Comunidad Foral de Navarra y la Región de Murcia.

¹⁸ La competencia sobre agricultura y ganadería en los Estatutos de Autonomía de Ceuta y Melilla viene recogida en el artículo 21.1. 5ª, pero la competencia de estas ciudades sobre estas materias sólo comprenderá las facultades de administración, inspección y sanción, y, en los términos que establezca la legislación general del Estado, el ejercicio de la potestad normativa reglamentaria.

2.- Para el estudio del régimen jurídico de las distintas marcas de calidad agroalimentaria de titularidad pública existentes en cada Comunidad Autónoma, se ha seguido el criterio de estructurar estas marcas de calidad en función del componente geográfico que es un aspecto determinante en este tipo de marcas ya que fue clave para la eliminación de aquellas marcas que vulneraban la protección reforzada de los nombres geográficos aprobada por los reglamentos comunitarios del año 1992.

3. Tras el estudio realizado de la normativa autonómica se puede concluir que el régimen jurídico de calidad agroalimentaria más completo es el diseñado por la Comunidad Autónoma de Castilla y León. Por eso, parece oportuno el estudio del sistema de calidad de esta Comunidad Autónoma para mostrar cómo queda integrado el sistema de marcas de calidad agroalimentaria institucional en el sistema de calidad autonómico.

Esta última parte del trabajo analiza de manera más transversal como se incorpora la marca de calidad institucional “Tierra de Sabor” en el sistema de calidad agroalimentaria autonómico y se centra en el estudio pormenorizado de las marcas de calidad agroalimentaria existentes en la Comunidad de Castilla y León.

Este último capítulo muestra la evolución de la marca de calidad institucional de la Comunidad de Castilla y León desde su primera denominación, “Alimentos Tradicionales de Castilla y León” hasta la actual denominación “Tierra de Sabor”.

También se analiza tanto el régimen general de las marcas de calidad agroalimentaria establecido en la Ley 1/2014, de 19 de marzo, Agraria de Castilla y León como el régimen especial de la marca de garantía “Tierra de Sabor”.

Para una mayor comprensión del sistema de calidad de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, se han analizado de forma individual los distintivos de calidad agroalimentaria existentes en función del tipo de producto agroalimentario que ampara.

El último Capítulo del trabajo, el Capítulo Quinto, está dedicado a reflexionar de manera horizontal sobre la problemática de las marcas de calidad alimentaria de titularidad autonómica e incluye las notas características de este tipo de marcas.

Este Capítulo no está basado en referencias bibliográficas concretas sino que su función es la de conectar los capítulos anteriores para así tener una visión global e interrelacionada de la problemática que existe en este tipo de marcas de calidad.

Por último, el trabajo ha sido completado con unos anexos que muestran las figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios existentes en la LACyL, las marcas colectivas y de garantía que forman parte del sector agroalimentario de Castilla y León, y los reglamentos de uso utilizados.

PRIMERA PARTE: MARCO LEGAL DE LAS MARCAS DE CARÁCTER COLECTIVO COMO MODALIDAD DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

CAPÍTULO PRIMERO

RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS MARCAS COLECTIVAS, DE GARANTÍA O DE CERTIFICACIÓN EN LA NORMATIVA ESPAÑOLA Y COMUNITARIA

I. CONSIDERACIONES GENERALES.

La regulación legal de los signos distintivos se encuentra contenida en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas (en adelante LM) que tal como reza en su Exposición de Motivos “*tiene por objeto el régimen jurídico de los signos distintivos... uno de los grandes campos de la propiedad industrial*”. Esta norma se ha visto modificada más recientemente por el Real Decreto-Ley 23/2018, de 21 de diciembre, de transposición de Directivas en materia de marcas, transporte ferroviario y viajes combinados y servicios de viaje vinculados¹⁹ ya que transpone al derecho español la Directiva (UE) 2015/2436, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2015, relativa a la aproximación de legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas²⁰.

Esta LM sustituyó a la anterior, la Ley 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas, que supuso en su momento una gran reforma del sistema legislativo que estaba en vigor que era el Estatuto de la Propiedad Industrial aprobado por Real Decreto-Ley de 26 de julio de 1929.

¹⁹ El plazo de transposición de la Directiva (UE) 2015/2436 finalizó el 14 de enero de 2019. La transposición de la Directiva se iba a hacer con un anteproyecto de ley siguiendo el procedimiento ordinario, pero como no se podía cumplir el plazo fijado por la Unión Europea ni utilizándose el trámite de urgencia, para evitar una posible sanción pecuniaria a España y por tanto concurriendo las razones que justifican la extraordinaria y urgente necesidad requeridas por el artículo 86.1 CE, se transpuso la Directiva con rapidez por medio de este Real Decreto-Ley.

²⁰ La finalidad de la Directiva es llevar a cabo una modernización del sistema de marcas adaptándolo a la situación económica vigente, así como a la jurisprudencia de la Unión Europea, y lograr una mayor armonización de los distintos Derechos nacionales, inspirándose en el sistema establecido para la marca de la Unión Europea, con el objeto de ser un incentivo para la competitividad y el crecimiento. MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “El nuevo régimen de las marcas colectivas”, *La Ley Mercantil*, n^o 66 (Febrero), 2020, edición electrónica, pg. 2.

Las razones que explicaron la reforma²¹ llevada a cabo por la LM son fundamentalmente tres:

1.- La voluntad de asumir en la atribución de competencias en materia de propiedad industrial la doctrina fijada por la STC 103/1999, de 3 de junio, que reconoce ciertas competencias a las CCAA²² y que ha obligado a un nuevo diseño al respecto, plasmado en la LM.

En el fallo, el TC sentenció que *"es constitucionalmente legítimo el establecimiento de un Registro estatal de marcas y nombres comerciales. Y que, habiendo de atribuirse al Estado... la competencia para llevar a cabo la resolución concediendo la inscripción..., las competencias de ejecución de las Comunidades Autónomas se proyectarán solamente sobre aquellos momentos de la regulación que resulten separables de los anteriores"* (fundamento jurídico 6). En concordancia con la decisión del Tribunal, el artículo 1.3 LM proclama que *"el Registro de Marcas tendrá carácter único en todo el territorio nacional y su llevanza corresponderá a la OEPM, sin perjuicio de las competencias que en materia de ejecución de la legislación de propiedad industrial corresponden a las Comunidades Autónomas, según se desarrolla en esta Ley"*²³.

2.- La reforma de la Ley 32/1988 era necesaria²⁴ como vía de incorporación al ordenamiento jurídico español de distintas disposiciones de carácter comunitario e

²¹ SÁNCHEZ CALERO, F., y SÁNCHEZ – CALERO GUILARTE, J., “Protección de los signos distintivos de la empresa”, en *Instituciones de Derecho Mercantil*, Vol. I, 37ª ed. (décima en Aranzadi), Thomson Reuters Aranzadi, 2015, Pamplona, pgs. 276-277 y BROSETA PONT M., y MARTÍNEZ SANZ F., *Manual de Derecho Mercantil, Vol. I: Introducción y Estatuto del Empresario, Derecho de la Competencia y de la Propiedad Industrial y Derecho de Sociedades*, 26ª ed., Tecnos, Madrid, 2019, pg. 260.

²² La STC 103/1999, de 3 de junio de 1999 mantiene el criterio doctrinal en torno al deslinde entre las competencias de “legislación” y “ejecución” y reconoce las competencias ejecutivas en materia de propiedad industrial en las Comunidades Autónomas siempre que esté recogida en sus respectivos Estatutos de Autonomía. La competencia de “ejecución” se extiende a todos los actos ejecutivos, es decir, la potestad de administrar incluye además de las facultades de gestión, la facultad de dictar reglamentos internos de organización de los servicios correspondientes en la medida en que éstos sean necesarios para la mera estructuración interna de la organización administrativa. GOMEZ LOZANO, Mª. M., y GONZÁLEZ PEREZ, J. M., “Indicaciones geográficas, propiedad industrial y Constitución”, *Revista de Derecho de la Competencia y Distribución*, núm.12, 2013, pg. 188 y GOMEZ MONTERO, J., “Competencias de las Comunidades Autónomas en materia de marcas y otros signos distintivos (Comentario a la Sentencia del TC de 3 de junio de 1999)”, *ADI*, Tomo 20, 1999, pg. 498.

²³ GARCÍA PEREZ, R., “Crónica: la nueva ley de marcas de 7 de diciembre de 2001”, *Anuario da Facultade de Dereito da Universidade da Coruña*, nº 6, 2002, pg. 1023.

²⁴ Esta Ley contenía defectos de concepción y de redacción y fue un error redactarla y publicarla unos días antes de que la Comunidad Europea aprobara la Primera Directiva Comunitaria de Armonización del Derecho de Marcas 89/104/CEE. La Ley 32/1988 no era, por tanto, totalmente conforme con la versión finalmente adoptada por la Directiva 80/104/CEE como así reconoció posteriormente la STS, Sala de lo

internacional. En el ámbito comunitario habían entrado en vigor la Primera Directiva 89/104/CEE²⁵ y el Reglamento 40/94 y a nivel internacional entraron en vigor el Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Anexo 1C del Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio) y el Tratado de la OMPI sobre el Derecho de Marcas y su Reglamento.

3.- La nueva LM quiso incorporar también algunos avances observados a partir de la aplicación de la Ley 32/1988, así como tomar en cuenta los cambios provocados por las nuevas tecnologías.

La LM fue desarrollada posteriormente por el Real Decreto 687/2002, de 12 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, (en adelante RLM)²⁶, el cual se ocupa de completar los numerosos preceptos de la LM que se remitían al desarrollo reglamentario de su contenido. Los principales aspectos que aborda son los de procedimiento y registro de la marca, incluyendo los distintos negocios y declaraciones que al respecto admite la LM (renovación, transmisión, renuncia, etc...) y con relación a cada uno de los tipos de signos distintivos previstos en la misma.

Aunque la legislación básica nacional en materia de marcas la constituyen la LM y el RLM es importante señalar que la protección de determinados signos distintivos pasa también por la consideración de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (en adelante LCD) como una normativa complementaria a la LM, de manera que determinados aspectos de la tutela referida a un signo distintivo que reciben una insuficiente garantía a través del Derecho de marcas puedan resultar satisfechos por la aplicación del Derecho contra la competencia desleal²⁷.

Civil, Sección 1ª, de 28 de marzo de 2005, caso NIKE. BAYLOS CORROZA, H., *Tratado de Derecho Industrial*, 3ª ed., Civitas, Pamplona, 2009, pg. 1229.

²⁵ La Primera Directiva establecía un nuevo concepto de marca, reformulaba las causas de denegación y nulidad del registro, extendía el agotamiento del derecho de marca al ámbito comunitario, incorporaba la figura de la prescripción por tolerancia y reforzaba la obligación de uso de la marca y de las sanciones por su incumplimiento.

²⁶ Los artículos 1.1, 19, 20.2, 56 y 57 fueron modificados por el Real Decreto 1431/2008, de 29 de agosto, por el que se modifican determinadas disposiciones reglamentarias en materia de propiedad industrial y la última modificación que ha sufrido su articulado ha sido la realizada por el Real Decreto 306/2019, de 26 de abril, por el que se modifica el reglamento para la ejecución de la ley 17/2001, de 7 de diciembre, de marcas, aprobado por Real Decreto 687/2002, de 12 de julio.

²⁷ SÁNCHEZ CALERO, F., y SÁNCHEZ – CALERO GUILARTE, J., “Protección de los signos distintivos de la empresa”, op. cit., pg. 277.

Este “Principio de complementariedad relativo”²⁸ hace referencia a que la legislación de marcas protege al signo distintivo que ha quedado registrado mientras que la LCD persigue tutelar el correcto funcionamiento del mercado y de todos los que participan en el mismo.

A) Las últimas reformas del Derecho de marcas.

1. Normativa estatal.

Las modificaciones más significativas introducidas en la LM por el Real Decreto-Ley 23/2018 son:

1.- En cuanto a la legitimación para obtener el registro de marcas o nombres comerciales se adopta una solución abierta²⁹ en el sentido de reconocer legitimación a cualquier persona física o jurídica con independencia de sus circunstancias de nacionalidad, residencia o de que goce de los beneficios de determinados Convenios internacionales como se establecía en la normativa anterior³⁰.

2.- La anterior normativa exigía que el signo distintivo solicitado fuera susceptible de representación gráfica y con la modificación del artículo 4 LM, en el apartado b), basta con que el signo fuera susceptible de representación en el Registro de Marcas sin especificar el medio empleado. El objeto de esta modificación³¹ reside en la voluntad de permitir una mayor flexibilidad y garantizar una mayor seguridad jurídica en cuanto a los medios de representación de las marcas.

El signo se tiene que representar, pero se requiere que esta representación permita no sólo a las autoridades sino también al público en general, determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a su titular. Por eso, la representación del signo debe ser, siguiendo lo establecido por la jurisprudencia del TJUE, clara, precisa, autosuficiente,

²⁸ Un ejemplo de la relación entre estas leyes es el cambio producido con respecto al rótulo del establecimiento que ha pasado a ser objeto de protección únicamente a través de la Ley de Competencia Desleal. Ver SÁNCHEZ CALERO, F., y SÁNCHEZ – CALERO GUILARTE, J., “Protección de los signos distintivos de la empresa”, op. cit., pg. 277.

²⁹ Las entidades de derecho público también están legitimadas para obtener el registro de marcas o nombres comerciales (artículo 3.1 LM).

³⁰ Esta modificación no viene impuesta por la Directiva (UE) 2015/2436 pero se ha incluido en consonancia con la solución adoptada en otras legislaciones de nuestro entorno y en concreto por el Reglamento (CE) 207/2009. En el artículo 3.2 LM subsiste la posibilidad de invocar la aplicación de las disposiciones del Convenio de París y las de cualquier otro Tratado Internacional ratificado por España en todo lo que sea más favorable.

³¹ MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “Análisis crítico de la reforma del Derecho de marcas de la Unión Europea”, *La Ley Mercantil*, nº 22, 2016, edición electrónica, pg. 4.

fácilmente accesible, inteligible, duradera y objetiva, lo cual permitirá emplear en la representación del signo la tecnología disponible en cada momento y que sea adecuada a los efectos mencionados.

3.- Las prohibiciones de registro³² no han sufrido modificaciones sustanciales pero se sistematizan adecuadamente las prohibiciones absolutas en materia de denominaciones de origen, términos tradicionales de vinos y las ETG remitiéndose directamente a los instrumentos legales del Derecho de la Unión o del Derecho nacional para evitar errores de interpretación y se introduce una prohibición específica del acceso al registro de los signos que consistan o reproduzcan en sus elementos esenciales la denominación de una obtención vegetal anterior.

Respecto a las prohibiciones relativas de registro, la principal novedad, artículo 8 LM, es que desaparece la distinción existente hasta el momento entre marca notoria y marca renombrada, previéndose una sola categoría, la marca renombrada³³ en España o en la UE según se trate de una marca española o de la UE respectivamente. No se exige que exista riesgo de confusión entre las marcas en conflicto para que se genere la incompatibilidad registral y es indiferente que los productos o servicios de la marca solicitada sean o no similares con respecto de los que protege la marca renombrada anterior siempre que exista identidad o semejanza entre los signos y se pretenda obtener una ventaja desleal de carácter distintivo o del renombre de la marca anterior o cuando el uso del nuevo signo pueda ser perjudicial para dicho carácter distintivo o renombre.

También se establece como prohibición relativa (art. 9.3 LM.) el acceso al registro de aquellos signos que resulten incompatibles con denominaciones de origen o indicaciones geográficas para garantizar que este motivo de denegación sea objetable en determinados Estados miembros vía oposición independientemente de que el mismo haya de ser también examinado de oficio.

³² La OEPM ha publicado una guía de examen de las prohibiciones de registro que se puede consultar en el siguiente enlace: https://www.oepm.es/es/signos_distintivos/marcas_nacionales/Guia_examen_prohibiciones_registro/

³³ Conforme a la jurisprudencia más extendida (STJ de 14 de septiembre de 1999, As. C-375/97 (Caso General Motors) o la STJ, Sala Segunda, de 6 de octubre de 2009, As. C-301/07 (Caso Pago International GmbH), para que una marca goce de renombre ha de ser conocida “por una parte significativa del público interesado en los productos o servicios”.

4.- Otra modificación importante recogida en el artículo 84 LM es que toda solicitud de marca de la Unión se tiene que presentar únicamente en la EUIPO³⁴, ya que antes existía la posibilidad de presentar estas marcas en la OEPM, y la supresión de la tasa prevista al efecto, que comprendía la recepción de estas solicitudes y la transmisión a la EUIPO.

5.- Respecto a los derechos conferidos por la marca, es decir, el *ius prohibendi*³⁵ derivado de la misma (artículo 34 LM), debe entenderse sin perjuicio de los derechos adquiridos por los titulares antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro o de la fecha de prioridad de la marca registrada. Las novedades introducidas en este aspecto en la LM son:

a) La protección reforzada de las marcas renombradas vista en el apartado tercero (art. 8 LM).

b) La utilización del signo como nombre comercial, denominación social, o como parte de los mismos siempre que tal uso responda al propósito de distinguir los productos o servicios³⁶.

c) Utilizar el signo en la publicidad comparativa de manera que vulnere la Directiva 2006/114/CE.

d) El otorgamiento al titular de una marca de la facultad de prohibir no sólo los actos directos de violación de una marca, sino también los actos preparatorios para dicha violación.

e) Para combatir con más eficacia la falsificación de marcas se regulan los bienes en tránsito, ya que se establece la posibilidad de impedir la introducción de mercancías procedentes de terceros países en un Estado miembro en el que esté registrada una marca incompatible con la marca que las identifica, en el sentido de que incorporen un signo idéntico o virtualmente idéntico al de la marca registrada. Hay que tener en cuenta que este derecho decaerá si el titular de las mercancías o el declarante acreditasen

³⁴ De conformidad con lo previsto en el artículo 30 del Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, sobre la marca de la Unión Europea.

³⁵ Se incorpora a la Ley de Marcas en el artículo 34.2 la cláusula que contiene el artículo 16.1 ADPIC.

³⁶ MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “Análisis crítico de la reforma del Derecho de marcas de la Unión Europea”, op. cit., pg. 6.

que el titular de la marca registrada no tiene derecho a prohibir la puesta en el mercado de las mercancías en el país de destino final.

5.- En cuanto a las limitaciones del derecho de marca, el artículo 37 LM incluye dos novedades recogidas en los apartados 2 y 3. El apartado 2 establece que el apartado 1³⁷ del artículo 37 LM sólo se aplicará si la utilización por el tercero es conforme a las prácticas leales en materia industrial o comercial y el apartado 3 que el derecho de marca no podrá invocarse para eximir a su titular de responder frente a las acciones dirigidas contra él por violación de otros derechos de propiedad industrial o intelectual que tengan una fecha de prioridad anterior.

6.- En el procedimiento de oposición se regula detalladamente la legitimación para formularla según se base en prohibiciones absolutas o relativas, recogándose expresamente la legitimación de los licenciarios³⁸, y se regula la prueba de uso que consiste en la facultad del solicitante de registro contra el que se dirige una oposición de exigir al oponente que acredite el uso de los registros anteriores en base a los cuales se formula la oposición y en caso de que no hubiera habido uso de la marca, deberá acreditar la existencia de causas justificativas de la falta de uso.

7.- En los casos de renovación del registro de la marca, el pago de la tasa de renovación puede considerarse que constituye una solicitud de renovación (art. 32.8 LM) y así la Administración puede adoptar medidas que agilicen los trámites.

³⁷ El artículo 37.1 LM dispone que una marca no permitirá a su titular prohibir a un tercero hacer uso en el tráfico económico: a) De su nombre o dirección (cuando el tercero sea una persona física), b) De signos o indicaciones carentes de carácter distintivo o relativos a la especie, a la calidad, a la cantidad, al destino, al valor, a la procedencia geográfica, a la época de producción del producto o de la prestación del servicio o a otras características del producto o servicio y c) De la marca, a efectos de designar productos o servicios como correspondientes al titular de esa marca o de hacer referencia a los mismos, en particular cuando el uso de esa marca sea necesario para indicar el destino de un producto o de un servicio, en particular como accesorios o piezas de recambio. En relación con esta última limitación del derecho de marca, la STJ de 23 de febrero de 1999, As. C-63/97 (caso BMW), un taller de reparación de vehículos hacía referencia a que era un taller especializado en la reparación de vehículos BMW y el Tribunal estableció la licitud de ese hecho siempre que no se haga creer que existe una vinculación con dicha marca cuando no existe, como si ese taller tuviese una concesión comercial o de taller oficial de la marca BMW.

³⁸ Se establece el principio general de que el licenciario precisa el consentimiento del titular de la marca para la incoación de acciones por violación de la marca objeto de licencia, pero el licenciario exclusivo estará facultado para incoar la acción si, habiendo requerido al titular a estos efectos, éste no hubiera iniciado la acción (art. 48.7 LM). También se reconoce el derecho de cualquier licenciario para intervenir en el procedimiento por violación de marca iniciado por el titular con la finalidad de que pueda obtener la indemnización de los daños y perjuicios que el infractor le haya originado (art. 48.8 LM).

8.- Se otorga competencia directa a la OEPM³⁹ para declarar la nulidad⁴⁰ o caducidad⁴¹ de los signos distintivos sin perjuicio de que se reconoce la posibilidad de plantear una acción de nulidad en vía judicial por medio de una demanda reconvencional en el seno de una acción por violación de la marca.

Se regula detalladamente la legitimación para instar estas acciones⁴², se establecen las directrices de su procedimiento administrativo (que será desarrollado posteriormente por vía reglamentaria), se suprime como causa de nulidad la falta de legitimación para obtener el registro de marcas y se excluye como causa de caducidad la consistente en la pérdida por su titular de los requisitos exigidos para ser titular de una marca.

9.- En relación a las tasas, como hemos visto anteriormente, se elimina la tasa que se pagaba a la OEPM cuando se solicitaba a través de ella una marca europea pero se crea una nueva tasa específica como consecuencia del procedimiento administrativo de declaración de nulidad y caducidad de marcas y nombres comerciales ante la OEPM (Anexo. Tarifa Primera, 1.12 LM).

Esta nueva regulación de la LM tenderá a favorecer una depuración registral de las marcas que no estén siendo utilizadas en absoluto, o no de forma debida, lo que obliga a los titulares de marcas a realizar una revisión de la adecuación de sus carteras de marcas a la realidad con vistas a su efectiva protección⁴³.

³⁹ La competencia directa a la OEPM para declarar la nulidad o caducidad de una marca viene recogida en los artículos 51.1 y 54.1 LM respectivamente. Esta competencia directa de la OEPM para el conocimiento de las solicitudes de nulidad y caducidad de signos distintivos verá demorada su entrada en vigor hasta el 14 de enero de 2023, según determina la Disposición final séptima del Real Decreto- Ley 23/2018.

⁴⁰ Para evitar los abusos, la solicitud de nulidad en vía administrativa o en la vía judicial por vía de reconvención impedirá al mismo titular presentar una nueva pretensión de nulidad fundada en otro de sus derechos, siempre que hubiera podido alegarlo en su primera petición de nulidad. Los efectos de la declaración de nulidad no sufren modificación, entendiéndose que la marca registrada no ha tenido efectos desde el principio (art. 60.2 LM).

⁴¹ Los efectos de la declaración de caducidad se retrotraen a la fecha de la solicitud administrativa de caducidad o a la fecha de la demanda reconvencional, según proceda, sin perjuicio de que en la resolución o sentencia que la declare se fije una fecha anterior (art. 60.1 LM).

⁴² En los casos de nulidad absoluta y de caducidad por falta de uso y conversión de la marca en denominación usual del producto o en signo engañoso, están legitimados para interponer las acciones las personas físicas o jurídicas así como las agrupaciones u organismos que representen a fabricantes, productores, prestadores de servicios o comerciantes y las asociaciones de consumidores o usuarios legalmente constituidas e inscritas conforme a la legislación estatal o autonómica que les resulte de aplicación, que se consideren perjudicados y tengan capacidad procesal. En los casos de nulidad relativa, la legitimación corresponde a los titulares de los derechos anteriores en que se fundamente la nulidad (art. 58 LM).

⁴³ HERRERA PETRUS, C., “Sobre la reforma de la Ley de Marcas”, *Món jurídic: butlletí del Col·legi d'Advocats de Barcelona*, nº. 327, 2020, pg. 63.

2. Normativa europea.

En el año 2013, la Comisión propuso la modernización del sistema de marcas para poner al día y actualizar los textos legales existentes de manera que se hiciera más accesible y menos costoso el registro de marcas en la Unión Europea, ganando en rapidez de registro, aumentando la seguridad jurídica y racionalizando y armonizando los procedimientos de registro en los Estados miembros aproximándose al sistema de marca comunitario.

Dicha modernización se llevó a cabo modificando las disposiciones obsoletas, eliminando las ambigüedades, aclarando el alcance y las limitaciones de los derechos de marca teniendo en cuenta la jurisprudencia del TJUE, mejorando los medios para luchar contra la falsificación de mercancías en tránsito por el territorio de la Unión Europea y facilitando la cooperación entre las oficinas de los Estados miembros y la oficina europea⁴⁴.

Este paquete de reformas, conocido como “paquete de reforma del sistema europeo de marcas” (“*The EU Trademark Reform Package*”)⁴⁵, responde a la necesidad de mejorar la eficiencia, la eficacia y la coherencia del sistema europeo, adaptarlo a la era de internet⁴⁶ y aumentar la consistencia de este sistema aproximando la regulación de las marcas nacionales a la de la marca de la Unión al objeto de establecer condiciones homogéneas de registro y protección de las marcas en todo el territorio de la Unión Europea.

Este proceso de reforma culminó con la adopción de tres textos normativos: el Reglamento (UE) 2015/2424 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2015, por el que se modifican el Reglamento (CE) 207/2009 del Consejo sobre la marca comunitaria y el Reglamento (CE) 2868/95 de la Comisión, por el que se establecen normas de ejecución del Reglamento (CE) 40/94 del Consejo sobre la marca comunitaria, y se deroga el Reglamento (CE) 2869/95 de la Comisión, relativo a las tasas que se han de abonar a la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, diseños y

⁴⁴ MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “Análisis crítico de la reforma del Derecho de marcas de la Unión Europea”, op. cit., pgs. 1-2.

⁴⁵ BERMEJO GUTIÉRREZ, N., “La reforma del Reglamento de marca de la Unión Europea: por un sistema europeo de marcas más eficiente”, *La Ley mercantil*, n^o 37, 2017, pg. 1.

⁴⁶ CERNADAS LAZARÉ, M., “La modificación del sistema de marcas de la Unión Europea. Breve análisis de las propuestas de modificación del Reglamento de marca comunitaria y de la Directiva de marcas”, *ADI*, Tomo 34, 2013-2014, pg. 313.

modelos), la Directiva 2015/2436 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2015 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas y el Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017 sobre la marca de la Unión Europea.

El Reglamento (UE) 2015/2424 (actualmente derogado⁴⁷) introdujo modificaciones que fueron recogidas por la Directiva 2015/2436.

Las primeras modificaciones que se introdujeron como consecuencia del Tratado de Lisboa fueron que el término “marca comunitaria” se sustituyó por “marca de la UE” o abreviadamente por “marcas de la Unión”, los “Tribunales de marcas comunitarias” pasaron a llamarse “Tribunales de la UE”, las “marcas comunitarias colectivas” se denominaron “marcas comunitarias colectivas de la UE”, los términos “Comunidad”, “Comunidad Europea” y “Comunidades Europeas” se sustituyeron por “Unión”, la OAMI pasó a denominarse “Oficina de Propiedad Intelectual de la UE” (EUIPO) o simplemente “Oficina” y el término “Presidente de la Oficina” se sustituyó por “Director Ejecutivo de la Oficina” o simplemente “Director Ejecutivo”.

De entre los principios⁴⁸ que informan la marca de la Unión podemos destacar el principio de unidad, que hace referencia a que la marca de la Unión sólo puede ser solicitada y concedida para la totalidad del territorio de la Unión Europea y por tanto sólo hay una sola solicitud y una única tasa ante la EUIPO, el principio de coexistencia de la marca de la Unión con las marcas nacionales y el principio de autonomía ya que las marcas de la Unión se registrarán exclusivamente por normas europeas.

En relación a los signos que pueden constituir una marca, además de mencionar expresamente la posibilidad de registrar los sonidos como marca (posibilidad implícita en la anterior normativa ya que se podían registrar los sonidos a través de su representación gráfica en un pentagrama) elimina el requisito de la representación gráfica para disponer que los signos sean apropiados para distinguir los productos o los servicios de una

⁴⁷ Las disposiciones que contenía el Reglamento 2015/2424 han sido derogadas por el Reglamento (UE) 2017/1001 y el Reglamento Delegado (UE) 2017/1430 (este último a su vez ha sido derogado por el Reglamento Delegado (UE) 2018/625 de la Comisión, de 5 de marzo de 2018, que complementa en cuestiones procedimentales al Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la marca de la Unión Europea).

⁴⁸ BROSETA PONT M., y MARTÍNEZ SANZ F., *Manual de Derecho Mercantil, Vol. I: Introducción y Estatuto del Empresario...* op., cit., pg. 278.

empresa de los de otras empresas y puedan ser representados en el registro de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a sus titulares (art. 3 DM).

Esta modificación permitirá que las marcas sonoras puedan representarse por un archivo de audio⁴⁹ o que las marcas de movimiento puedan representarse con un archivo de vídeo pero se abre ahora otro debate sobre lo que debe entenderse por “representación suficiente” del signo a proteger como marca⁵⁰.

Otro aspecto importante es la adquisición del derecho sobre la marca de la Unión que tiene lugar mediante su registro en la EUIPO (art. 6 RMUE), aunque también se concede cierta protección a los usuarios de marcas extraregistrales ya que los artículos 8.2 c) y 60.1 a) RMUE permiten al usuario de una marca notoria no inscrita confundible con una marca de la Unión que solicite que esta última no se inscriba o se declare nula.

La Directiva introduce nuevas prohibiciones de registro de marcas, tanto absolutas (art.4 DM) como relativas (art. 5 DM), prohibiciones que, en caso de no ser respetadas, constituyen causas de nulidad de la marca.

Una de estas nuevas prohibiciones de registro absolutas⁵¹, recogida en el artículo 4.1. 1) DM, es la prohibición de registrar como marca los signos que consisten o reproducen elementos esenciales de las variedades vegetales registradas cuando la

⁴⁹ En relación a la representación de un sonido por medio de un archivo de audio, es importante señalar la STGUE, Sala Quinta ampliada, de 7 de julio de 2021, As. T-668/19 (Caso Ardagh Metal Beverage Holdings GmbH & Co. KG). Esta empresa solicitó como marca en la EUIPO para varias bebidas y envases metálicos para transporte y almacenamiento, el registro de un signo sonoro presentado por medio de un archivo de audio. La marca sonora consistía en el sonido que se produce al abrir una lata de bebida, seguido de un silencio que dura alrededor de un segundo y de un burbujeo de unos nueve segundos. La EUIPO denegó dicha solicitud de registro por carecer de carácter distintivo basándose en el artículo 7.1.b) del Reglamento (UE) 2017/1001. El Tribunal declaró que “*es necesario que el signo sonoro cuyo registro se solicita posea cierta fuerza que permita al consumidor pertinente percibirlo y considerarlo como marca y no como elemento de carácter funcional o indicador sin características intrínsecas propias*” y que “*los elementos sonoros y el silencio de alrededor de un segundo, considerados en su conjunto, no poseen ninguna característica intrínseca que permita que el público pertinente los perciba como una indicación del origen comercial de los productos*”.

⁵⁰ MARCO ALCALÁ, L. A., “La nueva regulación del Derecho de marcas en la Unión Europea: comentario breve de la nueva Directiva sobre marcas y de la modificación del Reglamento sobre la Marca de la Unión Europea”, *ADI*, Tomo 36, 2015-2016, pg. 395.

⁵¹ PÉREZ CARRILLO, E. F., “Aproximación a la reforma del sistema de marcas en la Unión Europea”, *ADI*, Tomo 36, 2015-2016, pg. 418.

solicitud de marca se refiere a las variedades de plantas de la misma o de especies próximas.

También es importante destacar que ahora se podrá declarar la nulidad de una marca cuando el solicitante haya efectuado de mala fe su solicitud de registro y por tanto cualquier Estado miembro podrá también disponer que se deniegue el registro de esa marca (art. 4.2 DM) y hay una mayor protección a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas (art. 5.3.c DM).

Esta nueva regulación incluye la posibilidad de declarar a posteriori la nulidad o la caducidad de una marca ya que según el artículo 6 DM, *“cuando para la obtención de una marca de la Unión se reivindique la antigüedad de una marca nacional o de una marca registrada con arreglo a acuerdos internacionales que desplieguen sus efectos en el Estado miembro, y estas marcas hubieran sido objeto de renuncia o se hubieran extinguido, la nulidad o la caducidad de la marca en la que se base la reivindicación de antigüedad podrá declararse a posteriori”*, pero dicho artículo añade *“siempre que la nulidad o la caducidad se hubiese podido declarar en el momento de la renuncia o extinción”* y por tanto la antigüedad dejará de surtir efecto.

También es relevante lo dispuesto en el artículo 8 DM según el cual una solicitud de nulidad basada en una marca anterior no prosperará en la fecha de la solicitud de nulidad si no hubiere prosperado en la fecha de presentación de la solicitud o en la fecha de prioridad de la marca posterior por falta de carácter distintivo o de renombre.

Respecto al contenido del derecho de marca (art. 10 DM) la Directiva introduce como novedades que el derecho de propiedad industrial sobre la marca se entiende sin perjuicio de derechos previos (art. 10.2 DM), elimina el carácter facultativo para los Estados miembros de la protección de la marca que goza de renombre (art. 10.2. c) DM), e incluye los actos que puede prohibir el titular de la marca, como son el de prohibir la utilización del signo como nombre comercial o denominación social o como parte de estas (art. 10.3. d) DM), o el prohibir la utilización del signo en publicidad comparativa, de una manera contraria a la Directiva 2006/114/CE (art. 10.3. f) DM).

La nueva directiva de marcas también introduce la importante delimitación del supuesto del uso indebido de marcas en productos introducidos en el territorio aduanero

de la Unión Europea, pero sin que vayan a ser despachados a libre práctica, por estar en tránsito hacia Estados terceros (art. 10.4 DM).

En este punto, se ha modificado la postura inicial de aplicar sin paliativos a estos casos el *ius prohibendi*, y al no haber acuerdo entre el Parlamento Europeo y el Consejo en este asunto⁵², se ha adoptado la opción⁵³ de que sólo sea posible cuando el titular de la marca pueda prohibir la comercialización de tales mercancías en el país de destino, y de que, de no ser así, sea el titular de estos productos quién soporte la carga de la prueba para demostrar esa carencia. El derecho de exclusiva se extiende hasta el punto de permitir prohibir los actos preparatorios en relación con el uso de embalajes u otros soportes en los que se coloca la marca (art. 11 DM).

En relación a la limitación de los efectos de la marca (art. 14.1. a) DM) una marca no permitirá a su titular prohibir a un tercero hacer uso, en el tráfico económico, de su nombre o dirección cuando el tercero sea una persona física⁵⁴, y tampoco podrá impedirse la posibilidad de utilizar la marca por terceros para designar productos o servicios como correspondientes al titular de la marca cuando sea necesario para indicar el destino de un producto o de un servicio, siempre que se respeten las prácticas leales en materia industrial y comercial (art. 14.1 c) DM).

También es novedoso el artículo 18 de la nueva Directiva, según el cual, en las acciones por violación, el titular de una marca no podrá prohibir la utilización de una marca registrada posterior (incluida una marca de la Unión Europea) si esta última no pudiera declararse nula. Y, cuando el titular de una marca no tenga derecho a prohibir la utilización de una marca registrada posterior, el titular de esta marca posterior no podrá

⁵² El TJUE se ha ocupado de la cuestión en diferentes sentencias, como en la STJ, Sala Primera, de 1 de diciembre de 2011, asuntos acumulados C-446/09 (Caso *Koninklijke Philips Electronics*) y C-495/09 (Caso *Nokia Corporation*). Según estas Sentencias, las mercancías procedentes de un tercer Estado y que son una imitación de un producto protegido en la Unión Europea por un derecho de marca o una copia de un producto protegido en la Unión mediante un derecho de autor, un derecho afín, un modelo o un dibujo, no pueden calificarse de “mercancías falsificadas” o de “mercancías piratas” por el mero hecho de que se hayan introducido en el territorio aduanero de la Unión bajo un régimen suspensivo. Es necesario que se acredite que están destinadas a una comercialización en la Unión Europea.

⁵³ MARCO ALCALÁ, L.A., “La nueva regulación del Derecho de marcas...”, op. cit., pg. 398.

⁵⁴ Se corrige así la Jurisprudencia del TJUE ya que en la STJ, Gran Sala, de 16 de noviembre de 2004, As. C-245/02, (Caso *Anheuser-Busch Inc. y Budějovický Budvar*) el Tribunal admitió que “*en principio, un tercero puede invocar la excepción que establece el artículo 6, apartado 1, letra a), de la Directiva 89/104 con el fin de que se le permita utilizar un signo idéntico o similar a una marca para indicar su nombre comercial*” y en la STJ, Gran Sala, de 11 de septiembre de 2007, As. C-17/06, (Caso *Céline SARL y Céline SA*) reitera que la limitación establecida en la Directiva 89/104 no se limita al nombre de las personas físicas y que puede ser invocada para amparar el uso de la denominación de una sociedad mercantil.

prohibir la utilización de la marca anterior en las acciones por violación, aunque el derecho de dicha marca anterior no pueda ya invocarse frente a la marca posterior.

La Directiva introduce en el Derecho de marcas de la Unión Europea la figura de las marcas de garantía o de certificación⁵⁵ y contiene una pequeña regulación de éstas⁵⁶ y de las marcas colectivas⁵⁷.

Las primeras han de describirse como tales en la solicitud y deben ser adecuadas para distinguir productos o servicios, que el titular de la marca certificará respecto al material, el modo de fabricación de los productos o de prestación de los servicios, la calidad, la precisión u otras características de los productos y servicios que no posean esa certificación, artículo 27.a) DM, no siendo obligatorio el reconocimiento del registro de este tipo de marcas para los Estados (art. 28 DM).

Respecto a las marcas colectivas así designadas en la solicitud de registro, deben ser adecuadas para distinguir los productos o servicios de los miembros de la asociación que sea su titular frente a los de otras empresas (art. 27.b) DM) y ésta sí debe reconocerse por los Estados (art. 29 DM)⁵⁸.

En relación a las tasas, aunque se redujeron la mayoría ellas, el artículo 42 DM impone una tasa por cada clase de productos y servicios conforme al principio “*one-class-per-free*”⁵⁹, cuya finalidad es evitar que los solicitantes de las marcas las registren para una multitud de bienes y servicios en los que no la va a utilizar y así desbloquear el Registro. Por eso, si ahora se presenta una solicitud de marca de la Unión Europea en tres clases o más, con esta nueva regulación se encarecería dicha solicitud porque ya no se aplicaría el antiguo sistema del “tres por uno” sino el sistema de “una clase por tasa”.

⁵⁵ La introducción de las marcas de certificación como posibilidad de registro de marcas dentro del sistema de la marca de la Unión Europea constituyó una de las novedades más llamativas de la reforma realizada por la Directiva 2015/2436 y por el Reglamento 2015/2424. La finalidad de esta regulación reside en la voluntad de completar las disposiciones vigentes en materia de marcas comunitarias colectivas, así como corregir también el desequilibrio existente entre los sistemas nacionales y el sistema de marca de la Unión. CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M^a. C., “Las marcas de garantía”, op. cit., pg. 3.

⁵⁶ La Directiva de marcas regula las marcas de garantía y de certificación en los artículos 27. a) y 28.

⁵⁷ Las marcas colectivas están reguladas en los artículos 27. b) y 29-36 DM.

⁵⁸ PÉREZ CARRILLO, E.F., “Aproximación a la reforma del sistema de marcas...”, op. cit., pg. 423.

⁵⁹ PÉREZ CARRILLO, E.F., “Aproximación a la reforma del sistema de marcas...”, op. cit., pg. 421.

Otra de las principales novedades de la Directiva es el Capítulo 3 dedicado a la armonización de las cuestiones procedimentales. En este Capítulo se regula la solicitud y registro de la marca (Sección 1), los procedimientos de oposición, caducidad e invalidez (Sección 2), la duración y renovación del registro (Sección 3) y la comunicación con la oficina (Sección 4).

La marca de la Unión Europea, está regulada por tanto en el Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de junio de 2017 sobre la marca de la Unión Europea, en el Reglamento delegado (UE) 2018/625⁶⁰ de la Comisión de 5 de marzo de 2018 que complementa el Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la marca de la Unión Europea y deroga el Reglamento Delegado (UE) 2017/1430 y en el Reglamento de ejecución (UE) 2018/626⁶¹ de la

⁶⁰ El objeto del Reglamento, según su artículo 1, es establecer las normas en las que se especifican los pormenores del procedimiento para la presentación y el examen de una oposición al registro de una marca de la Unión en la EUIPO, del procedimiento que regula la modificación de una solicitud de marca de la Unión y los que rigen la caducidad y la declaración de nulidad de una marca de la Unión. También se ocupa de regular la cesión de una marca de la Unión registrada a nombre de un agente no autorizado, el contenido formal del escrito de recurso y el procedimiento para la presentación y el examen de un recurso, el contenido formal y la forma de las resoluciones de la sala de recurso y el reembolso de la tasa de recurso, los detalles sobre la organización de las salas de recurso y las condiciones en las que las resoluciones sobre los recursos deben ser adoptadas por un solo miembro. Otros aspectos recogidos en este Reglamento son las disposiciones detalladas del procedimiento oral y de la instrucción, las modalidades detalladas de la notificación por parte de la EUIPO y las normas relativas a los medios de comunicación con ella, los pormenores relativos al cómputo y la duración de los plazos, el procedimiento para la revocación de una resolución o la cancelación de una inscripción en el Registro de marcas de la Unión y las disposiciones detalladas para la reanudación de los procedimientos entablados ante la EUIPO. Por último, el Reglamento también regula las condiciones y el procedimiento para el nombramiento de un representante común, las condiciones en las que los empleados y los representantes autorizados deben presentar un poder, así como el contenido de dicho poder y las condiciones en las que una persona podrá ser dada de baja de la lista de representantes autorizados y los pormenores del procedimiento relativo a los registros internacionales basados en una solicitud de base o un registro de base relativo a una marca colectiva, una marca de certificación o una marca de garantía, así como el procedimiento para la presentación y el examen de una oposición a un registro internacional.

⁶¹ El Reglamento de ejecución establece normas en las que se especifican los datos que deben figurar en una solicitud de marca de la Unión que se presente ante la EUIPO, la documentación necesaria para reivindicar la prioridad de una solicitud anterior y para reivindicar la antigüedad, y los elementos de prueba que deberán presentarse a efectos de la reivindicación de la prioridad de exposición. El reglamento también regula los datos que deben figurar en la publicación de una solicitud de marca de la Unión, el contenido de una declaración de división de una solicitud, el modo en que la EUIPO tiene que tramitar dicha declaración, así como los datos que deben figurar en la publicación de la solicitud divisional. Además, este reglamento también se ocupa de la regulación del contenido y la forma del certificado de registro, el contenido de la declaración de división de un registro y el modo en que la EUIPO tiene que tramitar dicha declaración así como los datos que deben figurar en las solicitudes de modificación. Para el cambio de nombre o dirección, el reglamento establece el contenido de la solicitud de registro de una cesión, la documentación necesaria para establecerla y el modo de tramitar las solicitudes de cesiones parciales o los datos que deben figurar en una declaración de renuncia y la documentación requerida para establecer el acuerdo de un tercero. Además, en el reglamento se especifican los datos que deben figurar en el reglamento de uso de una marca colectiva de la Unión y los que rigen el uso de una marca de certificación de la Unión. El reglamento también se encarga de regular los tipos máximos de los gastos imprescindibles para los procedimientos en que se haya incurrido efectivamente, determinados pormenores relativos a las publicaciones en el Boletín de Marcas de la Unión Europea y en el Diario Oficial de la EUIPO, las

Comisión de 5 de marzo de 2018 por el que se establecen normas de desarrollo de determinadas disposiciones del Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la marca de la Unión Europea, y se deroga el Reglamento de Ejecución (UE) 2017/1431.

B) Concepto y funciones de las marcas.

El concepto de marca viene recogido en el artículo 4 LM que la define como *“todos los signos, especialmente las palabras, incluidos los nombres de personas, los dibujos, las letras, las cifras, los colores, la forma del producto o de su embalaje, o los sonidos, a condición de que tales signos sean apropiados para distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras empresas y ser representados en el Registro de Marcas de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a su titular”*.

Según esta definición, la marca no es sólo un signo, sino un signo relacionado con unos determinados productos o servicios dentro del mercado a los cuales distingue e identifica. Por tanto, el derecho exclusivo sobre la marca va referido a la relación entre el signo y los productos o servicios que identifica⁶².

Parte de la doctrina⁶³ entiende que la marca, al recaer sobre un signo relacionado con una determinada clase de productos o servicios, sólo puede impedir que ese signo se

disposiciones detalladas del modo en que la EUIPO y las autoridades de los Estados miembros han de intercambiar información entre sí y abrir expedientes de consulta y los datos que deben figurar en las solicitudes de transformación y en la publicación de una solicitud de transformación. La medida en que los documentos justificativos que se utilicen en los procedimientos escritos ante la EUIPO puedan presentarse en cualquier lengua oficial de la Unión, la necesidad de facilitar una traducción y los requisitos exigidos a las traducciones, así como las resoluciones que deben ser adoptadas por un solo miembro de la división de Oposición y de la división de Anulación son otros aspectos regulados en el Reglamento. Por último, y en lo que respecta al registro internacional de marcas, el Reglamento recoge los datos que tiene que contener el formulario que debe utilizarse para presentar una solicitud internacional, los hechos y resoluciones de nulidad que deben notificarse a la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (“Oficina Internacional”) y el momento oportuno para dicha notificación, los requisitos pormenorizados relativos a las solicitudes de extensión territorial posteriores al registro internacional, los datos que deben figurar en una reivindicación de antigüedad para un registro internacional, los detalles de la información que se ha de notificar a la Oficina Internacional y los datos que deben figurar en la notificación de oficio de denegación provisional de protección que deba enviarse a la Oficina Internacional. El Registro internacional de marcas también contendrá los datos que deben figurar en la concesión o denegación definitiva de la protección, los que deben figurar en la notificación de anulación o los que deben figurar en las solicitudes de transformación de un registro internacional y en la publicación de dichas solicitudes.

⁶² BERCOVITZ RODRIGUEZ – CANO, A., *Apuntes de Derecho Mercantil. Derecho Mercantil, Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial*, 16ª ed., Thomson – Reuters Aranzadi, 2015, pg. 557.

⁶³ FERNANDEZ NOVOA, C., *Tratado sobre derecho de marcas*, Marcial Pons, Madrid, 2001, pg. 27.

reproduzca en unión con productos o servicios pertenecientes a esa clase. De ahí, que a veces nos encontramos una misma marca para identificar productos o servicios diferentes⁶⁴.

Este aspecto es conocido en el derecho de marcas como el principio de especialidad⁶⁵, que hace posible que puedan coexistir legalmente en el tráfico económico o en el Registro signos idénticos que pertenezcan a titulares distintos siempre que los productos o servicios que distingan sean diferentes y por tanto no sean susceptibles de confusión.

Aunque no lo recoge expresamente la LM⁶⁶ se considera evidente en el sentido de que el derecho de exclusiva sobre la marca recae sobre un producto o servicio concreto que es el que la marca distingue pero no es de aplicación cuando se trata de marcas

⁶⁴ Como ejemplo de una misma marca que sirve para identificar productos diferentes podemos encontrar la marca “Conguitos” cuyo titular es Chocolates Lacasa Internacional, S.A que identifica productos alimenticios y la marca “Conguitos” registrada para vestidos, calzados (excepto ortopédicos) y sombrerería. Otros ejemplos de la coexistencia de marcas son la marca TRIUMPH para motocicletas y TRIUMPH para lencería, la marca TREX para chicles sin azúcar y TREX para patines o ALFA para automóviles y ALFA para máquinas de coser. En las STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 20 de octubre de 2004, 18 de noviembre de 2011 y de 22 de junio de 2012 el principio de especialidad exige para que se produzca la prohibición general de acceso al Registro de una marca “*que exista identidad o semejanza fonética, gráfica o conceptual con una marca o nombre comercial anteriormente solicitado o registrado, y que tenga por finalidad designar productos o servicios idénticos o similares a los que ampara la marca precedente, o que guarden relación con la actividad amparada por el rótulo de establecimiento ya registrado o solicitado, puesto que el grado de disimilitud aplicativa entre las marcas confrontadas, que distinguen servicios diferenciados enunciados en clases distintas del Nomenclátor Internacional de Marcas, compensa la identidad de los signos distintivos y excluye que se defraude la elección del usuario*”.

⁶⁵ PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., “La propiedad industrial e intelectual: teoría general. Signos distintivos”, en *Lecciones de Derecho Mercantil*, Dir. por Aurelio Menéndez y Coord. por Mª Luisa Aparicio González, 7ª ed., Ed. Civitas Thomson Reuters, Pamplona, 2009, pg. 200 y BROSETA PONT M., y MARTÍNEZ SANZ F., *Manual de Derecho Mercantil, Vol. I: Introducción y Estatuto del Empresario...*, op., cit., pg. 259.

⁶⁶ El principio de especialidad no estaba claro en el EPI de 1929 ya que en su artículo 124 no se aludía a la confundibilidad de los productos o servicios amparados por la marca sino sólo a la confundibilidad del signo como tal (la STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 1ª, de 18 de febrero de 1981, no aplica el principio de especialidad en el conflicto entre las marcas POLIPAC y POLYPAC o la STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, de 23 de febrero de 1983, que declara incompatible RONDEL para productos químicos con RONDEL para ciertos productos de caucho). La STS, Sala de lo Civil, de 30 de abril de 1986, señala que frente a la identidad fonética y gráfica no puede prevalecer la diferencia de productos incluidos en el nomenclátor ya que ese número (el de la clase de producto o servicio) es un elemento coadyuvante en caso de duda de las identidades o semejantes anteriores pero no cuando la acción de nulidad se asiente en la identidad del nombre en sus aspectos fonético y gráfico. A partir de la LM 32/1988 se empezó a superar la negación jurisprudencial del principio de especialidad incluyéndolo en la definición de marca en el artículo 1 según el cual “se entiende por marca todo signo o medio que distinga o sirva para distinguir en el mercado *productos o servicios de una persona de productos o servicios idénticos o similares de otra persona*”. Ver LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, Civitas, Madrid, 2002, (2ª ed., 2007), pgs. 153-156.

renombradas (art. 8 LM) ya que ello supondría el aprovechamiento injustificado de una reputación comercial ajena.

En este sentido es importante señalar la STS, Sala de lo Civil, Sección 1ª, de 17 de marzo de 2000, caso “Camel” contra “Kamel”, en el que ambas marcas estaban registradas para productos de perfumería, la marca “Camel” como marca internacional con el número H0324238 y “Kamel” como marca nacional con el número M0623092. El Tribunal afirmó la notoriedad de la marca “Camel” en el sector del tabaco y por tanto no podía oponerse al uso por parte de un tercero de la marca “Kamel” registrada con anterioridad para productos de perfumería pero en el fallo de la sentencia se impide a los titulares de la marca “Kamel” sustituir la letra “K” por una “C” dentro del sector de la perfumería porque ello supondría el aprovechamiento injustificado de la marca renombrada “Camel”.

Para algunos autores⁶⁷, la actual definición legal de marca es más imperfecta y desacertada que la que contenía el artículo 1 de la Ley 32/1988⁶⁸, ya que con el fin de armonizar nuestra nueva LM con las normas comunitarias dictadas en la materia, se emplea la palabra “signo” como única expresión que indica en qué consiste una marca y prescinde de la palabra “medio” que se utilizaba en el anterior concepto legal de marca⁶⁹.

Una definición legal⁷⁰ que entendiera por marca “todo signo o medio” respetaría escrupulosamente los textos comunitarios porque simplemente añadiría una precisión que mejoraría el concepto legal de marca y daría cabida, sin tener que hacer una interpretación amplia del término “signo” a las marcas tridimensionales, olfativas, gustativas y táctiles que son considerados técnicamente “medios” más que “signos”.

La actual definición de marca menciona únicamente a los “signos” y establece que *“podrán constituir marcas todos los signos, especialmente las palabras, incluidos los nombres de personas, los dibujos, las letras, las cifras, los colores, la forma del*

⁶⁷ OTERO LASTRES, J.M., “La definición legal de marca en la nueva Ley española de marcas”, ADI, Tomo XXII, 2001, pg. 213.

⁶⁸ La anterior definición de marca recogida en el artículo 1 de la Ley 32/1988 entendía por marca *“todo signo o medio que distinga o sirva para distinguir en el mercado productos o servicios de una persona, de productos o servicios idénticos o similares de otra persona”*.

⁶⁹ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas en la Ley 17/2001, de marcas”, RDM, núm. 247, 2003, pg. 144 y “La regulación de las marcas de garantía en la Ley 17/2001, de Marcas”, *La Ley: Revista jurídica española de doctrina, jurisprudencia y bibliografía*, nº 2, 2003, pgs. 1627 y 1630.

⁷⁰ OTERO LASTRES, J.M., “La definición legal de marca...”, op. cit., pgs. 200-201.

*producto*⁷¹ o de su embalaje, o los sonidos⁷²...”. Este artículo 4 LM contiene una lista enunciativa de los signos que pueden ser registrados como marca pero al ser una lista enunciativa⁷³, se admite la posibilidad de marcas atípicas⁷⁴, en la medida en que no se haya contemplado el signo dentro de la enunciación del artículo 4 LM.

Con la previsión que hace el apartado b) del artículo 4 LM que hace referencia a que el signo que constituya la marca pueda ser representado en el Registro de Marcas de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a su titular, la actual definición de marca incluye también lo que en la regulación de la Ley 32/1988 se entendía como “medio”.

La modificación más importante que hace la Directiva (UE) 2015/2436 al concepto legal de marca es la eliminación del requisito de la “representación gráfica” del signo y la reemplaza por un requisito más abierto como es el de la “representación suficiente”⁷⁵.

El nuevo concepto legal de marca que se transpone de la Directiva (UE) 2015/2436 al eliminar el requisito de la “representación gráfica” abre la posibilidad de registrar signos no tradicionales y por tanto hay que tener en cuenta el Tratado de

⁷¹ En principio las formas tridimensionales son registrables siempre que no tengan principalmente una finalidad técnica, estética o genérica (prohibición absoluta del registro de una marca recogida en el art. 5.1. e) LM) aunque la práctica de la OEPM admite las marcas tridimensionales basadas en formas usuales siempre que lleven un elemento característico. Por ejemplo, la etiqueta sobre el paquete de las gulas del norte describe un envoltorio característico con una ventana y un dibujo muy común en estos productos, que, al mismo tiempo, contiene la denominación registrada (marca tridimensional registrada en la OEPM con el número M2259814 que, aunque desde el año 2012 se encuentra caducada, la empresa Angulas Aguinaga SAU ha registrado más marcas tridimensionales de este tipo para la venta de sus productos). LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 159.

⁷² No todas las marcas sonoras pueden ser registradas ya que el signo sonoro de una onomatopeya, ni las autoridades públicas ni el público, en particular los operadores económicos, podrán determinar si el signo objeto de protección es la onomatopeya, como tal se pronuncia, o el sonido o ruidos reales. Ver TORRUBIA CHALMETA, B., “El requisito de la representación gráfica: un límite de acceso al registro para las marcas no visuales”, *ADI*, Tomo 32, 2011/2012, pg. 403.

⁷³ BERCOVITZ RODRIGUEZ – CANO, A., *Apuntes de Derecho Mercantil*, op. cit., pg. 559.

⁷⁴ SÁNCHEZ CALERO, F., y SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, J., “Protección de los signos distintivos de la empresa”, op. cit., pg. 280.

⁷⁵ Este requisito es también conocido como el de la “representación identificativa”, es decir, que los signos puedan ser representados de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto preciso de la protección otorgada a su titular, pero dicho requisito es “oscuro, impreciso e insatisfactorio”, en OTERO LASTES, J.M., “La representación de la marca en las propuestas comunitarias”, *Actas de derecho industrial y derecho de autor*, Tomo 33, 2012-2013, pg.426.

Singapur sobre el Derecho de Marcas (STLT)⁷⁶ hecho el 27 de marzo de 2006⁷⁷ que es el primer instrumento internacional sobre derecho marcario que reconoce expresamente las marcas no tradicionales y admite la protección de las marcas no visuales⁷⁸.

El Tratado rige para las marcas visibles no tradicionales como los hologramas, las marcas tridimensionales, las marcas de color, de posición y las animadas, y también para las marcas no visibles como las marcas de sonido⁷⁹, las olfativas⁸⁰, las gustativas y las

⁷⁶ El Tratado se aplicará a las marcas relativas a productos (marcas de producto) o a servicios (marcas de servicio), o relativas a productos y servicios [(art. 2.a)] y no será de aplicación a las marcas colectivas, marcas de certificación y marcas de garantía [(art. 2.b)].

⁷⁷ Este Tratado fue ratificado por España el 6 de febrero de 2009 y también hay que tener en cuenta el Reglamento del Tratado ya que en él se dispone la forma en que deben estar representadas esas marcas en la solicitud, representación que podrá ser incluso fotográfica o no gráfica.

⁷⁸ El Informe del Instituto Max Planck de Derecho de propiedad intelectual y Derecho de la competencia de 15 de febrero de 2011 señaló que la exigibilidad del requisito de la representación gráfica de la marca para su registro estaba ya desfasado y que debería cambiarse el sistema legal en aras del registro de las marcas no tradicionales, aunque también indicó que se debería seguir teniendo en cuenta la sentencia Sieckmann en cuanto a la necesidad de dotar de seguridad jurídica al registro de la marca no tradicional. VALMAÑA OCHAÍTA, M., “La representación de la marca tras la reforma de los Derechos comunitario y español”, *La Ley Mercantil*, nº 78 (marzo), 2021, edición electrónica, pg. 1.

⁷⁹ Para las marcas de sonido, el TJUE defiende el pentagrama como modelo de representación gráfica que cumple con los requisitos jurisprudenciales. Así, dividido en compases en donde figuran, en particular, una clave, algunas notas musicales, silencios cuya forma indica el valor relativo y, en su caso, las alteraciones, puede constituir una representación fiel de la sucesión de sonidos que forman la melodía cuyo registro se solicita por ser clara, precisa, completa en sí misma, fácilmente accesible, inteligible, duradera y objetiva (criterios del caso Sieckmann). Ver TORRUBIA CHALMETA, B., “El requisito de la representación gráfica...”, op. cit., pg. 403.

⁸⁰ Como el signo tenía que ser susceptible de representación gráfica porque para poder inscribir la marca en un registro era necesario que el signo se pudiera representar gráficamente, este requisito fue ampliamente discutido por la doctrina porque limitaba los sentidos a través de los cuales se puede percibir la marca y por tanto el tipo de signos que pueden constituir una marca. La marca que presentaba problemas de registro eran los signos olfativos ya que para algún autor (LLOBREGAT HURTADO, M^a. L., “Caracterización jurídica de las marcas olfativas como problema abierto”, *Revista de Derecho Mercantil*, nº 227, Madrid, 1998, pg. 115) era posible su representación gráfica a través de espectrometrías y cromatografías y la descripción del signo olfativo podía realizarse a través de palabras que describieran el olor y con muestras de los mismos (extractos) que podrían ser renovados periódicamente por los titulares a petición de las Oficinas de registro. Aunque la marca olfativa podía representarse mediante aromagrama, en orden a la diferenciación de dos fragancias ante un posible riesgo de confusión, éste podrá evidenciar las diferencias en los componentes de las dos fragancias pero ello no influencia en las características organolépticas complejas. La admisión de la simple descripción verbal para una fragancia no parecía en modo alguno admisible para cumplir el requisito de la representación gráfica, al igual que la transcripción de la fórmula química empleada en su composición o las muestras aromáticas debido a su posible alteración en base al medio donde deba permanecer y, sobre todo, al paso del tiempo (A este respecto, RIVERO GONZÁLEZ, M^a. D., “Los problemas que presentan en el mercado las nuevas marcas cromáticas y olfativas”, *RDM*, núm. 238, Madrid, 2000, pg. 1687.). Parte de la doctrina (LEMA RASTROJO, S., “Nuevo concepto de marca. Especial referencia a las marcas olfativas”, *Revista Aranzadi Doctrinal*, nº 9, 2017, pg. 184.) entendía que la representación gráfica de un signo olfativo a través de una descripción creaba inseguridad jurídica, ya que no se estaba representando realmente el signo sino una descripción del mismo dejando al libre entendimiento la interpretación literal de tal descripción y no pudiendo controlar que todos los consumidores entiendan de igual manera dicha descripción. Además, la representación gráfica del signo olfativo a través de su fórmula química plantea la dificultad de saber exactamente qué olor y cuál es exactamente el que ya está inscrito en el Registro correspondiente. Es por esto que algún autor (LLOBREGAT HURTADO, M^a. L., “Caracterización jurídica de las marcas olfativas...”, op. cit., pg. 116.) planteaba las siguientes objeciones respecto a la subjetividad de la percepción de las marcas olfativas: que los olores pueden variar en función del objeto al que se incorpora, que la

táctiles⁸¹ y ofrece a las partes contratantes unos procedimientos eficaces y efectivos sobre las formalidades en materia de marcas pero no impone a las partes la obligación de registrar esos nuevos tipos de marcas o instrumentar sistemas de presentación electrónica u otros sistemas automatizados.

El Tratado a lo único que obliga es a que las oficinas nacionales que de conformidad con su Derecho interno admitan estas marcas, acepten las solicitudes que cumplan las disposiciones previstas al efecto en el Reglamento de desarrollo⁸².

En relación a las marcas no visuales, el registro⁸³ debe adaptarse a las nuevas marcas ya que las marcas sonoras, gustativas, olfativas y táctiles deben protegerse registralmente *per se* en cuanto constitutivas de un sonido, un gusto, un olfato o un tacto

percepción de un olor no es permanente porque se ve alterada con el tiempo, y que se puede confundir con otros signos olfativos. La primera marca olfativa que solicitó su registro en la EUIPO con el número de solicitud 000428870 en el año 1996 consistía en “el olor a hierba recién cortada” (Ver la Resolución de la Segunda Sala de Recursos de la OAMI (antigua denominación de la actual EUIPO) de 11 de febrero de 1999 dictada en el R 156/1998-2, caso Markgraaf B.V., para distinguir pelotas de tenis, pero siguiendo los criterios de la STJ, de 12 de diciembre de 2002, As. C-273/00 (Caso Siekmann) en relación con la solicitud de una marca olfativa, el signo ha de representarse de manera clara, precisa, autosuficiente, fácilmente accesible, inteligible, duradera y objetiva. Se concluyó que la descripción de una fórmula química no es legible ni clara, ni precisa respecto al olor y que no se representaba el olor, sino la sustancia, que la descripción de olores no es clara, ni precisa ni objetiva y que el depósito de muestras de olores no es suficientemente estable ni duradero, pues las propiedades de estas muestras pierden sus propiedades y su esencia con el tiempo. En la Sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Tercera) de 27 de octubre de 2005, As. T-305/04, Caso Eden SARL, esta empresa solicitó el registro como marca olfativa de un signo que constaba de un elemento figurativo (una imagen de una fresa) con la descripción verbal de “olor a fresa madura” pero dicha solicitud fue denegada por ser inadecuada la representación gráfica del signo y por no cumplir los requisitos de carácter unívoco, preciso y objetivo. . Las marcas olfativas seguirán teniendo el problema de la Doctrina del Caso Sieckmann salvo que existan medios tecnológicos que puedan representar, ya sea visualmente o no, un signo olfativo de manera objetiva, clara, inteligible, fácilmente accesible, inequívoca y duradera, por tanto, hay que esperar a ver cómo se pronuncian los Tribunales sobre este tipo de marcas.

⁸¹ Aunque en Colombia es la primera vez que se reconoce una marca táctil (está registrada con el número de registro 34.530) para la botella de “Old Parr”, un licor cuyo envase cuenta con unas características específicas que su fabricante quiso proteger como marca, en el mundo existen diferentes casos, como por ejemplo, el bolso o funda violeta de la botella de Crown Royal, la textura de terciopelo que cubre la superficie de una botella del vino Khvanchkara, un papel con textura de algodón para productos de jabón, un diseño utilizado como superficie para distinguir equipaje, bolsos y productos de cuero relacionados otorgado a favor de Louis Vuitton Malletier y también encontramos algunos casos de registro de marcas táctiles que contienen caracteres Braille, como por ejemplo la otorgada a favor de Christoph Krahenmann para distinguir joyería (Registrada en la USPTO con el número de registro 2058394), la marca MIKLI otorgada a favor del diseñador francés Alan Mikli para vestimenta (Registrada en la USPTO con el número de registro 3318549) o las marcas consistentes en las denominaciones “a wonder summer’s night” (Registrada en la USPTO con los números de registro 3512464 y 3512465) o “Stevie Wonder” (Registrada en la USPTO con los números de registro 3495229 y 3495230) otorgadas a favor de Stevie Wonder para su vestimenta y servicios de entretenimiento respectivamente. LLOBREGAT HURTADO, M^a. L., “Caracterización jurídica de las marcas olfativas...”, op. cit., pgs. 54-56 y RIVERO GONZÁLEZ M^a. D., “Los problemas que presentan en el mercado...”, op. cit., pgs. 1657-1664.

⁸² TORRUBIA CHALMETA, B., “El requisito de la representación gráfica...”, op. cit., pg. 410.

⁸³ El sistema español de marcas es un sistema registral porque el derecho de propiedad se adquiere por el registro válidamente efectuado conforme al artículo 2.1 LM.

que identifica y distingue de otros, un producto o servicio, no en cuanto representación gráfica de tal sonido, gusto, olfato y tacto, porque esa representación en ningún caso es la marca en sí misma. Son los consumidores quienes identifican y distinguen en el mercado las percepciones en qué consisten las marcas y por tanto son éstas percepciones las que deben ser objeto de protección, no su representación gráfica⁸⁴.

Por tanto, al eliminarse el requisito de la representación gráfica cualquier signo que quiera registrarse como marca deberá examinarse de forma individualizada para ver si puede registrarse, pero este nuevo requisito de la “representación suficiente” es una remisión⁸⁵ a la tecnología disponible en cada momento que pueda representar el signo de tal forma que pueda cumplir con las exigencias que ya venía exigiendo el TJUE al interpretar el requisito de susceptibilidad de representación gráfica. Por eso hay algún autor⁸⁶ para el que la nueva regulación incorpora un concepto dinámico de marca que no viene delimitado de forma concreta en la LM, sino que se va a ir construyendo a medida que vayan surgiendo nuevos mecanismos técnicos de representación de los diferentes identificativos empresariales.

En consecuencia, la cuestión relativa a la representación de los signos se convierte ahora en un problema de orden técnico y parece claro que, a la luz de los actuales mecanismos técnicos de representación, los signos olfativos, gustativos y táctiles no pueden constituir marcas al no poder ser representados todavía de forma clara, precisa, autosuficiente, fácilmente accesible, inteligible, duradera y objetiva.

También es importante señalar que en el concepto de marca en la Ley 32/1988 se utilizaba el término “persona” y ahora se utiliza el de “empresa”. El término empresa debe

⁸⁴ TORRUBIA CHALMETA, B., “El requisito de la representación gráfica...”, op. cit., pg. 394.

⁸⁵ Si la generalidad de los signos que hoy constituyen las marcas comunitarias y las de los Estados miembros son perceptibles visual o auditivamente y lo que se pretendía con la nueva definición del concepto de marca era dotar a las normas comunitarias de claridad y seguridad jurídica, para el profesor OTERO LASTRES, la definición de marca debería de incluir sólo los signos que se pueden representar visual o auditivamente pero la remisión a la tecnología existente en cada momento la hizo el legislador para no declarar abiertamente que hay signos como los olfativos, los gustativos y los táctiles que no pueden constituir una marca a día de hoy porque no hay medios tecnológicos que puedan hacerlos representables. Hubiese sido mejor contar en la definición de marca desde ahora con una fórmula precisa y cambiarla cuando se logren esos avances, que no la fórmula actual confusa y problemática en espera de que surjan los avances tecnológicos de representación de las marcas no tradicionales. OTERO LASTRES, J.M., “La representabilidad de la marca en el nuevo derecho europeo de marcas”, *La Ley Mercantil*, nº 23 (Marzo), 2016, edición electrónica, pg.11.

⁸⁶ CASADO NAVARRO, A., “La incorporación al ordenamiento español de la Directiva (UE) 2015/2436 sobre marcas y su incidencia en la regulación del nombre comercial: quiebras y disfunciones”, *Revista de estudios europeos*, Nº. 75 (Enero-Junio), 2020, pg.15.

interpretarse en su acepción más amplia⁸⁷ para que incluya a todos los operadores económicos que actúan en el mercado y que están interesados en identificar y distinguir las actividades que realizan.

Como lo relevante es que los productos o servicios se ofrezcan en el mercado, dentro de la acepción amplia del concepto de empresa hay que incluir a los operadores económicos⁸⁸ que sin ánimo de lucro realizan actividades frente al público y tienen interés en que tales actividades se identifiquen y distingan de otras similares.

Un requisito fundamental recogido en la actual definición de marca en el apartado a) del artículo 4 LM es el carácter distintivo del signo.

El carácter distintivo o requisito de la distintividad⁸⁹ de la marca hace referencia a las capacidades intrínseca y extrínseca del signo o medio como instrumento de diferenciación de productos o servicios en el mercado en atención a su origen empresarial.

La capacidad intrínseca hace referencia al signo o medio en sí mismo considerado e implica que el signo ha de poseer una estructura apta para individualizar unos productos o servicios de otros y la capacidad extrínseca se refiere a la relación del signo con los productos o servicios a los que se aplica e implica que el signo no sea el nombre del

⁸⁷ BERCOVITZ RODRIGUEZ – CANO, A., *Introducción a las Marcas y otros Signos Distintivos en el Tráfico Económico*, Editorial Aranzadi, 2002, pg. 61.

⁸⁸ Aunque carezcan de la condición de comerciante, DE MARTÍN MUÑOZ, J.A., “La regulación de las marcas de garantía... op. cit., pg. 3.

⁸⁹ OTERO LASTRES, J.M., “La definición legal de marca...”, op. cit., pg. 206.

producto⁹⁰ o servicio al que se aplica⁹¹, ni una denominación que describa alguna de sus características⁹² ni una denominación que se haya convertido en la que habitualmente se emplea para designarlos⁹³.

⁹⁰ La STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 11 de julio de 2007, desestimó el recurso contencioso administrativo número 1021/2002, declarando conforme a Derecho las resoluciones de la Oficina Española de Patentes y Marcas de fechas 27 de marzo de 2002 y 5 de abril de 2001 en las que se denegó el registro de las marcas denominativas números M2340572 y M2340570 "Turrón de Alicante" y "Turrón de Jijona", para la clase 30 del nomenclátor solicitadas por el Consejo Regulador de las denominaciones de origen Jijona y Turrón de Alicante porque dichas marcas estaban incursas en las prohibiciones de los apartados a) y c) del artículo 11 de la Ley de Marcas 32/1988, de 10 de noviembre, al estar formadas exclusivamente por indicaciones que resultan genéricas y descriptivas en relación con los productos que pretenden distinguir, conteniendo, asimismo, una indicación de procedencia geográfica de los mismos. Se añade que al no tratarse de una solicitud de marca colectiva o de garantía, no cabe aplicar la excepción prevista en el artículo 66 de la Ley de Marcas 32/1988 y además estos signos en sí mismo considerados no tenían el carácter de distintividad que exigía el artículo 1 de la Ley de Marcas 32/1988 ya que la protección administrativa de la propiedad industrial tiene como fundamento la creatividad y la especialidad de los signos con que unos industriales, fabricantes o comerciantes pretenden distinguir de otros el resultado de su trabajo, lo que no ocurre cuando los términos usados carecen de toda novedad y además significan un concepto de uso común, y como tal, no apropiable por nadie, que no puede monopolizarlo para su particular utilización. Los términos hacen referencia al producto y a su origen, sin ningún otro elemento de distintividad, de tal forma que la obtención de la inscripción vendría a impedir en el futuro, que otros fabricantes del mismo producto y de la misma zona pudieran emplearlo en su etiquetado, publicidad o despacho. Los conjuntos denominativos "turrón de Jijona" o "turrón de Alicante" no pueden ser monopolizados por un solo empresario en perjuicio del resto, al no incluirse en los mismos ningún elemento de fantasía que los haga distintivos frente a su propia genericidad.

⁹¹ La STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 16 de febrero de 2011, aprecia la falta de distintividad de la marca en relación con sus respectivos ámbitos aplicativos. La Sala declara *"la falta de suficiente distintividad de la marca nacional mixta solicitada número 2657301 "SERVEIS FUNERARIS INTEGRALS", que ampara servicios en las clases 39 y 45, para acceder al registro como signo exclusivo de una empresa, en cuanto que dicho distintivo está compuesto por vocablos genéricos y descriptivos de los servicios reivindicados y que por tanto la composición mixta de la marca no le dota de una suficiente distintividad, pues los términos empleados en la configuración de la marca "SERVEIS FUNERARIS INTEGRALS" constituyen el elemento dominante y más característico de la marca solicitada y son utilizados usualmente en el mercado para distinguir la prestación de servicios funerarios, por lo que resultan inadecuados para producir en el receptor el efecto reflejo que le permita recordar con facilidad el origen empresarial del producto designado.*

⁹² La STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 15 de diciembre de 2010, que hace referencia a la prohibición contenida en el artículo 5.1.c) LM, confirma la carencia de aptitud distintiva de la marca "corteza invisible" en relación con los productos de la clase 30 del Nomenclátor Internacional de Marcas, donde se agrupan, entre otros, pan, productos de pastelería y preparaciones hechas con cereales. En esta Sentencia la Sala declara *"la falta de suficiente distintividad de la marca solicitada número 2.674.387 "CORTEZA INVISIBLE", que ampara productos en la clase 30 del Nomenclátor Internacional de Marcas, en cuanto que el signo reivindicado está compuesto por vocablos genéricos y descriptivos evocativos de los productos designados, que carecen de carga individualizadora, y que, por tanto, no son apropiados para acceder al registro como signo exclusivo de un empresario, pues no es idóneo para cumplir la función esencial de la marca de identificar el origen comercial del producto respecto de los de otros, con el fin de permitir al público su elección".*

⁹³ La STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 25 de junio de 2009, señala en su FJ 4º que el término "bocata" ha pasado a ser de uso común en España en cuanto sinónimo de bocadillo ya que *"en el lenguaje coloquial "bocata" significa tanto como bocadillo y así está admitido por el Diccionario de la Academia que lo define como "panecillo relleno de alimentos variados". Se trata, pues, de un término que dentro del sector de los productos de alimentación humana tiene un acusado componente descriptivo, esto es, describe o identifica precisamente una muy extendida modalidad de preparados alimenticios compuestos de pan dividido en dos mitades con diversos productos entre ellas"*

Cuando el apartado a) del artículo 4 LM hace referencia a que el signo sea “apropiado para distinguir”, este término exige que el signo tenga ambas capacidades, ya que un signo con una estructura muy simple o muy compleja o cuando el signo es genérico⁹⁴, usual o descriptivo de los productos y servicios a los que se aplica no “sirve para distinguir”. Por eso, el carácter distintivo del signo debe apreciarse en relación con los productos o servicios concretos solicitados⁹⁵ ya que el mismo signo puede tener carácter distintivo en relación con unos productos pero carecer de dicho requisito en relación con otros⁹⁶.

En el ámbito comunitario europeo, la Comisión y el Consejo declararon⁹⁷ que la marca carece de carácter distintivo cuando no permite distinguir los productos o servicios de una empresa respecto de otras y por tanto carecen de carácter distintivo los signos inmemorizables por su complejidad y los signos banales o simples⁹⁸.

La exclusión de la registrabilidad de los signos banales o muy simples⁹⁹ radica en que el derecho de exclusiva sobre un signo tan simple otorgaría al titular de la marca una posición monopolista injustificada de ahí que con carácter previo al registro de un signo

⁹⁴ La STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 25 de marzo de 2009, en el ámbito de los productos “aceite y grasas comestibles”, en su FJ 3º declaró que “[...] la representación gráfica de la aceituna, como elemento identificativo del producto, tiene en este supuesto la consideración de genérica y, por tanto, de inapropiable en exclusiva”.

⁹⁵ Como ejemplos jurisprudenciales españoles tratados por la OEPM en los que se decidió la denegación de un signo por carecer de carácter distintivo podemos destacar la ausencia de carácter distintivo de las marcas gráficas M2168677 y M2170065, todas representativas de esquemas de posibles vidrieras (STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 22 de diciembre de 2004) o la confirmación de la denegación por los mismos motivos de marcas internacionales tridimensionales representativas de snacks registradas con los números 552363 y 552364 (STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 10 de octubre de 2003) o la marca nacional tridimensional gráfica M2009386 para snacks (STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 6 de julio de 2004).

⁹⁶ Este aspecto es destacado por la STJ, Sala Sexta, de 12 de febrero de 2004, As. C-363/99, en el caso *Postkantoor* ya que para apreciar el carácter distintivo debe tenerse en cuenta la percepción del público al que se dirige el producto, constituido por el consumidor de tales productos o servicios y generalmente debe partirse de la percepción del consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz. MIGUEL CARVALHO, M., “La marca descriptiva: comentario a la Sentencia del TJCE de 12 de febrero de 2004, caso *Postkantoor*”, *ADI*, Tomo XXV, 2004-2005, pg. 704.

⁹⁷ Ver la Declaración anexa a la Directiva 89/104/ CE, de marcas.

⁹⁸ En derecho comunitario europeo el carácter distintivo de la marca se enjuicia con flexibilidad. Un ejemplo de ello lo tenemos en la Resolución de la Sala 2ª de Recursos de la OAMI de 11 de marzo de 1998, As. R 4/1998-2, que rechazó el criterio del examinador que indicó que la marca consistente en el número romano IX para un determinado grupo de productos carecía de fuerza distintiva porque en opinión de la Sala, para rechazar una marca no basta con indicar que carece de fuerza distintiva *ex* artículo 7.1 RMC sino que hay que razonar por qué carece de fuerza distintiva o también la Resolución de la Sala 3ª de Recursos de la OAMI de 7 de junio de 1999, As. R 37/99-3, que estimó que un triángulo es un signo banal que en principio no puede registrarse *ex* artículo 7.1. b) (por la necesidad de libre acceso por los competidores) pero se consideró que el triángulo registrado tenía cierta creatividad con lo que se admitió su registro pero indicando que se trataba de una marca débil.

⁹⁹ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 151.

banal o simple se suele exigir que el solicitante pruebe que dicho signo ha adquirido distintividad sobrevenida¹⁰⁰ (art. 5.2 LM), en cuyo caso el Registro ya no puede examinar si el signo “sirve para distinguir”¹⁰¹ sino que debe examinar si el signo ya “distingue”¹⁰², por eso hay algunos autores que consideran que no es acertada la supresión de la expresión “que distinga”¹⁰³ en el concepto de marca¹⁰⁴.

Respecto a las funciones que desempeñan las marcas en el tráfico económico, el derecho marcario está llamado a proteger tanto el interés particular del titular de la marca como el interés general de los consumidores¹⁰⁵ y aunque la marca puede cumplir una pluralidad de funciones económicas no implica que todas ellas resulten recogidas y tuteladas en el plano jurídico¹⁰⁶.

De las distintas clasificaciones de las funciones que la marca desempeña todas ellas coinciden en que las principales funciones que cumple la marca son la función distintiva o función indicadora de la procedencia empresarial, la función de garantía o calidad y la función condensadora del *goodwill*¹⁰⁷. Además de estas funciones, para algunos autores, las marcas también cumplen la función publicitaria o atractiva¹⁰⁸, la

¹⁰⁰ Un ejemplo de distintividad sobrevenida de una marca lo encontramos en la marca “El Periódico” registrada en la OEPM con el número M1095178 para identificar periódicos. Esta marca es genérica porque designa al objeto que identifica y por tanto la concesión de la misma ofrecería a su titular un monopolio de uso de dicha marca para identificar periódicos, hecho que sería altamente perjudicial para el resto de periódicos puesto que no podrían utilizar el término periódico en sus marcas. El nombre de la marca inicialmente era genérico pero ha adquirido un grado de distintividad notable en ciertas regiones y se ha convertido en distintivo y por lo tanto es susceptible de ser registrado.

¹⁰¹ Esta expresión se utilizaba en los anteriores conceptos de marca, tanto en el artículo 1 de la Ley 32/1988 como en el artículo 4.1 LM antes de la transposición de la Directiva (UE) 2015/2436.

¹⁰² En las STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 23 de febrero de 2011 (FJ 9º) y de 10 de mayo de 2011 (FJ 10º), se establece que “[...] *La excepción prevista en el artículo 5.2 de la Ley 17/2001 se aplica a las marcas cuya inscripción se pretenda. Con ella se admite que signos carentes en principio de los requisitos exigibles a tenor de las letras b), c) y d) del apartado primero del artículo 5 superen la prohibición absoluta de registro, si quien pretende la inscripción de la nueva marca demuestra que ésta ya había adquirido en aquel momento, previo a la inscripción, "para los productos o servicios para los cuales se solicite el registro, un carácter distintivo como consecuencia del uso que se hubiera hecho de la misma"*.

¹⁰³ La definición de marca que recogía esta expresión era el artículo 1 de la Ley 32/1988 que entendía por marca “*todo signo o medio que distinga o sirva para distinguir...*”. Dicho término, “que distinga” ya no se recogía en el anterior concepto de marca de la Ley de Marcas antes de transponer la Directiva (UE) 2015/2436 y por tanto dicha expresión tampoco aparece en el nuevo concepto.

¹⁰⁴ OTERO LASTRES, J.M., “La definición legal de marca...”, op. cit., pg. 206.

¹⁰⁵ FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, *ADI*, Tomo V, 1978, pg. 35.

¹⁰⁶ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, Editorial Reus S.A, Madrid, 2007, pg.1.

¹⁰⁷ FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, op. cit., pg. 35.

¹⁰⁸ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pgs. 76-

función comunicativa¹⁰⁹ o incluso una nueva función como es la de la patrimonialización de la marca¹¹⁰.

La función de indicación del origen empresarial o función distintiva se encuentra recogida en la propia definición legal de marca en el apartado a) del artículo 4 LM cuando establece que la marca tiene que ser un signo apropiado para distinguir los productos o servicios de una empresa de los de otras¹¹¹. De ahí, que si el derecho sobre la marca confiere al titular la facultad exclusiva de aplicar el signo a los productos o servicios de una determinada clase, es innegable que todos los productos o servicios de esa clase que ostenten la misma marca procederán de una misma empresa¹¹².

La marca no individualiza a un específico producto sino a toda una categoría o serie de artículos, los que por provenir de una fuente productiva constante, no necesariamente conocida por el consumidor, resultan diferenciados de los análogos ofertados en el mercado¹¹³.

La relevancia de la función indicadora del origen empresarial se expresa de manera clara en el considerando 11 del RMUE en el que se afirma que “*la protección otorgada por la marca de la Unión, cuyo fin es primordialmente garantizar la función de origen de la marca, debe ser absoluta...*” y también ha sido reconocida con carácter unánime tanto por la doctrina como por la jurisprudencia.

El TJUE se ha pronunciado en múltiples ocasiones¹¹⁴ sobre la función indicadora del origen empresarial concluyendo que la función esencial de la marca es garantizar al consumidor o al usuario final la identidad de origen del producto o servicio que con ella

¹⁰⁹ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pg. 1.

¹¹⁰ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pgs. 92-95.

¹¹¹ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 77.

¹¹² FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, op. cit., pg. 35 y FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Título I. La Marca”, en *Manual de la Propiedad Industrial...* op. cit., pgs. 490-491.

¹¹³ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pg. 6.

¹¹⁴ Véanse las STJ, de 23 de mayo de 1978, As. 102/77, apartado 7 (Caso Hoffmann-La Roche), 17 de octubre de 1990, As. C-10/89, apartado 13 (Caso Hag GF AG.), 4 de octubre de 2001, As. C-517/99, apartado 21 (Caso Merz & Krell GmbH & Co.), 12 de noviembre de 2002, As. C-206/01, apartado 48 (Caso Arsenal Football Club plc.), 18 de junio de 2002, As. C299/99, apartado 30 (Caso Philips.), o la STJ, Sala Primera, de 22 de septiembre de 2011, As. C-323/09 (Caso Interflora).

se designa, permitiéndole distinguir sin confusión posible dicho producto o servicio de los que tienen otra procedencia¹¹⁵.

Esta función actualmente no presenta el mismo significado que tenía antiguamente ya que durante mucho tiempo el consumidor le atribuyó especial relevancia a la precisa identificación de la procedencia empresarial de los productos, pero la revolución industrial, los constantes avances tecnológicos en el área de la comunicación así como las distintas modalidades actuales de consumo, han determinado que el productor se halla alejado del público consumidor y a este último ya no le interesa saber a ciencia cierta el origen empresarial, y en la mayoría de los casos lo ignora¹¹⁶. De ahí, que quienes reconocen la existencia de esta función marcaria precisen que aunque el consumidor pueda desconocer¹¹⁷ la identidad del empresario, confiará en que el producto presentará siempre el mismo origen empresarial¹¹⁸.

Con el paso del tiempo esta función de la marca se ha ido diluyendo y en virtud de lo dispuesto en el artículo 46.2 LM la marca puede transmitirse o cederse, darse en garantía o ser objeto de otros derechos reales¹¹⁹, licencias, opciones de compra, embargos u otras medidas que resulten del procedimiento de ejecución.

Parte de la doctrina¹²⁰ manifiesta que resulta imposible considerar a la indicación del origen empresarial como una función jurídica o que al menos la misma se encuentra fuertemente debilitada. De ahí, que haya algún autor¹²¹ que afirme que “*en una gran mayoría de casos de licencia de marca desaparece la función indicadora de la procedencia*” o que la marca ha dejado de ser un signo distintivo como tal para convertirse en un signo más complejo que además de cumplir esa función distintiva en el mercado,

¹¹⁵ GALLEGO SÁNCHEZ, E., “Marcas negras y derecho”, *La Ley mercantil*, nº 66 (febrero), 2020, pg. 6.

¹¹⁶ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pgs. 4-5.

¹¹⁷ Aunque el consumidor desconozca el nombre del empresario que usa la marca, confía en que siempre será el mismo. Lo que la marca garantiza en realidad a los consumidores cuando se habla de función de indicación de procedencia empresarial, es que obtendrán productos que tienen idéntico origen empresarial que los productos de la misma marca anteriormente adquiridos. GALLEGO SÁNCHEZ, E., “Marcas negras y derecho”, *La Ley mercantil*, nº 66 (febrero), 2020, pgs. 6-7.

¹¹⁸ FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, op. cit., pg. 37.

¹¹⁹ Usufructo, prenda, etc...

¹²⁰ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pgs. 7-8.

¹²¹ FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, op. cit., pg. 39.

también garantiza una cualidad y un nivel de calidad del producto o servicio que la utiliza¹²².

Respecto a la función indicadora de calidad o de garantía significa que, frente a los consumidores, el titular de la marca avala que los productos o servicios ofrecidos obedecen a un determinado estándar de calidad¹²³. Por eso, cuando un consumidor adquiere un producto o servicio de una marca piensa que es igual, superior o inferior a otro artículo de marca del mismo género y le atribuirá al producto o servicio un determinado nivel de calidad¹²⁴.

La presencia de una marca sobre un producto provoca en el consumidor la creencia y la confianza en la permanencia e incluso en la eventual superación de la calidad y propiedades del correspondiente producto, de ahí que el consumidor, por regla general, cree que todos los productos o servicios que ostenten la misma marca tendrán la misma calidad: calidad que puede ser alta, baja o mediocre¹²⁵.

Aunque el consumidor puede confiar en un nivel constante de calidad, porque los empresarios serán inducidos por las reglas del mercado a mantener la calidad sostenida de todo aquello que producen para conservar la lealtad del consumidor. Desde un punto de vista puramente pragmático¹²⁶, es el empresario el primer interesado en mantener o aumentar la calidad¹²⁷ de los productos y servicios suministrados para construir un prestigio sobre su marca y conquistar una clientela que procurará conservar, por eso se presume que el titular de la marca no va a deteriorar la calidad y características de los productos y servicios porque tal deterioro implicaría la destrucción de la marca y de la empresa¹²⁸.

La función indicadora de calidad tiene especial relevancia en las marcas de garantía ya que este tipo de marcas priorizan el interés de los consumidores y por tanto se les garantiza que los productos o servicios identificados con la marca presentan determinadas características. En este tipo de marcas el consumidor no tiene una simple

¹²² LARGO GIL, R., *Las marcas colectivas y las marcas de garantía*, Ed. Thomson-Civitas, 2ª ed., Madrid, 2006, pg. 92.

¹²³ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 81.

¹²⁴ FERNÁNDEZ NOVOA, C., *Tratado sobre derecho de marcas*, op. cit., pg. 64.

¹²⁵ FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, op. cit., pg. 40.

¹²⁶ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pgs. 11-12.

¹²⁷ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 82.

¹²⁸ FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, op. cit., pg. 46.

expectativa de calidad constante, sino que se le garantiza que los productos de las distintas empresas que utilicen la marca posean una calidad permanente¹²⁹.

También hay que señalar que en las marcas colectivas aunque prevalece la función indicadora del origen empresarial, la función indicadora de calidad se concreta en la necesaria homogeneidad¹³⁰ que presentan los bienes identificados como consecuencia de provenir de empresas provenientes de una misma entidad colectiva.

Para salvaguardar la función indicadora de la calidad de las marcas, parte de la doctrina¹³¹ cree conveniente que el titular de la marca comunique a los consumidores a través de mensajes publicitarios las innovaciones o alteraciones esenciales que decida introducir en la calidad o características de los productos o servicios.

Para el titular de la marca probablemente la principal función que ha de cumplir la marca es la función de buena fama o condensadora del *goodwill*, función que ha sido desarrollada por la jurisprudencia y doctrina norteamericanas¹³² y que actualmente resulta reconocida por diversos sistemas jurídicos¹³³.

Esta función puede ser analizada desde dos puntos de vista diferentes¹³⁴:

a) Desde el punto de vista del consumidor, el *goodwill* es la buena fama o reputación de que gozan los productos o servicios diferenciados a través de una marca, lo cual implica la preferencia o el reconocimiento que los consumidores manifiestan en relación con los productos o servicios correspondientes; el *goodwill* es algo intangible que existe tan sólo en la mente del comprador, siendo el estado de ánimo¹³⁵ de los consumidores que induce a los mismos a comprar un determinado producto o contratar un cierto servicio.

b) Desde el punto de vista del empresario el *goodwill* es la expectativa razonable de que un producto sea nuevamente comprado, expectativa que tiene su causa en el favor del público basado en anteriores experiencias satisfactorias.

¹²⁹ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pg. 16.

¹³⁰ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 146.

¹³¹ FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, op. cit., pg. 52

¹³² FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, op. cit., pg. 54.

¹³³ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pg. 22.

¹³⁴ FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, op. cit., pg. 56.

¹³⁵ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pg. 23.

Como no hay acuerdo en la doctrina para determinar los factores que hacen que un producto o servicio de marca logre alcanzar un *goodwill*, surgen dos tesis: una que atribuye a la propia marca el principal papel en la formación del *goodwill* y la otra según la cual la calidad de los productos y servicios de la marca es el factor que en mayor medida contribuye a forjar el *goodwill*.

La primera tesis¹³⁶ defiende que el aspecto más importante de la naturaleza y funciones de la marca es que ésta constituye un medio para crear y perpetuar el *goodwill* y que hoy la marca es el mecanismo más efectivo para crear el *goodwill* porque es la propia marca la que vende efectivamente los productos, por eso para esta tesis el valor de la marca estriba en su *selling power* o capacidad de venta, el cual depende del efecto psicológico de la marca sobre el público y no tan sólo de los méritos de los correspondientes productos.

La segunda tesis¹³⁷ defiende que la calidad de los productos o servicios de marca es el factor que más decisivamente contribuye a forjar el *goodwill* ya que si una empresa ha mantenido tan cuidadosamente la calidad de sus productos que los clientes confían en que su experiencia futura será tan satisfactoria como la pasada, surgirá un nuevo elemento muy valioso e importante como es el *goodwill* de la marca.

La función condensadora del *goodwill* es una función eventual de la marca¹³⁸ ya que un determinado producto puede poseer un *goodwill* o buena fama o bien un *illwill* o mala fama o incluso ser neutros y no representar ni prestigio ni mala reputación¹³⁹.

Sobre la marca siempre se concentrará la fama o reputación de que goza ante los consumidores de los productos o servicios correspondientes y según sea esta fama o reputación la marca simbolizará la buena fama (*goodwill*) o la mala fama (*illwill*) de los productos o servicios, así que la marca siempre va a cumplir la función condensadora de la fama de sus productos o servicios, aunque el ordenamiento jurídico sólo protegerá la

¹³⁶ AREÁN LALIN, M., "En torno a la función publicitaria de la marca", *ADI*, Tomo 8, 1982, pgs. 72-73 y FERNÁNDEZ-NOVOA, C., "Las funciones de la marca", op. cit., pg. 57.

¹³⁷ AREÁN LALIN, M., "En torno a la función publicitaria de la marca", op. cit., pgs. 71-72 y FERNÁNDEZ-NOVOA, C., "Las funciones de la marca", op. cit., pg. 58.

¹³⁸ FERNÁNDEZ-NOVOA, C., "Las funciones de la marca", op. cit., pg. 61.

¹³⁹ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pg. 23.

buena fama o *goodwill* de los productos o servicios ya que los terceros sólo tratarán de aprovecharse indebidamente de una marca cuando esta tenga buena fama o *goodwill*¹⁴⁰.

La función publicitaria o atractiva de la marca es la función de más reciente formulación dogmática y su aparición viene justificada por la intensificación de la publicidad de marcas en los diferentes medios de comunicación.

Para algunos autores¹⁴¹, la marca ha pasado de ser un simple indicador de la procedencia empresarial a ser un signo acreditativo de la calidad de los productos o servicios y un mecanismo¹⁴² publicitario de gran efectividad para crear el *goodwill* de la marca.

Como mecanismo publicitario, la marca desempeña una doble función¹⁴³: la función informativa que consiste en indicar la procedencia empresarial y la calidad del correspondiente producto o servicio, y la función persuasiva que se traduce en el magnetismo comercial del propio signo que induce a los consumidores a adquirir el producto o servicio pertinente.

Es importante señalar que la fuerza publicitaria de la marca (*selling power*) corresponde en exclusiva al titular de la misma, el cual puede evitar que terceros se aprovechen de cualquier modo, directo o indirecto, de su signo distintivo¹⁴⁴ y que la marca ejerce una “*vis atractiva*” sobre los consumidores que puede ser independiente tanto de la calidad de los productos o servicios diferenciados como de la reputación de la empresa titular.

¹⁴⁰ FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, op. cit., pg. 61.

¹⁴¹ AREÁN LALIN, M., “En torno a la función publicitaria de la marca”, op. cit., pg. 58.

¹⁴² FERNÁNDEZ NOVOA, C., “Título I. La Marca”, en *Manual de la Propiedad Industrial...*, op., cit., 493.

¹⁴³ AREÁN LALIN, M., “En torno a la función publicitaria de la marca”, op. cit., pg. 73. Para CARBAJO CASCÓN, F., “La marca de garantía como instrumento publicitario” en *Marca y publicidad comercial: un enfoque interdisciplinar*, Dir. MARTÍNEZ GUTIÉRREZ, A., 1ª ed., La Ley, Madrid, marzo 2009, pgs. 15-16, las marcas se registran y utilizan con fines publicitarios por dos motivos: para aprovechar el distintivo o indicador de calidad que supone la certificación o garantía ofrecida por la marca como reclamo publicitario frente al público consumidor y como herramienta necesaria para dar a conocer la marca entre el público y prestigiar los productos o servicios que la usan. Para este autor, hay que tener en cuenta que sin publicidad no podrían desarrollarse plenamente las otras funciones relevantes de las marcas.

¹⁴⁴ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 83.

Esta “*vis attractiva*”¹⁴⁵ de la marca puede provenir de la original fuerza sugestiva de los elementos denominativos o gráficos que la integran, de la asociación mental con algún suceso o personaje famoso y de la publicidad que se haga de la misma.

En estas circunstancias la marca adquiere un valor económico autónomo y termina vendiendo al propio producto, haciendo pasar a un segundo plano, o incluso eliminando, la tradicional concurrencia basada en la calidad y en el precio¹⁴⁶.

En la mayoría de los casos, a través de la función publicitaria o atractiva, se le adosa a la marca una determinada imagen (éxito, belleza, seguridad, libertad, etc...) por encima de la propia utilidad del producto y en caso de equiparación de la calidad de los productos o servicios ofertados, los consumidores adquirimos básicamente marcas y no productos¹⁴⁷.

Como consecuencia de la creciente importancia y del auge de la función publicitaria de la marca, ésta constituye un bien independiente en el tráfico económico y por tanto la marca es un bien propio dotado de valor intrínseco y no meramente instrumental de la empresa¹⁴⁸.

En función de esta concepción patrimonialista de la marca, ésta deja de ser un bien accesorio o una pertenencia más de la empresa para convertirse en el bien más valioso¹⁴⁹ de la misma, y aunque la tendencia a la patrimonialización de la marca es inevitable¹⁵⁰ no debe magnificarse porque el valor de una marca en sí mismo considerado (sin vincularlo al producto o servicio que distingue) sólo beneficia a ciertas marcas del mercado. Exagerar el valor patrimonial de la marca supone crear una excepción en el marco de los derechos de propiedad industrial e intelectual al entender que la marca es el único bien inmaterial de titularidad particular intrínsecamente valioso al que se otorga una exclusiva indefinida en el tiempo¹⁵¹.

La patrimonialización de la marca puede llevar al desvirtuamiento de lo que constituye la marca, ya que no hay que olvidar que el fin del Derecho de marcas es evitar

¹⁴⁵ AREÁN LALIN, M., “En torno a la función publicitaria de la marca”, op. cit., pg. 60.

¹⁴⁶ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pg. 18.

¹⁴⁷ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pg. 18.

¹⁴⁸ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 92.

¹⁴⁹ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 93.

¹⁵⁰ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 94.

¹⁵¹ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 92-

la confusión del consumidor y lograr que los consumidores puedan reconocer una determinada protección empresarial de los bienes y servicios que adquieren¹⁵².

Las marcas también desarrollan una función comunicativa o informativa¹⁵³ que en cierto modo se encuentra implícitamente en las restantes funciones ya que, como todo signo, conforman un medio de comunicación transmitiendo concretamente información respecto al origen empresarial, calidad y buena o mala reputación de los productos y servicios ofertados.

La marca transmite información de diversa naturaleza superando así las carencias informativas que pudiera tener el público consumidor al efectuar el acto de compra, facilitándole la elección del producto adecuado a sus necesidades¹⁵⁴.

La marca es el “significante” (instrumento de comunicación) que encierra y transmite valores, calidad, en general, informaciones, con cierta autonomía al propio “significado” (el producto o servicio); el canal comunicativo se construye a partir de la nominación de un producto con determinado signo, así el público podrá reiterar experiencias de compra certeras buscando los artículos que constantemente resultan nominados con aquel, de tal forma que la sola referencia verbal de la marca servirá para efectuar una rápida identificación del producto o servicio correspondiente sin necesidad de que se deba describir al mismo por sus características físicas¹⁵⁵.

Parte de la doctrina¹⁵⁶ entiende que el fundamento último del reconocimiento y la protección jurídica de la marca descansa sobre dos pilares: la concepción de la marca como medio de información del consumidor (las marcas proporcionan al consumidor información sobre la procedencia empresarial y la calidad de los productos y servicios) y la necesidad de información por parte de los consumidores (los consumidores están interesados en conocer la procedencia y la calidad de los productos y servicios).

¹⁵² LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 93.

¹⁵³ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pg. 1.

¹⁵⁴ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pgs. 23-24.

¹⁵⁵ CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, op. cit., pg. 24.

¹⁵⁶ FERNÁNDEZ-NOVOA, C., “Las funciones de la marca”, op. cit., pg. 64.

C) Tipología de marcas.

Los diferentes tipos de marcas pueden clasificarse según los siguientes criterios:

1.- Por la naturaleza del signo elegido¹⁵⁷, las marcas pueden ser denominativas, gráficas o mixtas, según estén constituidas por palabras, por líneas, dibujos o colores o por una combinación de tales medios. A estas tres categorías tradicionales, se han sumado también las marcas tridimensionales¹⁵⁸, las de colores, las sonoras o auditivas, las olfativas y las táctiles¹⁵⁹.

2.- Por el objeto designado¹⁶⁰, las marcas pueden clasificarse como marcas de productos y marcas de servicios. La marca de producto sirve para la identificación de un concreto producto fabricado por el empresario y las de servicio hacen referencia a una determinada actividad prestada por el empresario¹⁶¹. Los bienes y servicios susceptibles de ser distinguidos por medio de marcas son objeto de una enumeración denominada Clasificación de Niza¹⁶² que explica en qué clase se encuadra cada uno de aquéllos.

3.- Marcas utilizadas por los fabricantes para distinguir los productos propios de los de sus competidores (marcas industriales) y las marcas que pueden utilizar los distribuidores al por mayor o los comerciantes minoristas para distinguir los productos fabricados por otros pero comercializados por ellos (marcas comerciales o “marcas blancas”)¹⁶³.

¹⁵⁷ PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., “La propiedad industrial e intelectual: teoría general. Signos distintivos”, op. cit., pg. 200 y GALLEGO SÁNCHEZ, E., y FERNÁNDEZ PÉREZ, N., *Derecho Mercantil. Parte Primera*, 5ª ed., Tirant Lo Blanch, Valencia, 2019, pg. 213.

¹⁵⁸ Las marcas tridimensionales son las que se utilizan para proteger los envases pero éste tipo de marcas plantean el problema de las interferencias con los modelos industriales. BERCOVITZ RODRIGUEZ – CANO, A., *Apuntes de Derecho Mercantil*, op. cit., pg. 560.

¹⁵⁹ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 162.

¹⁶⁰ ILLESCAS ORTIZ, R., “El derecho industrial y el régimen jurídico de la competencia” en *Lecciones de Derecho Mercantil*, Coord. por Jiménez Sánchez G. J., y Díaz Moreno, A., 16ª ed., Tecnos, Madrid, 2013, pgs. 154-155.

¹⁶¹ SÁNCHEZ CALERO, F., y SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, J., “Protección de los signos distintivos de la empresa”, op. cit., pg. 280.

¹⁶² La Clasificación de Niza, establecida por el Arreglo de Niza (1957), es una clasificación internacional de productos y servicios que se aplica para el registro de marcas. La undécima edición entró en vigor el 1 de enero de 2017 y ha sido actualizada el 9 de abril de 2021. Actualmente existen 45 clases diferentes, 34 de productos y 11 de servicios.

¹⁶³ ILLESCAS ORTIZ, R., “El derecho industrial y el régimen jurídico de la competencia”, op. cit., pg. 155. Las marcas comerciales son un tipo especial de marca de servicio que se caracteriza por convivir obligatoriamente con las marcas industriales de los productos revendidos por los comercializadores no fabricantes (art. 34.6 LM).

4.- Por su función económico-empresarial¹⁶⁴, las marcas se clasifican en marcas de garantía, que garantiza o certifica que los productos o servicios que engloba cumplen una serie de requisitos comunes, en especial, en lo concerniente a su calidad, componentes, origen geográfico, etc..., marcas de reserva que son las que se registran para usarlas de modo eventual en un futuro, marcas de obstrucción¹⁶⁵ que son cuando un empresario consigue o trata de conseguir la protección de determinados signos, no porque pretenda utilizarlos, sino para evitar que puedan ser utilizados por la competencia y las marcas de defensa¹⁶⁶ que tienen lugar¹⁶⁷ cuando una marca cobra cierta importancia y la empresa trata de registrar marcas que son realmente derivadas o marcas con unas denominaciones próximas a la de la marca protegida con el fin de crear un cinturón de protección más amplio.

5.- Según el alcance de la protección que a nivel territorial le otorgan a su titular¹⁶⁸, las marcas se pueden clasificar en marcas nacionales en las que el alcance de la protección se extiende a todo el territorio nacional (se registran en la OEPM), marcas comunitarias cuyos efectos se extienden al territorio de la Unión Europea (se registran en la EUIPO) o marcas internacionales (se registran en la OMPI) que tienen efectos en todos los países que designe el solicitante, de forma expresa, y en los que la marca quede registrada.

6.- Por la naturaleza de su titular¹⁶⁹, las marcas se clasifican como marcas individuales y marcas colectivas. Las marcas individuales son aquellas cuyo titular las

¹⁶⁴ ILLESCAS ORTIZ, R., “El derecho industrial y el régimen jurídico de la competencia”, op. cit., pg. 155.

¹⁶⁵ BERCOVITZ RODRIGUEZ – CANO, A., *Introducción a las Marcas...*, op. cit., pg. 68.

¹⁶⁶ Hay dos razones que inducen a un empresario a registrar las marcas defensivas: la necesidad de proteger una marca valiosa frente a los intentos de usurpación por parte de terceros y el temor de que a la hora de apreciar el riesgo de confusión entre su valiosa marca y la marca de un tercero los Tribunales apliquen pautas excesivamente tolerantes. Ver FERNÁNDEZ NOVOA, C., “Las marcas defensivas” en el libro *Estudios de Derecho Mercantil* (libro homenaje al Prof. Dr. Dr. h.c. José Antonio Gómez Segade) Coord. por TOBÍO RIVAS, A. M^a, FERNANDEZ ALBOR- BALTAR, A., y TATO PLAZA, A., Eds, Marcial Pons, 2013, pg. 651.

¹⁶⁷ BERCOVITZ RODRIGUEZ – CANO, A., *Introducción a las Marcas...*, op. cit., pg. 68.

¹⁶⁸ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 163, ILLESCAS ORTIZ, R., *Lecciones de Derecho Mercantil*, op. cit., pg. 201, BROSETA PONT M., MARTÍNEZ SANZ F., *Manual de Derecho Mercantil, Vol. I: Introducción y Estatuto del Empresario...* op. cit., pg. 262 y PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., *Derecho de la Propiedad Industrial, Intelectual y de la Competencia*, Ed. Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A., Madrid, 2008, pgs. 27-28 y GALLEGO SÁNCHEZ, E., y FERNÁNDEZ PÉREZ, N., *Derecho Mercantil. Parte Primera*, op. cit., 214-216.

¹⁶⁹ PEINADO GRACIA, J.I., “Derecho industrial. La marca como signos distintivos de los productos o servicios. El nombre comercial como distinción del empresario en el mercado”, en *Lecciones*

registra para usarlas directa, personal y exclusivamente, con independencia del posible otorgamiento de licencias respecto de las mismas en favor de terceros y las marcas colectivas son las registradas por una asociación de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios con la intención de hacer accesible su uso a todos los miembros de la asociación o por un ente de derecho público.

En función del carácter del titular, se puede distinguir entre marcas de titularidad pública y marcas de titularidad privada. Precisamente, este tipo de marcas de titularidad pública y de carácter colectivo presentan algunos elementos que las diferencian del resto de marcas.

7.- En cuanto al origen empresarial de la marca, hay distintas clasificaciones ya que hay algunos autores¹⁷⁰ que consideran que las marcas colectivas y las marcas de garantía son marcas individuales por razón del titular y de carácter colectivo desde una perspectiva dinámica porque ambas marcas están llamadas a ser utilizadas por una pluralidad de sujetos distintos al titular y al mismo tiempo¹⁷¹. Otros autores¹⁷² distinguen entre marcas individuales y marcas colectivas y marcas de garantía, y hay parte de la doctrina¹⁷³ que considera la marca de garantía una variante de la marca colectiva.

Puesto que las marcas colectivas y las de garantía tienen en común la posibilidad de ser utilizadas por una pluralidad de personas (siempre que éstas tengan derecho a ello según el reglamento de uso), ambos tipos de marcas podrían integrar una única categoría denominada “*marcas de carácter colectivo*”¹⁷⁴ debido al uso plural de las mismas.

D) Nacimiento del Derecho sobre la marca.

En relación al nacimiento del derecho sobre la marca, en virtud del artículo 2.1 LM¹⁷⁵, “*el derecho de propiedad sobre la marca (...) se adquiere por el registro*

de Derecho Mercantil, Vol. I, Dir. por Aurelio Menéndez y Ángel Rojo y Coord. por M^a Luisa Aparicio, 11^a ed., Civitas - Thomson Reuters, 2013, pg. 282-283.

¹⁷⁰ LARGO GIL, R., *Las marcas colectivas y las marcas de garantía*, op. cit., pgs. 29 y 98

¹⁷¹ LARGO GIL, R., *Las marcas de garantía*, Civitas, Madrid, 1993, pgs. 16 y 43.

¹⁷² LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 162.

¹⁷³ PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., “La propiedad industrial e intelectual: teoría general. Signos distintivos”, op. cit., pg. 202.

¹⁷⁴ GÓMEZ LOZANO, M^a. M., *Los Signos Distintivos en la Promoción de Destinos Turísticos*, Aranzadi, Pamplona, 2002, pg. 150.

¹⁷⁵ Este artículo tiene sustancialmente el mismo contenido que el artículo 3.1 Ley 32/1988 el cual supuso una gran modificación respecto al derecho español contemplado en el Estatuto de la Propiedad Industrial de 1929 ya que este último contemplaba la posibilidad de adquirir el derecho de marca no sólo

válidamente efectuado de conformidad con las disposiciones de la presente Ley” y de la Exposición de Motivos cuando señala que “la nueva Ley atempera el automatismo formal del nacimiento del derecho de marca, basado en el carácter constitutivo del registro...” parece ser que la marca sólo nace a través de su inscripción válida en el Registro de la Propiedad Industrial. Sin embargo, analizando el articulado, la LM sigue un sistema mixto¹⁷⁶ en el que da primacía a la vía del registro pero reconoce importantes efectos jurídicos a la marca usada¹⁷⁷ notoriamente conocida. Actualmente cabría extender estas reflexiones a las marcas renombradas.

Hay autores¹⁷⁸ que encuentran varias excepciones al principio general de que el derecho de marca sólo se adquiere por el registro: además de al usuario de la marca notoria no registrada *ex* artículo 6 bis CUP (art. 6.2 d) LM)¹⁷⁹, constituyen otras excepciones la persona legitimada para obtener la titularidad de la marca cuando ésta se solicita en fraude de sus derechos o en violación de una obligación legal o contractual (art. 2.2 LM).

Otra excepción al carácter constitutivo del registro podría ser el *preúso marcario*, no recogido por el ordenamiento español, pero que algún autor¹⁸⁰ ha propugnado para las marcas al reconocer un derecho afín al *preúso* en las patentes (art. 63.1 LP) con la finalidad de proteger al usuario de marca no registrada cuando dicha marca no es notoria.

Esta propuesta tiene una significación económica destinada a ofrecer tutela a la multitud de signos verdaderamente usados que nunca fueron registrados o alguna vez lo estuvieron pero no fueron renovados por su titular, pero como el legislador no ha establecido el derecho de *preúso marcario* en favor del usuario de la marca usada y no

mediante el registro de la misma, sino también por el mero uso del signo distintivo. BAYLOS CORROZA, H., *Tratado de Derecho Industrial...* op. cit., pg. 1260.

¹⁷⁶ OTERO LASTRES, J.M., “La definición legal de marca...”, op. cit., pg. 208 y FERNÁNDEZ NOVOA, C., “Título I. La Marca”, en *Manual de la Propiedad Industrial*, 3ª ed., Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A, Madrid, 2017, pg. 499.

¹⁷⁷ La marca se adquiere en realidad por su uso ya que, en caso contrario, no podría ejercitarse una acción reivindicatoria para oponerse a la inscripción. Ver RUIZ DE VELASCO, A., “Manual de Derecho Mercantil”, 3ª ed., Universidad Pontificia Comillas, Madrid, 2007, pg. 79.

¹⁷⁸ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 116.

¹⁷⁹ En este sentido, BROSETA PONT M., y MARTÍNEZ SANZ, F., *Manual de Derecho Mercantil, Vol. I: Introducción y Estatuto del Empresario...* op. cit., pg. 263, consideran que es incorrecto pensar que la LM no tiene en cuenta el uso extraregistrado de la marca y que dicho uso puede prevalecer contra el signo registrado con posterioridad como es el caso de las marcas no registradas que sean notoriamente conocidas en España.

¹⁸⁰ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 116.

registrada no cabe el recurso a la normativa de competencia desleal para proteger dicha marca fuera de los casos de fraude del artículo 2.2 LM.

E) Prohibiciones absolutas de registro y nulidad por incumplimiento.

Las prohibiciones absolutas de registro cuyo incumplimiento conlleva la nulidad de la marca, vienen enumeradas en el artículo 5 LM.

El apartado 1 del artículo 5 LM contiene las prohibiciones absolutas de registro de las marcas y establece que no podrán registrarse como marca los signos que no sean conformes al artículo 4 LM, aquellos que carezcan de carácter distintivo, los que se compongan exclusivamente de signos o indicaciones que puedan servir en el comercio

para designar¹⁸¹ la especie, la calidad¹⁸², la cantidad¹⁸³, el destino¹⁸⁴, el valor¹⁸⁵, la procedencia geográfica o la época de obtención del producto¹⁸⁶ o de la prestación del servicio u otras características de los productos o servicios, o los que se compongan

¹⁸¹ La STSJ de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 5 de febrero de 2018, estimó el recurso contencioso administrativo contra el recurso de alzada interpuesto contra la resolución de 13 de enero de 2016 que denegó la inscripción de la marca M3555075 "TELECOMANDA" para proteger productos y servicios de la clase 9. La OEPM denegó el registro de la marca solicitada porque estaba compuesta por dos vocablos descriptivos: "TELE" que significa "a distancia" y "COMANDA" que significa "pedido que se hace al camarero" y que la conjunción de ambos vocablos no perdía el carácter descriptivo de ambos y por tanto incurría en la prohibición absoluta recogida en el artículo 5.1. c) y g) LM. El Tribunal declaró que el término "TELECOMANDA" no describía los productos para los que se solicitaba su registro porque todos ellos están relacionados con el software y la informática y por tanto no incurría en las prohibiciones absolutas del artículo 5.1. c) y g) LM. En este mismo sentido, la STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 28 de octubre de 2003 indica que la resolución de la Oficina Española de Patentes y Marcas de 26 de septiembre de 1994 sostuvo que "*el signo solicitado TELEPASTA describe los productos que trata de proteger*" y que del examen de la marca aspirante en relación con las causas que determinaron su rechazo resulta evidente que el término "pasta" incurre en las prohibiciones que advirtió el órgano administrativo (artículo 11.1 apartados a), b) y c) de la Ley 32/1988) y no podía amparar en solitario a los productos de la clase 30, entre los que se encuentran las "harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles". Sin embargo, lo contrario y con la misma evidencia ocurre con el término "tele", respecto al que tiene razón la empresa actora en que no se puede predicar del mismo que sea genérico, habitual o descriptivo en relación con cualesquiera de los productos alimenticios incluidos en la referida clase 30". El Tribunal declaró que no se daba el requisito que la Ley de Marcas contempla para prohibir la inscripción de una marca, y es que la misma se componga exclusivamente y en relación con los productos o servicios afectados, de signos genéricos, habituales o descriptivos sino que en este caso se trataba más bien de un término compuesto que como tal no incurría en tales prohibiciones y permitió la inscripción de dicha marca con el número M1597665.

¹⁸² Deben considerarse como indicaciones descriptivas de la calidad las palabras "excelente", "supremo", "extraordinario" y otras equivalentes, y por tanto estos adjetivos no pueden ser monopolizados a título de marca en relación con ninguna clase de productos y servicios, en FERNÁNDEZ NOVOA, C., "Título I. La Marca", en *Manual de la Propiedad Industrial...*, op., cit., pg. 529.

¹⁸³ Aunque los signos o palabras que se utilizan o pueden utilizarse para medir la cantidad, el peso o el volumen de los productos (docena, metro, litro, etc.) o sus abreviaturas no pueden registrarse como signo, sí serían registrables las indicaciones descriptivas del peso, la dimensión o el volumen que tengan carácter histórico siempre que se hayan dejado de utilizar en el comercio y su significado descriptivo se haya borrado de la mente de los consumidores, en FERNÁNDEZ NOVOA, C., "Título I. La Marca", en *Manual de la Propiedad Industrial...*, op., cit., pg. 529. Varios ejemplos de marcas registradas que hacen referencia a unidades de medida ya en desuso son las marcas "3 Estadales" y "7 Estadales" registradas en la OEPM con los números M2937000 y M2937006 para la clase 30 (vinos), la marca "Azumbre" también registrada para los productos de la clase 30 con el número M1660395 o la marca "Aceite de Cahíz" registrada para los productos de la clase 29 (aceite de oliva) con el número M3737495. Según la RAE, "Estadal" es una medida de longitud que tiene cuatro varas y equivale a 3.334 metros, "Azumbre" es una medida de capacidad para líquidos equivalente a unos dos litros y "Cahíz" es una medida de capacidad para cereales diferente según la región.

¹⁸⁴ Esta categoría de indicaciones descriptivas hace referencia a las que informan acerca del modo y tiempo adecuado para usar o consumir los correspondientes productos, como por ejemplo la expresión inglesa "After Shave" respecto a una loción para ser aplicada después del afeitado. FERNÁNDEZ NOVOA, C., "Título I. La Marca", en *Manual de la Propiedad Industrial...*, op., cit., pg. 529.

¹⁸⁵ Tampoco pueden registrarse como signo expresiones que con carácter general denoten la valoración que debe asignarse a un producto o servicio, tales como "caro", "barato", "económico", "euro", "dólar", aunque sí podrán registrarse los nombres de las unidades monetarias históricas y actualmente en desuso como "onza" o "doblón". FERNÁNDEZ NOVOA, C., "Título I. La Marca", en *Manual de la Propiedad Industrial...*, op., cit., pg. 530. Como ejemplos de estas dos últimas marcas podemos citar la marca "Onza de Oro" registrada en la OEPM para algunos de los productos de la clase 30 con el número M0574815 y la marca "Lugojoya El Doblón de Oro" registrada en la OEPM con el número M3017692 para algunos productos de la clase 35.

exclusivamente de signos o indicaciones que se hayan convertido en habituales en el lenguaje común o en las costumbres leales y constantes del comercio.

Tampoco podrán registrarse como marca, los signos que se constituyan exclusivamente por la forma u otra característica impuesta por la naturaleza misma del producto o por la forma u otra característica del producto necesaria para obtener un resultado técnico, o por la forma u otra característica que dé un valor sustancial al producto, aquellos que sean contrarios a la Ley, al orden público o a las buenas costumbres y los que puedan inducir al público a error, por ejemplo, sobre la naturaleza, la calidad o el origen geográfico del producto o servicio.

Los últimos supuestos de prohibición absoluta de registro de una marca consisten en aquellos signos que confieran protección a denominaciones de origen e indicaciones geográficas¹⁸⁷, a los términos tradicionales de vinos y a las especialidades tradicionales

¹⁸⁶ Esta prohibición absoluta puede afectar a los productos agrícolas o derivados en los que el factor temporal de la maduración o de la cosecha cobra importancia para el producto. FERNÁNDEZ NOVOA, C., "Título I. La Marca", en *Manual de la Propiedad Industrial...*, op., cit., pg. 530.

¹⁸⁷ En la STS, Sala de lo Civil, Sección 1ª, de 18 de julio de 2019, se declara la nulidad de unas marcas y nombres comerciales por evocar la denominación de origen "Queso Manchego", al estar compuestas del término "Rocinante" acompañado de signos figurativos representativos de molinos de viento y de la figura de Don Quijote. La Quesera Cuquerella fabrica y comercializa quesos amparados por la DOP "Queso Manchego" y otros que no lo están, y publicita ambos en la misma página web, www.rocinante.es, utilizando para los que no están amparados por la DOP símbolos y signos que evocan la Mancha e incluyendo en la página de inicio el signo propio de la DOP, con lo cual potencia que el consumidor asocie los quesos no protegidos por la DOP con los que sí lo están. Es el caso de los quesos identificados con la marca "Rocinante" registrada en la OEPM con el número M2635904 para los productos de la clase 29 (y con el número M2045182 para los servicios de la clase 39) y también utilizaba la marca "Adarga de Oro" pero de forma distinta a la registrada ya que estaba registrada como marca denominativa con el número M0932452 para los productos de la clase 29 y utilizaba el dibujo de un caballero montado en un caballo huesudo, con el aspecto con que suele representarse a Don Quijote de La Mancha, en un campo en el que hay ovejas y molinos de viento en etiquetas de quesos no amparados por la DOP "Queso Manchego". Se planteó la cuestión prejudicial al TJUE acerca de la interpretación del término "evocación" recogido en el artículo 13.1.b) del Reglamento 510/2006 en este asunto. En la STJ, Sala Segunda, de 2 de mayo de 2019, As. 614/17 (Fundación Consejo Regulador de la DOP Queso Manchego), el Tribunal interpretó el artículo 13.1.b) del Reglamento 510/2006 declarando que la "evocación" puede producirse mediante el uso de signos figurativos aunque tales signos sean utilizados por un productor asentado en la misma región pero cuyos productos, similares o compatibles a productos protegidos por la DOP, no están amparados por ésta e interpretando que el consumidor medio, normalmente formado y razonablemente atento y perspicaz debe entenderse a los consumidores europeos, incluidos los consumidores del Estado miembro en el que se fabrica el producto que da lugar a la evocación de la DOP o que tal denominación está vinculada geográficamente, y en el que dicho producto se consume mayoritariamente. Esas marcas evocan esa procedencia geográfica porque provocan una proximidad conceptual con la DOP "Queso Manchego" y hace que la visión de estos signos lleve al consumidor a pensar que el producto está amparado por la DOP. El Tribunal declaró que el etiquetado utilizado por la Quesera Cuquerella S.L. para identificar y comercializar los quesos "Adarga de oro", "Rocinante" (también utilizaba la marca "Super Rocinante") y la oferta que efectuaba a través de su página web www.rocinante.es de estos quesos, empleando los términos "Quesos Rocinante" para referirse tanto a estos como a otros quesos amparados por la DOP "Queso Manchego", y reproduciendo la contraetiqueta de garantía del queso DOP "Queso Manchego" en su página de inicio, constituía una infracción de la Denominación de Origen Protegida "Queso Manchego" y declaró la nulidad parcial en lo referente a los quesos de la marca "Rocinante" registrada con los números

garantizadas que estén excluidos de registro en virtud de la legislación nacional o de la Unión o por acuerdos internacionales en los que sea parte la Unión o el Estado español, los signos que consistan en, o reproduzcan en sus elementos esenciales, la denominación de una obtención vegetal anterior registrada conforme a la legislación vigente y que se refieran a obtenciones vegetales de la misma especie o estrechamente conexas, y por último los signos que reproduzcan o imiten signos oficiales (banderas, escudos, emblemas, etc.) utilizados para identificar Estados, entes públicos u organizaciones intergubernamentales, ni los signos establecidos legalmente con un significado público determinado, salvo que su registro sea autorizado por la autoridad competente.

Acerca de la prohibición absoluta de registro que hace referencia a que el signo sea contrario a la Ley, al orden público y a las buenas costumbres, apartado f) del artículo 5.1 LM, ésta no se corresponde exactamente con la equivalente norma comunitaria (artículos 3.1.f Directiva 89/104, 3.1.f Directiva 2008/95, 4.1.f Directiva 2015/2436 y 7.1.f RMUE), porque las normas europeas omiten la referencia a la ley. Parece que el legislador español se ha guiado por el artículo 1255 C. Civil si entendemos la referencia a la ley en el mismo sentido que lo hace el Código civil y por tanto estamos ante disposiciones de carácter imperativo provengan de donde provengan.

El orden público, según el mismo precepto, nos remite a los principios imperantes en una época determinada que deben ser respetados por todos, y las buenas costumbres nos llevan a la moral igualmente imperante en un lugar y en un momento determinado, lo que suele corresponderse con los comportamientos propios de una persona honesta¹⁸⁸.

Sobre la violación del orden público por las marcas podemos ver como ejemplos la STGUE, Sala Novena, de 15 de marzo de 2018, As. T-1/17 (Caso “*La Mafia se sienta a la mesa*”) y la STGUE, Sala Séptima, de 12 de diciembre de 2019, As. T-683/18 (Caso “*Cannabis store Amsterdam*”) de un signo que alude a la marihuana y añade otros elementos como los términos “*Amsterdam*” y “*store*”.

Respecto a la primera STGUE, la marca “*La Mafia se sienta a la mesa*” se solicitó a la EUIPO con el número 005510921 para servicios de restauración y posteriormente Italia presentó ante la EUIPO demanda de nulidad de dicha marca por entender que es

M2635904 para los productos de la clase 29 y M2045182 para los servicios de la clase 39 y a cesar en el uso en el tráfico mercantil de la marca “Adarga de Oro”.

¹⁸⁸ RUIZ MUÑOZ, M., “Signos contrarios a la Ley, al orden público o a las buenas costumbres”, *Revista de derecho de la competencia y la distribución*, nº 26, 2020, pg. 2.

contraria al orden público y a las buenas costumbres porque la denominación del signo promovía manifiestamente la organización criminal conocida con el nombre de Mafia y porque el conjunto de los elementos de la marca transmitía un mensaje de *convivencialidad* y de *banalización* del elemento denominativo “La mafia” que deforma la gravedad que el término contiene en sí mismo. El TGUE declaró la conexión clara del elemento dominante del signo (la mafia) con diverso tipo de actividades criminales (intimidación, violencia física, asesinatos, tráfico ilegal de drogas y de armas, blanqueo de dinero y corrupción) que vulneran los valores en los que está fundada la Unión, como son los valores de respeto a la dignidad humana y de la libertad. Además, destacó la especificidad propia italiana en cuyo territorio la denominación se percibe de manera profundamente negativa por la gravedad de los atentados perpetrados contra el orden público y que los elementos que la acompañan (“se sienta a la mesa” y la rosa roja) pueden ofrecer una imagen globalmente positiva de la acción de la mafia y banalizar la percepción de las actividades criminales de dicha organización¹⁸⁹.

En relación a la segunda STGUE el argumento principal para el rechazo es que un signo que alude a la marihuana no puede ser registrado como marca de la Unión porque es contrario al orden público. La marca “*Cannabis store Amsterdam*” se solicitó en la EUIPO con el número 016176968 para productos alimentarios, bebidas y servicios de restauración. El Tribunal General declaró que es la combinación de estos elementos (la hoja de cannabis como símbolo mediático de la marihuana, el término cannabis como elemento dominante por el espacio y su posición central en el signo, el término *Ámsterdam* como ciudad donde se comercializa de manera libre bajo determinadas condiciones esta droga derivada del cannabis, aunque la comercialización es ilegal en muchos otros países de la Unión) y la mención de la expresión “store”, que se entiende habitualmente como tienda, lo que induce al público pertinente (el público de la Unión en general) a pensar que los productos y servicios comercializados bajo este signo se corresponda con los que ofrecería una tienda dedicada a la venta de productos estupefacientes¹⁹⁰.

¹⁸⁹ RUIZ MUÑOZ, M., “Signos contrarios a la Ley, al orden público...”, op. cit., pg. 3 y TATO PLAZA, A., “Libertad de expresión y prohibición de registro de marcas contrarias al orden público o a las buenas costumbres”, *Indret: Revista para el Análisis del Derecho*, Nº1, 2020, pgs. 3 y 26.

¹⁹⁰ RUIZ MUÑOZ, M., “Signos contrarios a la Ley, al orden público...”, op. cit., pg. 4.

Sobre los signos contrarios a las buenas costumbres no es fácil la delimitación entre lo que puede ser objeto de control o de prohibición como son los actos contrarios a las buenas costumbres que por lo general se califican como signos ofensivos, de aquellos signos que quedan al margen por ser de mal gusto.

Es por esto que a veces hay falta de coherencia y homogeneidad¹⁹¹ en las sentencias judiciales y en unos casos se resuelve de manera permisiva como en la STSJ de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª de 27 de octubre de 2011, caso “*La oxtia*”, registrada en la OEPM con el número M2724668 y también están admitidas las marcas comunitarias “*Cabrón 49*” registrada en la EUIPO con el número 004003554, “*Bastardo!*” con el número 011097144, “*Superbastardo*” con el número 01738364 o “*De puta madre*” con el número 005028477, En otros casos se resuelve de manera negativa como en la STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 2 abril de 2009, (Caso “*aguardiente de puta madre*” y “*aguardiente hijoputa*”) con los números de registro M2472660 y M2472661 respectivamente denegados en la OEPM o las STGUE, Sala Tercera de T-526/09 de 5 de octubre de 2011, caso “*Paki*”, que es un insulto racista para dirigirse a los Paquistaneses, la STGUE, Sala Primera, de 9 de marzo de 2012, caso “*¡Que buenu ye! HIJOPUTA*” o la STGUE, Sala Sexta, de 24 de enero de 2018, caso “*Fack Ju Göhte*”, que es el título de una exitosa película de habla alemana calificada para todos los públicos pero como la pronunciación de la expresión alemana “*Fack ju*” resulta idéntica la expresión inglesa “*fuck you*” (en español “*¡jódete!*”) se considera que en el contexto es un insulto de mal gusto, indecente y vulgar que ofende al escritor “*Goethe*” y por tanto es un signo contrario a las buenas costumbres, y para otros signos distintivos se adopta una solución intermedia por el tipo de productos y los destinatarios de los mismos como es el caso de la marca “*Screw You*” (“*copular*” en inglés) no admitida para productos comunes o generales (esta marca fue solicitada en la EUIPO con el número 005706321 para los productos de la clases 3, 25 y 32 y fue denegada) pero sí para productos sexuales destinados a personas adultas con el número 003888344 para los productos de la clase 10 (Resolución de la Sala de Recursos de la OAMI, de 6 de julio de 2006, As. R 495/2005-G).

El apartado 2 de este artículo 5 LM establece que no se denegará el registro de una marca de conformidad con lo dispuesto en las letras b), c) o d) del apartado 1 si antes

¹⁹¹ RUIZ MUÑOZ, M., “Signos contrarios a la Ley, al orden público...”, op. cit., pgs. 5 y 6.

de la fecha de concesión del registro, debido al uso que se ha hecho de la misma, hubiese adquirido un carácter distintivo.

Parte de la doctrina¹⁹² entiende que para apreciar la distintividad sobrevenida de un signo es necesario analizar los siguientes factores¹⁹³: la cuota de mercado que tiene la marca, y por tanto cuanto mayor sea la cuota de mercado de los productos o servicios que identifica la marca mayor será la probabilidad de que el signo haya adquirido distintividad con el uso, la intensidad, la extensión geográfica y la duración del uso de la marca, la importancia de las inversiones de la empresa en la promoción de la marca, la proporción de los sectores interesados (como son los consumidores de esos productos y servicios, los revendedores o distribuidores de los mismos y los competidores del solicitante de la marca) que identifican el producto atribuyéndole una procedencia empresarial gracias a la marca, y por último las declaraciones de las Cámaras de Comercio o Industria o de otras asociaciones profesionales que constituyen uno de los medios de prueba que el solicitante puede presentar para demostrar que el signo ha adquirido distintividad con el uso.

II. EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS MARCAS COLECTIVAS Y DE GARANTÍA EN LA NORMATIVA ESPAÑOLA.

A) Las marcas colectivas.

1. Régimen jurídico, noción y funciones.

A nivel nacional, las marcas colectivas tienen un régimen jurídico especial adecuado a su particular naturaleza reconocido por la LM.

Su régimen jurídico está formado, en primer lugar, por la aplicación de lo dispuesto en los artículos 62-67 LM, las disposiciones comunes contenidas en los artículos 74-78 LM y el Derecho común de Marcas (los seis primeros Títulos de la LM se aplicarán en tanto que no resulten incompatibles con la esencia y con las características

¹⁹² FERNÁNDEZ NOVOA, C., “Título I. La Marca”, en *Manual de la Propiedad Industrial...*, op., cit., pgs. 533-534.

¹⁹³ Estos factores a tener en cuenta para determinar si un signo puede protegerse como marca por haber adquirido distintividad sobrevenida, vienen enumerados en la STJ, de 4 de mayo de 1999, asuntos acumulados C-108/97 y C-109/97, caso Windsurfing Chiemsee Produktions.

propias de la marca colectiva y aunque tal exclusión no resulte de los preceptos contenidos en el Título VII LM).

En segundo lugar les será de aplicación el RLM en particular, los artículos 1.2, 37 y 38.1 RLM, y por último les será de aplicación su propio Reglamento de uso (según lo dispuesto en los artículos 63 y 65 LM).

Para algunos autores¹⁹⁴, las marcas colectivas vienen caracterizadas por dos rasgos centrales: que sus etiquetas de marca son percibidas como distintivos de calidad superior por los consumidores, que podrían llegar a pagar una prima de precios por ellas, y que los productores miembros de la marca colectiva sólo comparten un nombre de marca, y son generalmente empresas autónomas que toman decisiones independientes y obtienen sus propios beneficios.

El concepto de marca colectiva viene establecido en el apartado 1 del artículo 62 LM, que la define¹⁹⁵ como “*todo signo¹⁹⁶ que, cumpliendo los requisitos del artículo 4 LM, sirva para distinguir los productos o servicios de los miembros de la asociación titular de la marca de los productos o servicios de otras empresas*”¹⁹⁷.

En primer lugar es importante señalar que la definición no incorpora la precisión que consta en la Directiva 2015/2436 y en el RMUE (arts. 27.b) y 74.1 respectivamente) según la cual en el momento del registro hay que indicar expresamente que se trata de una marca colectiva ya que en el supuesto de que no se registre expresamente como marca

¹⁹⁴ SELLERS RUBIO, R., “La importancia de la marca colectiva en la comercialización de productos agroalimentarios”, en *El sector agroalimentario: Sostenibilidad, cooperación y expansión*, Coord. por ABADÍA SÁNCHEZ, R., y MELGAREJO MORENO, J., Ayuntamiento de Orihuela: Universitat d’Alacant / Universidad de Alicante, 2017, pg. 200.

¹⁹⁵ Esta definición de la marca colectiva le confiere la misma función distintiva que la marca individual. BAYLOS CORROZA, H., *Tratado de Derecho Industrial...* op. cit., pg. 1291.

¹⁹⁶ Cuando en la definición de marca colectiva se hace referencia al término “signo” este debe ser entendido de forma amplia, que tenga carácter distintivo y que cumpla los requisitos del concepto de marca colectiva. Ver DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 145.

¹⁹⁷ La referencia a la “empresa” hay que hacerla en sentido amplio, como unidad económica, al modo en que se admite en otros sectores del derecho de la competencia. LARGO GIL, R., “*Las marcas colectivas y las marcas de garantía...*”, op. cit., pg. 147. Debe considerarse la referencia a la empresa en su acepción actual en el sentido del concepto de justifica la materia mercantil, es decir, “empresa” es cualquier operador económico que actúe en el mercado. Ver MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, Mª. P., “El nuevo régimen de las marcas colectivas”, op. cit., pg. 3 y GALLEGO SÁNCHEZ, E., y FERNÁNDEZ PÉREZ, N., *Derecho Mercantil, Parte Primera...* op. cit., pgs. 39-40.

colectiva será considerada como marca individual con independencia del uso que se haga de la misma¹⁹⁸.

Según esta definición, la función principal de la marca colectiva es la de indicar el origen empresarial de los productos o servicios y la función distintiva a la que hace referencia el concepto de marca colectiva comprende dos planos: la marca colectiva debe poseer aptitud o estructura externa capaz de singularizar una categoría de productos o servicios frente a otros (no pudiendo formar parte del concepto los signos cuya configuración sea tan simple o tan compleja que no puedan servir a dicha finalidad) y además tiene que diferenciar los productos o servicios que la usan.

Es aquí donde la marca colectiva evidencia la peculiar función¹⁹⁹ que le es propia, porque su finalidad primordial es indicar la procedencia u origen empresarial de los productos o servicios pero lo hace de forma distinta a como se produce en las marcas individuales porque no designa a un empresario en cuanto tal sino en su condición de miembro de una asociación, diferenciando los productos o servicios de dicha colectividad respecto de otras empresas.

Se ha puesto de manifiesto por parte de la doctrina²⁰⁰ que además de la función propia de las marcas colectivas, estas pueden cumplir ulteriores funciones, como adicionalmente informar sobre el origen geográfico de los productos o servicios (apartado 3 del artículo 62 LM) o cumplir otras funciones típicas de las marcas individuales como en el caso de que se refuerce su función de garantía o certificación ya que es posible (pero no necesario) que informe sobre una calidad presente en todos los productos de los empresarios de esa asociación, pero deberá ser siempre con carácter accesorio²⁰¹ respecto

¹⁹⁸ MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “El nuevo régimen de las marcas colectivas”, op. cit., pg. 3.

¹⁹⁹ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 145.

²⁰⁰ MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “El nuevo régimen de las marcas colectivas”, op. cit., pg. 3.

²⁰¹ En la STJ, Sala Segunda, de 8 de junio de 2017, As. C-689/15 (Caso Flor de Algodón) el Tribunal afirmó que el uso de una marca individual que cumpla únicamente la función de indicar una determinada calidad y/o un origen geográfico no debería considerarse como un uso efectivo y real que permita el mantenimiento de la marca, aspecto que es extrapolable a las marcas colectivas teniendo en cuenta que cumplen una función similar. En esta sentencia se pone de manifiesto el carácter accesorio de las otras funciones de la marca colectiva respecto de la función indicadora del origen empresarial. MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “El nuevo régimen de las marcas colectivas”, op. cit., pgs. 3-4.

de la función indicadora del origen empresarial que es la protegida de forma esencial por el ordenamiento jurídico.

2. Legitimación para solicitar las marcas colectivas. Especial referencia a las marcas colectivas de titularidad pública.

Respecto a las personas legitimadas para solicitar la marca colectiva el artículo 62.2 LM establece que sólo podrán solicitarlas las asociaciones de fabricantes, productores, prestadores de servicios o comerciantes que tengan capacidad jurídica y procesal y las personas jurídicas de Derecho público. De ahí que, por razón de su titular²⁰², se pueda distinguir entre la marca colectiva de titularidad privada y la marca colectiva de titularidad pública.

En relación a las marcas colectivas de titularidad privada, cuando el artículo 62.2 LM hace referencia al término “asociación” este puede ser entendido en sentido estricto o en un sentido más amplio:

a) En sentido estricto, según lo dispuesto en la legislación en vigor²⁰³ relativa a las asociaciones, ya que sólo éstas garantizan la disociación entre titularidad y uso de la marca y el libre acceso de la misma de quienes reúnan los requisitos fijados en su reglamento de desarrollo²⁰⁴, tienen que tener capacidad jurídica según lo dispuesto en el artículo 5.2 Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación y hasta que no se inscriban en el correspondiente registro (art. 10 LO 1/2002) la asociación no podrá registrar una marca colectiva porque el artículo 38.3 RLM exige que la presentación del reglamento de uso se acompañe de los estatutos de la asociación debidamente constituidos e inscritos²⁰⁵.

b) En un sentido más amplio²⁰⁶ que según lo establecido en la LO 1/2002, el término asociación debe alcanzar a otros entes de naturaleza asociativa que, además de carecer de ánimo de lucro, no ejerzan actividad económica alguna en el sentido de ofrecer

²⁰² DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 149.

²⁰³ Hay que tener en cuenta el artículo 22 CE que reconoce el Derecho de asociación, los artículos 35 y 37 del C. Civil y la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de asociación.

²⁰⁴ Real Decreto 949/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Nacional de Asociaciones.

²⁰⁵ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 151.

²⁰⁶ VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 62”, en *Comentarios a la Ley de Marcas* (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1080-1081.

directamente bienes o servicios en el mercado aunque no estén sometidos a dicha normativa o no pudieran estarlo, ya que puede haber distintas formas de constitución de la asociación solicitante de la marca colectiva en función de la existencia de diferentes normativas susceptibles de ser aplicadas, con lo que no serán únicamente las asociaciones constituidas conforme a la LO 1/2002 las aquí legitimadas.

La asociación que es titular de una marca colectiva no puede ser titular de una explotación en la que se produzcan y comercialicen los productos o servicios que usen la marca porque el fin de constituir una asociación para que sea titular de una marca colectiva es conseguir para sus miembros una mejor comercialización de sus productos y servicios en el mercado mediante una inversión menor que la que deberían asumir por separado, de este modo los pequeños y medianos empresarios pueden concurrir en el mercado con sus productos y servicios frente a grandes empresas que son titulares de marcas que tienen una implantación muy superior con grandes inversiones²⁰⁷.

En los registros de la OEPM podemos encontrar una variedad de tipos de solicitantes²⁰⁸ de marcas colectivas que o bien exceden de la noción de asociación según lo establecido en la LO 1/2002 o incluso no son sujetos definidos en el artículo 62.2 LM.

En la OEPM se han concedido²⁰⁹ marcas colectivas (en su mayor parte solicitadas por asociaciones cumpliendo los requisitos legales) a personas físicas, otros entes de

²⁰⁷ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía...”, op. cit., pg. 147.

²⁰⁸ GÓMEZ LOZANO, M^a. M., “Comentario a los artículos 74-78” en *Comentarios a la Ley de Marcas*, Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2^a ed., 2008, pg. 1175.

²⁰⁹ Como ejemplos de marcas colectivas concedidas por la OEPM a solicitantes que no son sujetos definidos en el artículo 62.2 LM podemos citar las siguientes: “Vedella de Girona” registrada con el número M1308250 fue solicitada por la Sociedad Cooperativa Ramaders de Vedella de Girona, STAT.COOP,C.LTDA., “Confederación de Empresarios de Zaragoza (CEZ)” registrada con el número M1802314 fue solicitada por dicha Confederación, “Prexport” por la sociedad limitada Prexport SL con el número de registro M1771030, “Delivinum” , registrada con el número M2623531 por Delivinum SLU, “P Pantasia” con el número M1802839 por Fonopan SA, o “Kangaroland” con el número M1806415 solicitada por una persona física, Eva María Cuchet Serrano. Como ejemplos de marcas colectivas solicitadas por asociaciones que no son de los sujetos definidos en el artículo 62.2 LM podemos citar las marcas “Amigos de Zimbabwe en España” (número de registro M1991795) o “Colectivo de autores independientes” con el número M2420103 cuyo titular es el propio colectivo, Consorcios (la marca colectiva “Termoarquilla” está registrada con el número M2071074 a nombre del Consorcio termoarquilla), AIEs (la marca colectiva “Group Gold Car Rental” registrada con el número M2074785 por la AIE de la misma denominación) SATs (“Planteristas Agrupados de Alcanar, SAT” con el número de solicitud M1970985 por la SAT de la misma denominación), “Cuenta joven de la caja rural de Toledo” solicitada por la Caja Rural de Toledo, Sociedad Cooperativa de Crédito con el número M2039274, “Ecorae” que es una marca colectiva registrada con el número M2674106 por la Fundación Ecolum, “Orce” del Ayuntamiento de Orce con el número M2003161, “Mancomunidad Concellos da comarca de Ferrol” solicitada por la Mancomunidad con esa misma denominación con el número M2593041, “Redotri Andalucía” registrada con el número M2707909 por la Universidad de Cádiz o la “Mancomunidad de municipios Valle del Ambroz” que es una marca colectiva

carácter asociativo (uniones, federaciones, confederaciones, comisiones interprofesionales, centros culturales, consorcios y ONGs), a sociedades (limitadas, anónimas, agrarias de transformación, agrupaciones de interés económico y cooperativas) e incluso a entes públicos.

Respecto a las marcas colectivas de titularidad pública hay que indicar que fue una de las principales novedades introducida por la LM respecto a la anterior regulación de las marcas colectivas en la Ley 38/1988.

Dada la amplitud del ámbito de las “personas jurídicas de Derecho público” (aunque en la normativa administrativa es más frecuente el empleo de la expresión “entidades de Derecho público”)²¹⁰ en nuestro ordenamiento se impone una interpretación estricta²¹¹ del concepto que abarca a la Administración General del Estado, las Administraciones de las Comunidades Autónomas, las entidades que integran la Administración Local y los organismos públicos y entidades de Derecho público vinculados o dependientes de las Administraciones públicas (art. 2.3 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público).

También podemos considerar incluidos dentro del concepto de “persona jurídica de Derecho público” a los Colegios profesionales, los organismos autónomos y las Universidades y quedarían excluidas las personas jurídicas que, aunque integradas por entidades públicas, quedan sujetas al Derecho privado en virtud de la forma organizativa adoptada como es el caso de las sociedades mercantiles de participación pública.

Esta ampliación de la legitimación para solicitar una marca colectiva a las personas jurídicas de Derecho público ha sido puesta en duda por algunos autores porque “una administración pública, per se, no supone la existencia de ningún tipo de colectividad empresarial, requisito sine qua non para la solicitud de una marca colectiva”²¹² y además “supone un cambio de la función asignada a estas marcas, por estimar que se modifica la finalidad de indicadora del origen empresarial, para pasar a

registrada con la solicitud M2825461 por esa misma mancomunidad (en VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 62”, op. cit., pgs. 1081-1082). La información de las marcas colectivas ha sido completada con los números de registro de la OEPM.

²¹⁰ VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 62”, op. cit., pg. 1083.

²¹¹ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía...”, op. cit., pg. 148.

²¹² MONGE GIL, A. L., “Las marcas colectivas”, ADI, Tomo XVI, 1994-95, Madrid, 1983, pg. 221.

*ser una finalidad pública de protección de los intereses generales, dejando de lado el hecho de que se trate de marcas de empresa*²¹³.

Otros autores están a favor²¹⁴ de dicha ampliación de la legitimación porque consideran que una persona de Derecho público se encuentra en mejor situación que una persona jurídica privada para garantizar el principio de puertas abiertas y la independencia e imparcialidad a la hora de permitir el uso de la marca colectiva. Además, la obtención de una marca colectiva puede ser el paso previo²¹⁵ a la concesión de una denominación de origen, circunstancia que aconseja también que, ya desde el principio, sea el titular de la marca una persona de Derecho público.

La ampliación de la legitimación también ofrece una adecuada cobertura para encauzar situaciones que en la práctica se habían articulado mediante vías impropias como era el hecho de registrar marcas individuales para crear marcas de calidad autonómicas y registrar como marca de garantía marcas que en rigor eran colectivas²¹⁶ o bien solicitar un signo como marca individual²¹⁷ para cumplir las funciones de las marcas

²¹³ MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “El nuevo régimen de las marcas colectivas”, op. cit., pg. 9 y LARGO GIL, R., / MONGE GIL, A.L., “Título VIII: Marcas comunitarias colectivas”, en CASADO CERVIÑO, A., / LLOBREGAT HURTADO, M.L., (coord), *Comentarios a los reglamentos sobre la marca comunitaria*, Vol. 1, 1^a ed., Madrid, 1996, pg. 747. Las marcas de garantía no son marcas de empresa porque no cumplen de manera directa la función indicadora de la procedencia empresarial sino que su función es acreditar la presencia de una cualidad que es común a productos y/o servicios de diversas clases, en LARGO GIL, R., “Reflexiones sobre la aplicación práctica de la figura de las marcas de garantía” en *“El Derecho Mercantil en el umbral del siglo XXI: libro homenaje al Prof. Dr. Carlos Fernández-Novoa con motivo de su octogésimo cumpleaños”*, coor. por JOSÉ ANTONIO GÓMEZ SEGADE y ÁNGEL GARCÍA VIDAL, Marcial Pons, Madrid, 2010, pg. 464 y 468.

²¹⁴ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 928, VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 62”, op. cit., pg. 1083 y GÓMEZ LOZANO, M^a. M., “Comentario a los artículos 74-78”, op. cit., pg. 1175.

²¹⁵ La Asociación auténtico Jabugo es titular de dos marcas colectivas concedidas por la Unión Europea (Marcas colectivas “Jabugo” registrada con el número 004468591 y “Auténtico Jabugo” registrada con el número 004468609) y también existe la Denominación de Origen Protegida “Jabugo” (con el número de registro PDO-ES-0009) y la Federación de productores de aceite de oliva de Jaén el 6 de febrero de 2018 solicitó a la EUIPO la marca colectiva europea “Aceite de Jaén” con el número 017776055 y el 19 de mayo de 2020 se concedió la Indicación Geográfica Protegida “Aceite de Jaén” (número de solicitud PGI-ES-2322).

²¹⁶ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 152.

²¹⁷ La Promotora pro-indicación geográfica protegida morcilla de Burgos intentó registrar como marca individual la denominación “Morcilla de Burgos” como servicio de restauración con la solicitud número M2293223 y la OEPM le denegó el registro basándose en que se trataba de una denominación genérica. Como la promotora tendría que haber solicitado el registro de esa marca como una marca colectiva relativa a un producto y no a un servicio, la Asociación de fabricantes de morcilla de Burgos ha registrado con el número M3067227 la marca colectiva “Morcilla de Burgos” para productos de charcutería. También se concedió con el número PGI-ES-1282 la IGP “Morcilla de Burgos”.

colectivas²¹⁸ a través de contratos de licencia con lo cual el titular eludía la obligación de elaborar el reglamento de uso, controlar la actividad de los usuarios o tener que autorizar su empleo a quienes reúnan los presupuestos del citado reglamento, obligaciones todas ellas que conforman el estatuto jurídico de la marca colectiva²¹⁹.

De todo lo expuesto con anterioridad, podemos establecer como características básicas²²⁰ de la marca colectiva según su definición del artículo 62 LM que sus titulares sólo pueden ser asociaciones de fabricantes, productores, prestadores de servicios o comerciantes que tengan capacidad jurídica y procesal o personas jurídicas de Derecho público, que el titular no está facultado para usar la marca, que estas marcas son utilizadas por una pluralidad de personas enclavadas normalmente en una misma localidad o área geográfica, que su estatuto jurídico se organiza en torno a un reglamento de uso, que el contenido de derechos y obligaciones no es asimilable al de una marca individual y que la marca colectiva tiene un marcado carácter público.

3. Composición del signo que constituye las marcas colectivas: Las referencias geográficas.

El apartado 3 del artículo 62 LM, reconoce la posibilidad de que se registren las marcas colectivas geográficas, que son aquellas compuestas exclusivamente por signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para señalar la procedencia geográfica de los productos o servicios.

En general²²¹, no pueden ser marca las expresiones que informan acerca del origen territorial de un producto o servicio porque carecen de fuerza distintiva²²² y se limitan a

²¹⁸ La STS, Sala de lo Civil, Sección 1ª, de 11 de junio de 1990 y la STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 1ª, de 9 de mayo de 1990, impidieron la apropiación mediante marca individual de lo que solamente puede ser objeto de marca colectiva debido a su carácter geográfico.

²¹⁹ MONGE GIL, A. L., “Las Marcas Colectivas”, op. cit., pg. 211 y DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 142.

²²⁰ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pgs. 147-148.

²²¹ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 181.

²²² En la STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 7 de marzo de 2018, la Sala sostiene “*que la marca colectiva número 3.012.390 "Barcelona", para distinguir productos y servicios en las clases 1 a 45 del Nomenclátor Internacional de Marcas, no puede acceder al registro, porque no tiene carácter distintivo, en cuanto impide que se cumpla la finalidad propia de las marcas colectivas, que es la de identificar el origen empresarial de un producto o servicio procedente de uno de los miembros integrantes del ente asociativo, ni tampoco la función de garantía de los productos o servicios designados, al solicitarse de forma indiscriminada para la totalidad de productos o servicios del Nomenclátor Internacional de Marcas*”. La citada Sentencia establece que no es registrable la marca colectiva “Barcelona” porque le es de aplicación la prohibición absoluta contenida en el artículo 5.1 b) LM en cuanto que dicha marca no incorpora ningún elemento distintivo o individualizador de carácter diferenciador que

describir una característica del mismo pero en ocasiones los empresarios las emplean con fines distintivos porque aunque el signo geográfico no identifica al empresario, facilita al público la asociación del producto con una zona conocida por las excelentes cualidades de los mismos. Por tanto, les confiere un valor añadido que los diferencia de otros productos similares que provienen de otras zonas y desde este punto de vista, las marcas colectivas geográficas desarrollan su función indicativa del origen empresarial y pueden ser registradas.

Ya que el artículo 62.3 LM establece como una excepción a la prohibición recogida en el artículo 5.1 c) LM la posibilidad de registrar como marca colectiva los signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para señalar la procedencia geográfica de los productos o servicios. Esta debe ser aplicada de forma restrictiva evitándose con dicha limitación que a través de la marca colectiva y prescindiendo del procedimiento legalmente establecido para ello, pueda obtenerse la protección propia de una denominación de origen.

Para que opere esta excepción²²³ es necesario que realmente haya relación entre la zona geográfica incluida en la marca colectiva solicitada y los productos o servicios a los que se va a aplicar, ya que de otro modo no sólo se activaría la prohibición del art. 5.1 c) LM sino también la del apartado g)²²⁴ de ese mismo artículo porque podría estar

permita al público interesado distinguir la titularidad de los productos o servicios designados o el origen comparativo de dichos productos o servicios ofrecidos, frente a los productos de otras empresas o entes públicos. La Sala fija como doctrina jurisprudencial que *“Las personas jurídicas de Derecho público (y entre ellas los entes locales), están legitimadas para solicitar la inscripción de marcas colectivas, conforme a lo dispuesto en el artículo 62 de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, pero los signos utilizados en la configuración de la marca colectiva aspirante que incluyan referencias de carácter geográfico sólo podrán registrarse cuando tengan carácter distintivo del origen empresarial o corporativo de los productos o los servicios reivindicados respecto de los productos o servicios de otras empresas o entes públicos o privados, al ser de aplicación a esta clase de marcas la prohibición absoluta contenida en el artículo 5.1 b) de la citada Ley marcara”*. En este mismo sentido, HEREDIA SÁNCHEZ, L. S., “El Ayuntamiento de Barcelona pierde la batalla legal por el registro de la marca “Barcelona”. Análisis de la STS de 378/2018, de 7 de marzo”, *Revista Lex Mercatoria*, nº 8, 2018, pgs. 60-61, el fallo del Tribunal Supremo se acoge por completo a los fundamentos legales del TSJC que considera que la marca solicitada no tiene carácter distintivo ni cumple las finalidades que son propias de las marcas colectivas desde el momento en que se solicita para la totalidad de las clases de productos y servicios incluidos en el nomenclátor.

²²³ VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 62”, op. cit., pg. 1077.

²²⁴ La OEPM denegó el registro de la marca colectiva número M3035167 “Gorenak Sagardo Mahaia” basándose en lo establecido en el art. 5.1.g) LM porque consideró que la nueva marca encerraba una indicación engañosa en cuanto a la naturaleza y procedencia geográfica de sus productos ya que de la lectura del distintivo exclusivamente en euskera y como elemento gráfico la imagen de un manzano evocaba un origen de la materia prima empleada que podía inducir al público a error o engaño. Esta marca estaba solicitada por una Asociación en cuyos estatutos, a los que se remite el artículo 3 del reglamento de uso, recoge la consecución de un distintivo de calidad a su sidra conteniendo una limitación respecto de la materia prima empleada “sidra elaborada con manzana autóctona de la Comunidad Autónoma del País Vasco” y producida según los requisitos establecidos en el reglamento de uso de la asociación. Dicha

induciéndose a error acerca de la procedencia geográfica de los productos o servicios de que se tratase.

El titular del derecho conferido por la marca colectiva geográfica tiene dos limitaciones²²⁵ que vienen establecidas en el párrafo segundo del artículo 62.3 LM: no podrá prohibir a un tercero el uso en el comercio de tales signos o indicaciones, siempre que dicho uso se realice con arreglo a prácticas leales en materia industrial o comercial y tampoco podrá oponerse dicha marca a un tercero autorizado a utilizar una denominación geográfica.

Por tanto, cuando la denominación geográfica se registra como marca colectiva este artículo establece que la denominación podrá seguir siendo usada por terceros ajenos a la asociación para identificar la procedencia geográfica de aquellos productos o servicios que procedan del sitio en cuestión siempre y cuando se trate de un uso leal y sin que de ello pueda inferirse la posibilidad de que tal uso se realice a título de marca²²⁶.

A este respecto es importante señalar la SJM de Valencia, Sección 3ª, de 6 de marzo de 2020, en la que la Asociación empresarial de clochineros de los puertos de Valencia y Sagunto, titular de las marcas colectivas “Clóchina de Valencia” y “Clóchina

limitación no aparecía en la nueva lista de productos aportada en la contestación al suspenso y reiterada en el recurso (Sidra embotellada en la Comunidad Autónoma del País Vasco, utilizando exclusivamente mosto producido en la Comunidad Autónoma Vasca) en las que el "mosto" no está limitado al "producido con manzana autóctona de la Comunidad Autónoma del País Vasco". La Sala no compartió el planteamiento de la evocación que hizo la OEPM y aunque consideró que podía existir esa posibilidad de asociación entre el uso del euskera (el euskera se habla en el País Vasco, pero también es un idioma propio de la Comunidad Foral de Navarra e incluso del Departamento Vasco-Francés de los Pirineos Atlánticos) y la imagen de un manzano con sidra elaborada a partir de manzanas originarias de la Comunidad Autónoma del País Vasco, no es una asociación tan intensa como para afirmar que exista un engaño efectivo o un riesgo suficientemente grave de engaño al consumidor, teniendo en cuenta además la noción que ha elaborado de "consumidor medio" en el apartado 37 la STJ, Sala Quinta, de 16 de julio de 1998, As. C-210/96 (Caso Gut Springenheide GmbH.), como aquel consumidor "*normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz*". La STSJ del País Vasco, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 1 de octubre de 2014, anuló la Resolución de la OEPM que denegaba el registro de la marca colectiva “Gorenak Sagardo Mahaia” y reconoció el derecho de la actora al registro de la misma.

²²⁵ A este respecto, la STS, Sala de lo Civil, Sección 1ª, de 10 de mayo de 2004 estableció que había riesgo de confusión entre esta marca colectiva y la denominación social “Embutidos Villa de Graus, SA”. Se denegó el registro de la denominación social porque había riesgo de error sobre la procedencia empresarial según resulta de una comparación de los términos respectivos en los planos fonético y conceptual y de la semejanza de los productos con los signos identificados; además resultaba inaplicable el supuesto de la limitación de la exclusiva y del *ius prohibendi* sobre la marca colectiva en relación con el libre uso por parte de terceros de indicaciones de procedencia geográfica de los productos y servicios regulados en el artículo 33.1.b) de la Ley 32/1988 (actualmente contemplado en el art. 37. b) LM).

²²⁶ SELAS COLORADO, A., *Comentarios a la Ley de Marcas*, Difusión Jurídica y Temas de Actualidad, S.A., Barcelona, 2002, pg. 294.

Valenciana”²²⁷ que amparan la comercialización del mejillón o clóchina procedente de Valencia, demandó a la empresa “Clochineros de Valencia S.L” por utilizar de forma ilícita para comercializar sus productos la marca “Clóchina de Valencia” junto con su denominación social y por tanto vulnerar lo establecido en los artículos 5.1.g), 34.2.b) y 34.3.d) LM. La empresa Clochineros de Valencia S.L no produce clóchina valenciana sino que es un mero comercializador del producto elaborado por un tercero, Clóchinas Emilio S.L. El productor, Clóchinas Emilio S.L, es titular de varias bateas ubicadas actualmente en el puerto de Valencia dedicadas a la producción de mejillón/clóchina y dispone de las licencias adecuadas para explotarlos desde hace largo tiempo, sometiéndose con regularidad a los controles administrativos oportunos. La demanda es desestimatoria porque el juez considera el uso legítimo de la marca colectiva “Clóchina Valenciana” porque se ajusta a las limitaciones de los derechos de exclusiva del titular de una marca colectiva que establece el artículo 62.3. LM y porque aunque la demandada utiliza con finalidad marcaria su denominación social, eso no puede determinar una infracción de las marcas colectivas ya que esa conducta está igualmente amparada por la libertad de uso establecida en dicho artículo.

4. El reglamento de uso y su contenido.

El artículo 63.1 LM fija el contenido mínimo²²⁸ del reglamento de uso que es un requisito indispensable para la solicitud de la marca colectiva; junto con la presentación de la solicitud, se tiene que presentar el Reglamento de uso²²⁹ 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 asociación²³⁰, las condiciones de uso de la marca, los motivos por los que puede prohibirse el uso de la misma a un miembro de la asociación y demás sanciones en que pueda incurrir.

²²⁷ Estas marcas colectivas están registradas en la OEPM con los números M3565754 y M3565774 respectivamente.

²²⁸ El art. 63.1 LM enumera los requisitos mínimos que ha de contener el reglamento de uso, pero hay que tener en cuenta lo dispuesto en el artículo 38.1 RLM en el que se enumeran de forma más detallada esos requisitos.

²²⁹ La falta de presentación del Reglamento de uso junto con la solicitud de registro de una marca colectiva constituirá una causa de inadmisión a trámite que podrá ser subsanada. Además del reglamento de uso, según lo dispuesto en el artículo 38.3 RLM también tiene que acompañarse a la solicitud los estatutos de la asociación o entidad solicitante debidamente constituidos e inscritos. VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 63”, en *Comentarios a la Ley de Marcas* (Dir. por A. BERCOVITZ y J.A. GARCÍA- CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1088.

²³⁰ Este requisito sólo lo recogerán los reglamentos de uso de marcas colectivas solicitadas por una asociación, no los reglamentos de uso de marcas colectivas solicitadas por una entidad de Derecho público.

El contenido del reglamento de uso puede completarse con cualquier otra disposición que resulte conforme con la naturaleza y con el estatuto jurídico de la marca colectiva ya que el artículo 63 LM es una norma de mínimos y se podrán añadir cláusulas potestativas (las más frecuentes son las que reglamentan el ejercicio de acciones judiciales en defensa de la marca, el establecimiento de medidas de control o la fijación de un canon para sufragar los gastos de la asociación) que habrán de ajustarse a los límites generales del principio de autonomía de la voluntad consagrado en el artículo 1255 C. Civil²³¹.

Si la marca colectiva consiste 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 (art. 63.2 LM)²³². Es lo que algunos autores denominan el “principio de puertas abiertas”²³³ en las marcas colectivas geográficas que hace referencia a que la asociación titular de la marca colectiva geográfica ha de tener carácter abierto para los fabricantes o productores ubicados en la zona a la que se refiere la marca y cumplan los estándares de calidad fijados por la misma.

El Reglamento de uso deberá ser aprobado por la OEPM²³⁴ que deberá controlar su adecuación a lo establecido en los artículos 63 y 64 LM.

5. Denegación de solicitud, nulidad y caducidad de las marcas colectivas.

Las causas de denegación de la solicitud y las de nulidad y caducidad del registro de la marca colectiva vienen expresamente recogidas en los artículos 64, 66 y 67 LM respectivamente.

Las solicitud de registro podrá denegarse, artículo 64.1 y 2 LM, en la forma y por los mismos motivos que una marca individual y, además, cuando no cumpla lo dispuesto en los artículos 62 y 63 LM, cuando el Reglamento de uso sea contrario a la Ley, al orden

²³¹ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pgs. 162-163.

²³² Este precepto no se puede aplicar de forma directa en los casos de personas jurídicas de derecho público, así que debe reinterpretarse y considerar que deberá preverse que la persona en la que concurren esas circunstancias podrá tener la autorización de uso de la misma. Ver MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “El nuevo régimen de las marcas colectivas”, op. cit., pg. 12 y VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 62”, op. cit., pgs. 1078-1079.

²³³ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pgs. 934-935.

²³⁴ La OEPM también deberá aprobar las posteriores modificaciones que se haga del Reglamento de uso de la marca colectiva, modificaciones que surtirán efecto tan sólo a partir de su inscripción en la OEPM (art. 65 LM).

público o a las buenas costumbres y cuando pueda inducir al público a error sobre el carácter o la significación de la marca, en particular cuando pueda dar la impresión de ser algo distinto de una marca colectiva²³⁵.

Algunos autores²³⁶ realizan una advertencia al título del artículo 64 LM, “Denegación de la solicitud”, porque consideran que el incumplimiento de lo establecido en los apartados 1 y 2 no va a condicionar la denegación o concesión de la marca solicitada sino que va a cuestionar la propia admisión de la solicitud como algo previo, porque para hablar de denegación de una solicitud de marca necesariamente ésta ha tenido que superar el examen de admisibilidad y forma establecido en el artículo 16 LM en el que se verificarán diversos extremos contenidos en los artículos 62 y 63 LM. Si éstos no son conformes a lo establecido en la LM y en el RLM, la solicitud se tendrá por desistida (art. 16.5 LM) y ninguna de esas circunstancias podrá ser corregida más adelante, iniciada la fase de examen de su contenido, porque ya antes ha tenido que resolverse sobre las mismas.

Parte de la doctrina²³⁷ entiende que la LM confiere el mismo tratamiento a la falta de legitimación para solicitar una marca colectiva que a la presencia de algún defecto de forma o de contenido del reglamento de uso y que mientras que los defectos relativos al reglamento de uso pueden ser subsanados con relativa facilidad, hay otros defectos que serán insubsanables, como por ejemplo la falta de legitimación o si no se ha aportado el reglamento de uso, que determinarán la nulidad de la marca (art. 66 LM).

El procedimiento para la modificación del reglamento de uso viene establecido en los artículos 65 LM y 38.4 RLM. Las causas de denegación de las modificaciones del reglamento son tasadas y por tanto el examen de la OEPM sólo podrá evaluar los cambios introducidos respecto de la redacción anterior²³⁸ y siguiendo por los motivos por los que procederá desestimar la modificación, en concreto, sólo cuando la misma supusiera

²³⁵ Estas causas de denegación de la solicitud de una marca colectiva podrán subsanarse si el solicitante modifica el reglamento de uso (art. 64.3 LM) y por tanto cumpliere los requisitos enunciados en los apartados 1 y 2 del art. 64 LM.

²³⁶ VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 64”, en *Comentarios a la Ley de Marcas* (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pg. 1103.

²³⁷ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía...”, op. cit., pg. 157.

²³⁸ VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 65”, en *Comentarios a la Ley de Marcas* (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pg. 1108.

incumplir los requisitos del artículo 63 LM (acerca de las menciones que debe contener el reglamento de uso) o alguna de las prohibiciones de registro del artículo 64 LM.

Si la OEPM encuentra alguna objeción²³⁹, lo notificará al solicitante y le dará el plazo de un mes para contestar. Si no se corrigen las irregularidades o no se presentan alegaciones (o no son estimadas) se acordará denegar la modificación propuesta y la resolución definitiva (estimatoria o desestimatoria) será publicada en el BOPI.

La publicación en el BOPI del acuerdo adoptado por la OEPM acerca de la modificación pretendida, tanto si es estimada como denegada, viene establecida en el artículo 38.5 RLM, aunque algunos autores²⁴⁰ consideran que si se deniega la modificación del reglamento de uso no sería necesaria su publicación en el BOPI porque no se le ha dado publicidad a la tramitación de la propuesta de cambio del reglamento de uso, a diferencia de lo que sucede con la modificación de una marca registrada, cuya solicitud de modificación fuera previamente publicada en el BOPI (art. 33.2 LM).

Para asegurar la vinculación permanente entre la publicidad de la OEPM (artículos 46.6 y 74 LM) y las reglas de utilización del signo, una vez publicada la modificación del reglamento de uso en el BOPI, ésta será eficaz una vez inscrita en el Registro de marcas. En caso de no respetarse esta vinculación se puede llegar a declarar la caducidad de la marca²⁴¹.

El artículo 66 LM enumera las causas de nulidad²⁴² de una marca colectiva que son, además de las previstas en los artículos 51 y 52 LM que recogen las causas generales de nulidad absolutas y relativas de las marcas, cuando haya sido registrada contraviniendo lo dispuesto en el artículo 64 LM, salvo que el titular de la marca, por una modificación del Reglamento de uso, cumpliera las prescripciones de las citadas disposiciones.

El artículo 66 LM enumera como causa específica de nulidad de la marca colectiva el registrarla contraviniendo lo dispuesto en el artículo 64 LM el cual se refiere a los

²³⁹ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 937.

²⁴⁰ VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 65”, op. cit., pg. 1109.

²⁴¹ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 937.

²⁴² La solicitud de nulidad se presentará ante la Oficina Española de Patentes y Marcas o mediante una demanda de reconvención en una acción por violación (arts. 66 y 51.1 LM) pero si la causa de nulidad solamente existiese para una parte de los productos o servicios para los cuales esté registrada la marca, su declaración solo se extenderá a los productos o servicios afectados (art. 51.4 LM).

motivos de denegación de la solicitud, añadiendo a su contenido lo previsto en los artículos 62 y 63 LM.

Así, la nulidad de una marca colectiva podrá declararse²⁴³, además de por las causas propias de las marcas ordinarias (artículos 51 y 52 LM), cuando se haya registrado como marca colectiva un signo que no reúna los requisitos del artículo 62 LM, cuando haya deficiencias o irregularidades en el reglamento de uso, es decir, cuando el reglamento de uso carezca del contenido mínimo establecido en el artículo 63 LM, cuando alguna de sus disposiciones sea contraria a la ley, al orden público o a las buenas costumbres o cuando la marca pueda inducir a error al público sobre su carácter o significación, en particular cuando pueda dar la impresión de ser algo distinto de una marca colectiva (art. 64 LM).

Parte de la doctrina²⁴⁴ manifiesta que el artículo 66 LM enumera las causas de nulidad de las marcas colectivas pero no aclara si dicha nulidad es absoluta o relativa. Sobre la base de que las causas de nulidad absoluta afectan a los aspectos constitutivos y esenciales del signo (la nulidad relativa forma una amplia categoría integrada por derechos de terceras personas sobre signos idénticos o confundibles, derechos de la personalidad u otros de propiedad intelectual que pugnan con el registro solicitado u obtenido con posterioridad) algunos autores²⁴⁵ consideran que la causa específica de nulidad del artículo 66 LM debe considerarse un motivo de nulidad absoluta porque este precepto estima nulo el registro de una marca colectiva contraviniendo lo dispuesto en el artículo 64 LM, el cual establece los requisitos esenciales que deben concurrir en la solicitud y en el reglamento de uso.

Con carácter general, la declaración de nulidad²⁴⁶ de la marca implica que el registro nunca fue válido, aunque tal carácter retroactivo no afecta a las resoluciones sobre violación de la marca que hubieran adquirido valor de cosa juzgada y hubieran sido

²⁴³ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 171.

²⁴⁴ VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 66”, en *Comentarios a la Ley de Marcas* (Dir. por A. BERCOVITZ y J.A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pg. 1113

²⁴⁵ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 172.

²⁴⁶ La acción para pedir la nulidad absoluta de una marca registrada es imprescriptible (art. 51.2 LM) y según el artículo 58.1 a) LM podrá ejercitarla ante la OEPM cualquier persona física o jurídica, así como las agrupaciones u organismos que representen a fabricantes, productores, prestadores de servicios o comerciantes y las asociaciones de consumidores y usuarios, legalmente constituidas e inscritas conforme a la legislación estatal o autonómica que les resulte de aplicación, que se consideren perjudicados y tengan capacidad procesal.

ejecutadas antes de la declaración de nulidad, ni a los contratos concluidos antes de la declaración de nulidad en la medida en que hubieran sido ejecutados con anterioridad a esa declaración (art. 60.3 LM)²⁴⁷.

En cualquier caso, el legislador ha previsto en este artículo 66 LM la posibilidad de subsanar el defecto que motiva la nulidad cuando este se encuentre en el reglamento de uso²⁴⁸.

Respecto a la caducidad²⁴⁹ de la marca colectiva, junto a las causas de caducidad establecidas para las marcas individuales y aplicables también a las marcas colectivas recogidas en el artículo 54 LM²⁵⁰, el artículo 67 LM añade como causas singulares de caducidad para las marcas colectivas:

a) Que el titular no hubiera adoptado medidas razonables para prevenir cualquier uso de la marca que no fuera compatible con las condiciones de uso estipuladas por el reglamento de uso²⁵¹, incluida cualquier modificación de este que haya sido inscrita en el registro.

b) Que a consecuencia del uso permitido por el titular la marca colectiva se haya hecho susceptible de inducir al público a error sobre el carácter o la significación de la marca y pueda dar la impresión de ser algo distinto de una marca colectiva.

²⁴⁷ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 172.

²⁴⁸ VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 66”, op. cit., pg. 1113.

²⁴⁹ La solicitud de caducidad se presentará ante la Oficina Española de Patentes y Marcas o mediante una demanda de reconvención en una acción por violación.

²⁵⁰ Las causas de caducidad recogidas en el artículo 54 LM hacen referencia a la falta de uso de la marca según lo dispuesto en el artículo 39 LM, cuando la marca en el comercio se hubiera convertido, por la actividad o inactividad de su titular, en la designación usual de un producto o de un servicio para el que esté registrada y cuando a consecuencia del uso que de ella hubiera hecho el titular de la marca, o que se hubiera hecho con su consentimiento, para los productos o servicios para los que esté registrada, la marca pueda inducir al público a error, especialmente acerca de la naturaleza, la calidad o la procedencia geográfica de estos productos o servicios. Al igual que la declaración de nulidad, la declaración de caducidad de la marca puede ser parcial si la causa de caducidad solamente existiera para una parte de los productos o servicios para los cuales esté registrada la marca, para esos productos o servicios afectados. La OEPM podrá declarar la caducidad de la marca por falta de renovación de la misma según lo establecido en el artículo 32 LM y por renuncia del titular según lo dispuesto en el artículo 56 LM.

²⁵¹ Esta causa de caducidad entrará en juego cuando la asociación titular de la marca no aplique las sanciones establecidas en el Reglamento de uso a los miembros que incumplan las condiciones fijadas en él y cuando el titular no inspeccione a los usuarios o no asuma sus obligaciones de control. DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 175.

c) Que se haya inscrito una modificación del Reglamento de uso que contravenga lo dispuesto en el art. 65.1 LM²⁵².

Aunque parece haber cierta similitud entre la causa de caducidad específica de la marca colectiva recogida en el artículo 67 b) LM y la causa de caducidad general para todas las marcas del artículo 54.1 c), parte de la doctrina²⁵³ entiende que mientras que la causa de caducidad del artículo 54.1 c) hace referencia a que la marca pueda inducir al público a error, especialmente acerca de la naturaleza, calidad o la procedencia geográfica de los productos o servicios, la causa de caducidad específica del artículo 67 b) LM atiende al error sobre el signo en sí mismo considerado, de modo que esta corriente doctrinal afirma que la marca colectiva caduca más fácilmente que el resto de marcas porque al error sobre la naturaleza, calidad o la procedencia geográfica de los productos o servicios se suma cualquier otra circunstancia que pueda inducir a creer que se trata de algo distinto de una marca colectiva.

Otra aclaración que este sector doctrinal hace de la causa de caducidad del artículo 67 b) LM es que el supuesto que desencadena la caducidad aparentemente es idéntico al que el artículo 66 LM sanciona con la nulidad porque éste considera nulo el registro de una marca colectiva cuando se haya registrado contraviniendo lo dispuesto en el artículo 64 LM, que en su apartado 2 hace referencia a la denegación de la solicitud de la marca colectiva cuando pueda inducir al público a error sobre el carácter o la significación de la marca, en particular cuando pueda dar la impresión de ser algo distinto de una marca colectiva.

Este sector doctrinal²⁵⁴ considera que la nulidad prevista en el artículo 66 LM opera *ad origine* y se refiere al registro de un signo como marca colectiva que pueda inducir a error mientras que la causa de caducidad del art. 67 b) LM surge *a posteriori* y como consecuencia del uso permitido por el titular de una marca objetivamente idónea para desempeñar su función pero que en un momento y lugar determinado y en relación

²⁵² Esta causa de caducidad podrá subsanarse modificando el Reglamento de uso para que se ajuste a lo dispuesto en los artículos 63 y 64 LM.

²⁵³ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 176.

²⁵⁴ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 177.

con unos productos o servicios concretos se hace susceptible de inducir a error sobre su carácter o significación.

Los efectos de la declaración de caducidad son los que con carácter general establece el artículo 60 LM para las marcas individuales y por tanto la marca registrada se considerará que no ha tenido, a partir de la fecha²⁵⁵ de la solicitud de caducidad o de la demanda de reconvención, los efectos señalados en esta ley en la medida en que se haya declarado la caducidad de los derechos del titular.

La declaración de caducidad tiene los efectos retroactivos previstos en el apartado 3 del artículo 60 LM, por eso, sin perjuicio de la indemnización de daños y perjuicios a que hubiere dado lugar cuando el titular de la marca hubiere actuado de mala fe, el efecto retroactivo de la caducidad no afectará ni a las resoluciones sobre violación de la marca que hubieran adquirido fuerza de cosa juzgada y hubieran sido ejecutadas antes de la declaración de caducidad ni a los contratos concluidos²⁵⁶ antes de la declaración de caducidad en la medida en que hubieran sido ejecutados con anterioridad a esa declaración.

B) Las marcas de garantía.

1. Régimen jurídico.

La regulación de las marcas de garantía en nuestro ordenamiento jurídico se produjo por primera vez en los artículos 62-64²⁵⁷ de la Ley 32/1988²⁵⁸ y nacieron²⁵⁹ con la función de garantizar jurídicamente al público consumidor la presencia de algunas características comunes en los productos o servicios distinguidos por esa marca, así como un nivel de calidad determinado asegurado por un reglamento de uso de la marca de acceso público a través del registro de la propiedad industrial.

²⁵⁵ A instancia de parte podrá fijarse en la resolución sobre la solicitud o demanda de caducidad una fecha anterior en que se hubiera producido alguna de las causas de caducidad.

²⁵⁶ Por razones de equidad, y en la medida en que lo justifiquen las circunstancias, será posible reclamar la restitución de sumas pagadas en virtud del contrato.

²⁵⁷ También había que tener en cuenta las disposiciones comunes contenidas en los artículos 65-72 de la anterior Ley de Marcas.

²⁵⁸ En la anterior regulación, el EPI sólo contenía disposiciones relativas a las marcas colectivas (arts. 136-143). La Ley de Marcas de 1988, en su exposición de motivos, establece que incluye la regulación de la figura de la marca de garantía para dar una respuesta efectiva a las nuevas tendencias del mercado que demandaban instrumentos que sirvieran para garantizar a los consumidores la calidad, origen y otras características de los productos o servicios.

²⁵⁹ CARBAJO CASCÓN, F., “La marca de garantía como instrumento publicitario”... op. cit., pg. 3.

Actualmente, a nivel nacional, su régimen jurídico lo constituye, en primer lugar, la aplicación de lo dispuesto en los artículos 68-73 LM y las disposiciones comunes contenidas en los artículos 74-78 LM (el Derecho común de Marcas, los seis primeros Títulos de la LM, se aplicará en tanto que no resulte incompatible con la esencia y con las características propias de la marca de garantía y aunque tal exclusión no resulte de los preceptos contenidos en el Título VII LM).

En segundo lugar, les será de aplicación el Reglamento de la Ley de Marcas, en particular los artículos 1.2, 37 y 38 RLM y por último les será de aplicación su Reglamento de uso (según lo dispuesto en los arts. 69 y 71 LM).

La LM introdujo una serie de modificaciones²⁶⁰ a la anterior regulación de las marcas de garantía que existía en la Ley 32/1988. Estas modificaciones fueron²⁶¹ la adecuación del concepto de marca de garantía a las novedades introducidas en el anterior concepto de marca del artículo 4.1 LM que incluía el requisito de la representación gráfica²⁶² y la referencia a la empresa, la limitación de la legitimación para la solicitud de

²⁶⁰ La exposición de motivos de la actual LM señala que la regulación de las marcas de garantía procura que las diferencias con las marcas colectivas aparezcan más claramente definidas “*eliminando el confusiónismo que siempre ha envuelto a las mismas*”. Un ejemplo de marcas de garantía inadecuadamente registradas bajo la Ley 32/1988 fueron las marcas “Madrid Excelente” y “Galicia Calidade” que fueron inicialmente inscritas como marcas individuales y posteriormente, manteniendo el registro anterior, se solicitó su inscripción como marca de garantía. DE MARTÍN MUÑOZ, J.A., “La regulación de las marcas de garantía en la Ley 17/2001, de marcas...”, op. cit., pg. 1626. En relación a la marca “Madrid Excelente” la Comunidad de Madrid – Consejería de Presidencia la registró en el año 2000 como marca individual en la OEPM con el número M2306600 y posteriormente, en 2001, la Comunidad de Madrid – Consejería de Presidencia y Hacienda registró en la OEPM como marca de garantía la marca “Madrid Excelente” con los números M2346913 a M2346918, M2395518 y M2395523 a M2395525 cada una de ellas para una sola clase de producto o servicio, estando actualmente todas en vigor excepto la registrada con el número M2395524 que se encuentra cancelada. Respecto a la marca “Galicia Calidade” esta ha sido registrada tanto como marca individual como marca de garantía varias veces en la OEPM. La Xunta de Galicia, Consellería de Innovación, Industria e Comercio en 1991 la registró en la OEPM como marca de tipo individual con el número M1644913 (actualmente está caducada). Posteriormente, en 1994, la marca fue registrada como marca de garantía con los números M1931921 a M1931943 y M1931948 (algunas de estas marcas de garantía están caducadas, como las de los números M1931921, M1931922, M1931924, M1931927, M1931928, M19319230 y la M1931941 que fue denegada, pero el resto siguen estando en vigor), en 1997 fue registrada como marca de garantía con los números M2108437 a M2108439 (estas tres marcas de garantía se encuentran caducadas) y en 1999 se registró como marca de garantía con el número M2249576 (también está caducada). A partir de 2006, el titular de la marca “Galicia Calidade” es Galicia Calidade S.A. que la registró como marca de tipo individual con el número M2722276 (este registro está caducado) y como marca de garantía en 2007 con el número M2757536. Este titular, en 2015 volvió a registrar la marca “Galicia Calidade” como marca de garantía con el número M3565856, en 2017 la registró como marca individual con los números M3645743 (“Galicia Calidade. Vinos de Galicia”), M3645745 (“Galicia Calidade. Wines from Galicia”), M3651293 (“Galicia Calidade. Espumosos de Galicia”) y M3651299 (“Galicia Calidade. Sparkling Wines from Galicia”) y el último registro como marca de garantía de “Galicia Calidade” es del año 2018 con el número M3721182.

²⁶¹ GOMEZ LOZANO, M^a. M., “Comentario al artículo 68”, en *Comentarios a la Ley de Marcas*, Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES, Aranzadi, Pamplona, 2^a ed., 2008, pg. 1125.

²⁶² Requisito que se ha eliminado con el RDL 23/2018.

la marca de garantía (art. 68.2 LM), la posibilidad de utilizar indicaciones geográficas como marca de garantía y la eliminación de la prohibición específica de registrar las denominaciones geográficas como marca de garantía (art. 68.3 LM).

También se amplió el contenido mínimo del reglamento de uso (art. 69 LM), se introdujo la aplicación del silencio administrativo positivo respecto al informe exigido en el artículo 69.2 LM y se incluyeron nuevas disposiciones como la que obliga a incluir en el reglamento de uso ciertas previsiones cuando la marca de garantía consista en una indicación de procedencia geográfica (art. 69.3 LM) o la que prevé la denegación de la solicitud de la marca de garantía cuando pueda inducir al público a error sobre el carácter o significación de la marca, en particular cuando pueda dar la impresión de ser algo distinto a una marca de garantía (art. 70.2 LM).

Las últimas modificaciones que incluyó esta nueva regulación legal de las marcas de garantía fue la posibilidad de modificar el reglamento de uso durante la tramitación de la solicitud para cumplir los requisitos exigidos y la regulación específica de las causas de nulidad y caducidad figurando en éste último caso un nuevo motivo (art. 73 c) LM).

2. Noción y funciones.

Actualmente el concepto de marca de garantía viene recogido en el artículo 68.1 LM²⁶³ según el cual “*se entenderá por marca de garantía todo signo que, cumpliendo los requisitos previstos en el artículo 4, sirva para distinguir los productos o servicios que el titular de la marca certifica respecto de los materiales, el modo de fabricación de los productos o de prestación de los servicios, el origen geográfico, la calidad, la precisión u otras características de los productos y servicios que no posean esa certificación*”.

Esta definición legal de marca de garantía se construye²⁶⁴ en atención a la función prioritariamente desarrollada por la misma en el plano jurídico como es la certificación de una característica común de los productos o servicios a los usuarios de la marca. Por tanto, en este tipo de marcas el interés jurídico principalmente protegido es el de los

²⁶³ La nueva redacción del concepto de marca es más flexible que la anterior ya que ahora se hace referencia a los materiales (mientras que antes se aludía a los componentes) y a la precisión u otras características de los productos y servicios que no posean esa certificación, de tal forma que se deja abierta la posibilidad de incluir otras peculiaridades del producto o servicio que lo distinguen de los demás. CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M^a. C., “Las marcas de garantía”, *La Ley mercantil*, nº 65 (Enero), 2020, edición electrónica, pg. 8.

²⁶⁴ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001”, *CDC*, núm. 35, 2001, pg. 137.

consumidores²⁶⁵ ya que la marca les puede servir para garantizarles determinadas características actuando como una promesa de garantía frente al público o una impresión de certeza cuya violación constituiría acto de engaño²⁶⁶.

Algunos autores²⁶⁷ señalan que el objetivo fundamental de la marca de garantía es garantizar un cierto nivel de calidad en los productos o servicios identificados por la misma a pesar de tener orígenes empresariales distintos, pero que en este tipo de marcas, sobre todo en los productos agroalimentarios, existe una asimetría informativa²⁶⁸ acerca de la calidad de un producto.

Las características que suelen valorar los consumidores, como por ejemplo la salubridad de un producto, sólo se pueden determinar, en el mejor de los casos, después de la compra del mismo, por eso esta asimetría informativa puede resolverse cuando el productor (que es la parte informada) emita una señal verosímil de su comportamiento (el lanzamiento de la marca) a la parte no informada, en este caso el consumidor.

En este sentido, el productor debe crear una reputación de su marca ofreciendo una calidad elevada en sus productos que haga que tras repetidas compras de los mismos por parte de los consumidores estos perciban que la calidad es adecuada y consistente a lo largo del tiempo y se justifique el desembolso de un precio mayor por ese producto respecto de otros que no ofrezcan esas garantías.

Aunque según la definición de marca de garantía recogida en el artículo 68.1 LM la principal función²⁶⁹ que cumple la marca de garantía es la función indicadora de la calidad de los productos o servicios, en la doctrina hay discrepancias sobre si en la marca

²⁶⁵ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001...”, op. cit., pg. 141.

²⁶⁶ GOMEZ LOZANO, M^a. M., “Comentario al artículo 68”, op. cit., pg. 1131.

²⁶⁷ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación y garante de la demanda cautiva”, *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, nº 30, 2013, pg. 35.

²⁶⁸ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pgs. 35-36. En la asimetría informativa, el vendedor sabe más sobre las verdaderas características del producto que la otra parte, el comprador, en FERNÁNDEZ BARCALA, M., y GONZÁLEZ DÍAZ, M., “Los indicadores geográficos con garantía de calidad: organización y perspectivas en el sector agroalimentario”, *Revista Asturiana de Economía*, núm. 22, 2001, pg. 28.

²⁶⁹ LARGO GIL, R., *Las marcas de garantía*, op. cit., pg. 94 y MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “Signos distintivos de calidad para productos no agrícolas”, *ADI*, tomo 38, 2017-2018, pg. 250.

de garantía la función indicadora de la procedencia empresarial desaparece por completo o si por el contrario persiste²⁷⁰.

Hay autores que defienden que la función indicadora de la procedencia empresarial desaparece por completo y que “*en la marca de garantía se desvanece, en efecto, la función indicadora del origen empresarial*”²⁷¹.

Otros sostienen que la función indicadora de la procedencia empresarial aún persiste en la marca de garantía aunque “*queda en cambio, muy atenuada la función indicadora del origen empresarial de los productos o servicios a los que se aplica*”²⁷². Y también hay otros autores que consideran a la marca de garantía como un “signo de aviso”²⁷³ para los consumidores o usuarios en el sentido de que identifica cierta cualidad adicional en ese producto o servicio con respecto a los de su misma clase.

En este sentido, parte de la doctrina²⁷⁴ entiende que las marcas de garantía no sólo se pueden referir a la calidad de un producto sino que también pueden ser indicativas de una cualidad del mismo, de ahí que la marca de garantía pueda ir referida a productos para los cuales se acredita que no poseen un determinado elemento en su composición (gluten, lácteos, derivados cárnicos) o bien que han sido elaborados siguiendo un procedimiento concreto o que el animal ha sido sacrificado para el consumo humano siguiendo una determinada tradición (la judía) o legislación (las leyes islámicas).

Por eso, la demanda de los consumidores de estos productos es cautiva²⁷⁵ en el sentido de que no pueden prescindir de la certificación en cuestión, de la calidad o

²⁷⁰ BOTANA AGRA, M., “Panorámica de la Ley 32/1988 Española de Marcas”, *ADI*, Tomo XIII, 1989-90, pg. 32

²⁷¹ FERNÁNDEZ NOVOA, C., *Tratado sobre derecho de marcas*, op. cit., pg. 554 y en “Título I. La Marca”, en *Manual de la Propiedad Industrial...* op. cit., pg. 658.

²⁷² BOTANA AGRA, M., “Panorámica de la Ley 32/1988...”, *ADI*, op. cit., pg. 32.

²⁷³ LARGO GIL, R., *Las marcas de garantía*, op. cit., pg. 93.

²⁷⁴ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 47. En este mismo sentido, CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M^a. C., “Las marcas de garantía”... op. cit., pg. 5.

²⁷⁵ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 49 y LARGO GIL, R., “Reflexiones sobre la aplicación práctica de la figura de las marcas de garantía”..., op. cit., pg. 462.

cualidad de los productos, porque puede estar en juego su salud (celíacos)²⁷⁶, sus creencias religiosas (musulmanes²⁷⁷, judíos²⁷⁸) o una opción de vida (vegetarianos)²⁷⁹.

3. Titularidad de las marcas de garantía.

Respecto a la titularidad de la marca de garantía, según lo dispuesto en el artículo 68.2 LM, ésta la puede ostentar toda persona física o jurídica, incluidas las instituciones, autoridades y organismos de Derecho público con la condición de que dichas personas no desarrollen una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación de servicios del tipo que se certifica.

Esta limitación tiene su fundamento²⁸⁰ en que el titular de la marca de garantía no puede usarla, sino que se limita a autorizar y controlar su uso por terceros así como ejercitar las acciones de defensa del derecho de marca (salvo que autorice expresamente a los usuarios de las mismas o así venga dispuesto en el reglamento de uso, art. 76.2 LM).

²⁷⁶ Marca de garantía “Controlado por FACE” registrada en la OEPM con el número M2686957. Esta marca de garantía certifica que sus productos pueden contener como máximo 10 ppm de gluten y cuenta con dos normas básicas, el Reglamento general de la Marca de Garantía “Controlado por FACE” en el que determina las pautas de actuación de los proveedores, fabricantes y distribuidores para acceder al uso de la Marca, así como de las Entidades de Certificación que vayan a realizar la certificación de los operadores solicitantes de la Marca y el reglamento técnico de la Marca de garantía “Controlado por FACE” que establece los requisitos que deberá superar satisfactoriamente una empresa para ser reconocida por FACE con la Marca de Garantía “Controlado por FACE”.

²⁷⁷ La Marca de garantía “Garantía Halal de Junta Islámica” está controlada por el “Instituto Halal” con el objetivo de reglamentar, controlar y certificar los alimentos, productos y servicios que cumplan los requisitos necesarios para poder usar la marca. La marca está registrada en la OEPM con el número M2466790 para productos agroalimentarios pero hay que tener en cuenta que en el reglamento de uso de la marca de garantía se especifica que la certificación también puede ir referida a establecimientos del sector servicios, productos de cosmética, perfumería, parafarmacia, puericultura, materiales de parafarmacia, higiene o higiene industrial, productos bancarios, ciudades, hoteles, restaurantes, puntos de ventas y paquetes turísticos.

²⁷⁸ Aunque en España no hay registrada ninguna marca de garantía para identificar estos productos, los productos que se ajustan a las leyes dietarias judías son conocidos como “alimentos Kosher” (o Casher que es el término hebreo que literalmente significa aceptable o apto). En la OEPM podemos encontrar cinco marcas individuales (actualmente todas ellas están caducadas) de titularidad de la Federación de Comunidades Judías en España: “Federación de Comunidades Israelitas Casher Kosher K” registrada en la OEPM con el número M2223158, “Casher Parve K Federación de Comunidades Israelitas España” registrada para varios productos y servicios con los números M2230994 a M2230998, “Federación de Comunidades Israelitas España Casher Kosher K” con el número M2223157, “Casher Kosher K Federación de Comunidades Israelitas España” con los números M2089650, M2089652, M2089654 y M2089655 y la marca “Casher Coshier K Federación de Comunidades Israelitas España” con los números M2089651 y M2089653.

²⁷⁹ La Unión Vegetariana Española presenta una etiqueta vegetariana (V-LABEL) y un programa de certificación de productos vegetarianos, CERTI-VEG, que establece un sistema de certificación de cuatro categorías: vegano (productos 100% vegetales), lacto-vegano (contienen productos lácteos), ovo-vegetariano (contienen huevo) y ovo-lacto-vegetariano (contienen lácteos y huevo).

²⁸⁰ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 45.

Por eso, algunos autores consideran que la marca de garantía es una variante²⁸¹ de una marca colectiva porque se trata de una marca individual cuyo titular no puede servirse de ella ni por sí ni por persona o entidad que de él dependa, sino autorizar y controlar su uso a los empresarios que lo interesen siempre que los productos o servicios de estos presenten las características recogidas en el reglamento de uso.

Con anterioridad a la reforma, parte de la doctrina entendía que la limitación a la titularidad de las marcas de garantía recogida en el artículo 68.2 LM²⁸² era “*exagerada e innecesaria, por reiterativa*”²⁸³ y que esa solución respondía a un planteamiento apriorista y restrictivo en exceso y que no debería vetarse la posibilidad de que sea titular de una marca de garantía un fabricante o un distribuidor de los mismos productos o servicios que van a llevar o a los que va a acompañar la marca siempre que el titular no aplicara la marca de garantía a sus propios productos o servicios.

Lo que pretendía impedir la anterior redacción del artículo 68.2 LM es que alguien que fabricara productos de esa clase fuese titular de la marca de garantía pero esto no podía llevar a interpretar que la asociación solicitante, aunque la integraran personas que elaboraran los productos que iban a comercializar, pretendiera fabricarlos²⁸⁴. Por eso, esta

²⁸¹ PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., “La propiedad industrial e intelectual: teoría general. Signos distintivos”... op. cit., pg. 202.

²⁸² La anterior redacción del apartado 2 del artículo 68 LM disponía que “*No podrán solicitar marcas de garantía quienes fabriquen o comercialicen productos o servicios idénticos o similares a aquéllos para los que fuera a registrarse la citada marca*”.

²⁸³ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001...”, op. cit., pg. 150 y en “*Las marcas colectivas y las marcas de garantía...*”, op. cit., pg. 192.

²⁸⁴ La Resolución de 11 de noviembre de 2008 de la Oficina Española de Patentes y Marcas estimó parcialmente el recurso de alzada formulado por la Asociación hortícola Merindades frente a la Resolución de 18 de julio de 2008 que acordó denegar la solicitud de registro de marca nº 2.762.838 “*Marca de garantía Lechuga de Medina*”, denominativa, de la clase 31 (lechugas procedentes de Medina, comarca de las Merindades). Consideró que la asociación solicitante carecía de legitimación para ser titular de una marca de garantía de conformidad con lo dispuesto en el artículo 68.2 LM ya que según el artículo 2 de sus estatutos tiene que “*Amparar y defender los legítimos intereses de los asociados...*”, y por tanto carece de la objetividad precisa a los efectos de emitir la certificación a que se refiere el artículo 68.1 LM. Según los estatutos de la asociación demandante, uno de sus fines (art. 2.1.5) es “*Amparar y defender los legítimos intereses de la Asociación*”, indicándose en el artículo 3 que “*En ningún caso la Asociación realizará acciones comerciales, ni de fabricación, distribución o venta de productos o servicios amparados por los fines establecidos*”, entre los que figuran (art. 2.1.1) “*Fomentar el conocimiento y el consumo de productos hortícolas de calidad de la zona de las merindades (provincia de Burgos), particularmente de los provenientes de Medina de Pomar; con especial atención a la lechuga.*” Finalmente ha de atenderse al contenido del artículo 21 de sus estatutos que establece que pueden ser socios las personas físicas que demuestren su interés por los fines de la Asociación, así como el artículo 1 según el cual carece de ánimo de lucro. Atendiendo a todo lo anteriormente expuesto, la STSJ de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 12 de julio de 2012, declaró que la citada marca de garantía debía ser inscrita en el Registro de la OEPM porque “*las afirmaciones de la Administración acerca de su falta de legitimación por falta de objetividad carecen de amparo alguno, habida cuenta carecer aquélla de ánimo de lucro y prever expresamente que en ningún caso realizará acciones de fabricación o comercialización de productos o servicios idénticos o similares a aquéllos para los que fuera a registrarse la marca , no*

interpretación tan restrictiva que se hacía estaba dando lugar a una limitación injustificada en el acceso de marcas de garantía a la OEPM y por tanto este criterio interpretativo debía ser rectificado²⁸⁵.

A este respecto es importante señalar la SAP de Salamanca, Sección 1ª, de 20 de diciembre de 2006, en la que la “Asociación Hornazo de Salamanca”, con el reglamento de uso aprobado por el órgano competente, solicitó la inscripción de la marca de garantía “Hornazo de Salamanca” en la OEPM y se denegó en base a la limitación establecida en el artículo 68.2 LM²⁸⁶ porque según el artículo 7 de los estatutos de la asociación, ésta estaba integrada por empresas que elaboraban hornazos.

Algunos autores²⁸⁷ pusieron en cuestión la presunción de imparcialidad impuesta por la OEPM que consiste en suponer previamente la vinculación económica de la asociación de empresarios con sus asociados, restando imparcialidad e independencia en la gestión de la marca y advertían que este obstáculo era fácilmente salvable creando asociaciones de particulares en vez de asociaciones de empresarios para solicitar la marca de garantía aun cuando estas personas físicas tuvieran una vinculación societaria con las entidades empresariales interesadas en la titularidad de la marca de garantía. Para evitar susceptibilidades, la asociación titular de la marca de garantía puede encargar las labores de certificación a una entidad evaluadora o certificadora externa.

Tras la reforma, puede solicitar una marca de garantía quien simplemente fabrique productos idénticos pero no los suministre o distribuya, y también cabría que el solicitante de la marca realice actividades de promoción de los productos o servicios que vayan a ser ofrecidos por las personas autorizadas para su uso, o la solicitud de una marca de garantía por una empresa que tenga incluido en su objeto social la actividad de producción o

obstando a ello la defensa y amparo de los intereses de los asociados, distintos a los intereses económicos de los usuarios de la marca de garantía”.

²⁸⁵ GOMEZ LOZANO, Mª. M., “Sobre el uso de las marcas de garantía no registradas: (a propósito de la sentencia de la Audiencia Provincial de Salamanca, Sección 1ª, de 20 de diciembre de 2006, caso “Hornazo de Salamanca)””, *ADI*, Vol. 29, 2008-2009, pg. 820.

²⁸⁶ La marca de garantía “Hornazo de Salamanca” fue denegada a la “Asociación Hornazo de Salamanca” pero actualmente se encuentra registrada en la OEPM con el número M2697902 por la “Asociación gastronómica de productos charros”, lo cual resulta paradójico que cambiando sólo la denominación del titular solicitante de la marca de garantía ya no se vulnera la limitación impuesta por el artículo 68.2 LM. Es importante señalar que la “Asociación gastronómica de productos charros” también es titular en la OEPM de la marca individual “Hornazo de Salamanca” con el número M3665425.

²⁸⁷ ALVAREZ VEGA, Mª. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 46 y CARBAJO CASCÓN, F., “La marca de garantía como instrumento publicitario”... op. cit., pg. 8 y LARGO GIL, R., “Reflexiones sobre la aplicación práctica de la figura de las marcas de garantía”..., op. cit., pg. 467.

fabricación de los productos, o la prestación de los servicios que vayan a ser ofrecidos dentro de la marca de garantía pero en su actividad empresarial real no lleve a cabo el suministro de tales productos o la prestación de tales servicios²⁸⁸.

Aunque con la trasposición de la Directiva (UE) 2015/2436 desaparecen las marcas notorias (recogidas en la redacción anterior del artículo 8.2 LM) y el artículo 8.1 LM ahora regula sólo las marcas renombradas, un aspecto importante²⁸⁹ que se suscitó en el asunto “Hornazo de Salamanca” como fue la utilización del uso del distintivo durante la tramitación del procedimiento de registro y el uso del distintivo una vez denegado su registro, del cual surgieron dos corrientes doctrinales totalmente opuestas:

a) Para un sector doctrinal²⁹⁰ no caben marcas de garantía de hecho ni tampoco puede adquirirse su notoriedad por el uso porque la propia función de garantía impide que este tipo de marcas puedan adquirir notoriedad por el mero uso en el tráfico económico al exigir el ordenamiento jurídico una serie de requisitos administrativos de necesario cumplimiento (el informe favorable del órgano administrativo competente según lo establecido en el artículo 69.2 LM, control por parte de la OEPM, artículo 70 LM y disposición al público de las condiciones del reglamento de uso previo depósito registral, artículo 74 LM).

b) Otros autores²⁹¹ sostienen que como la LM hace una remisión al régimen general de marcas en donde se admitían las marcas notorias y las de hecho, que no había ninguna regla legal que impidiera que se pudiera utilizar en el tráfico económico un distintivo por varios asociados para identificar un producto por su calidad, aunque no estuviera registrado, e incluso creían que una marca individual (incluso no registrada, convirtiéndose en una marca notoria), con el transcurso del tiempo, el titular podía cambiar la modalidad de marca transformando su distintivo en una marca de garantía.

²⁸⁸ CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M^a. C., “Las marcas de garantía”... op. cit., pg. 9.

²⁸⁹ GOMEZ LOZANO, M^a, M., “Sobre el uso de las marcas de garantía...”, op. cit., pg. 821.

²⁹⁰ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 54, CARBAJO CASCÓN, F., “La marca de garantía como instrumento...”, op. cit., pg. 18 y LARGO GIL, R., “Reflexiones sobre la aplicación práctica de la figura de las marcas de garantía”... op. cit., pg. 471.

²⁹¹ GOMEZ LOZANO, M^a, M., “Sobre el uso de las marcas de garantía...”, op. cit., pgs. 821-822.

4. Composición de la marca de garantía.

a) Las indicaciones geográficas como marcas de garantía.

Los signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para señalar la procedencia geográfica de los productos o de los servicios también se pueden registrar como marca de garantía, con las mismas limitaciones que para las marcas colectivas, en virtud de la remisión que hace el apartado 3 del artículo 68 LM²⁹² al artículo 62.3 LM.

Es importante la diferenciación que hacen algunos autores²⁹³ entre las marcas de garantía y las indicaciones geográficas que son otros signos distintivos que en el mercado desempeñan la función de garantía.

Las principales diferencias entre las indicaciones geográficas y las marcas de garantía están basadas en el interés prioritario protegido (en el caso de las marcas de garantía es el interés de los consumidores mientras que en las indicaciones geográficas el interés protegido es el del productor²⁹⁴), la función desempeñada por ambos signos, la composición del signo (que ha de ser necesariamente un nombre geográfico en el caso de las indicaciones geográficas), el objeto identificado (en el caso de las indicaciones geográficas está limitado básicamente a productos agroalimentarios) y el criterio amplio de legitimación para obtener el registro de las marcas de garantía²⁹⁵.

Dada la similitud existente entre las marcas geográficas y las indicaciones geográficas, parte de la doctrina²⁹⁶ entiende que las marcas geográficas vienen a cumplir una función complementaria a la que desarrollan otras marcas de calidad a nivel europeo (fundamentalmente las DOP e IGP), de ahí que algunos autores hablan de “osmosis

²⁹² La STSJ de la Comunidad de Madrid 143/2019, de 27 de febrero, declaró la nulidad de la marca de garantía “Garbanzo Pedrosillano Marca de Garantía” registrada en la OEPM con el número M3588712 porque no le era de aplicación lo establecido en el artículo 62.3 LM (como consecuencia de la remisión que hace el artículo 68.3 LM) ya que el término “Garbanzo Pedrosillano” no es una denominación geográfica sino una variedad vegetal de garbanzo y por tanto dicha marca incurría en los supuestos de prohibiciones absolutas recogidos en los apartados c) y d) del artículo 5.1 LM.

²⁹³ GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 68”... op. cit., pg. 1132.

²⁹⁴ GUILLEM CARRAU, J., “El debate sobre la complementariedad entre marcas y denominaciones geográficas”, *ADI*, Vol. 30, 2009-2010, pg. 312.

²⁹⁵ CASADO CERVIÑO, A., “Marcas colectivas y de garantía, marca derivada, marca internacional: el nombre comercial y el rótulo de establecimiento”, *Actualidad civil*, N^o3, 1990, pgs. 668-669; LARGO GIL, R., *Las marcas de garantía*, op. cit., pgs. 28-29.

²⁹⁶ ALVAREZ VEGA, M^a I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 39.

operativa”²⁹⁷ para describir que aunque hay muchas similitudes entre ambas, no existe entre ellas una clara diferenciación en el ordenamiento jurídico.

Esta complementariedad²⁹⁸ se pone de manifiesto porque es frecuente registrar una marca como DOP o IGP y posteriormente hacerlo como marca de garantía o viceversa²⁹⁹, y esto es posible por la excepción a la prohibición absoluta prevista con carácter general en el artículo 5. 1 c) LM recogida en el artículo 68.3 LM siempre y cuando no se incurra en otras prohibiciones absolutas como por ejemplo inducir al público a error sobre la procedencia geográfica real del producto (art. 5. 1 g) LM)

Como el principio de complementariedad hace posible que puedan coexistir en el mercado productos identificados con una marca geográfica y una DOP o IGP confundible, es necesario aclarar las reglas de coordinación y prevalencia entre ambas.

Aunque en nuestro ordenamiento jurídico se admite la coexistencia en el mercado de una marca geográfica y una denominación de origen, se ha considerado³⁰⁰ que las reglas existentes aplicables a los conflictos entre marcas o las reglas aplicables entre denominaciones geográficas no son aplicables a los conflictos entre una marca geográfica y una denominación geográfica y por eso plantean la posibilidad de revisar los dos principios que son aplicados habitualmente para resolverlos, como son el principio de prioridad registral y el principio de territorialidad.

Es importante señalar que no todas las marcas de garantía geográficas satisfacen los mismos intereses ya que a veces la marca de garantía nace como respuesta a una demanda de productos de calidad por parte de los consumidores y de un deseo de diferenciación dentro del mercado por parte de los operadores económicos de una determinada zona geográfica.

²⁹⁷ GUILLEM CARRAU, J., “El debate sobre la complementariedad entre marcas...”, op. cit., pg. 316.

²⁹⁸ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 41.

²⁹⁹ A modo de ejemplo podemos citar la marca de garantía “Pimiento de Gernika” que se solicitó el 16 de mayo de 1997 en la OEPM con el número M2092479 y posteriormente, el 31 de enero de 2008, se solicitó la IGP “Pimiento de Gernika o Gernikako Piperra” con el número PGI-ES-0673, y la marca de garantía “Polvorones de Estepa” solicitada con el número M2927756 el 29 de abril de 2010 en la OEPM y después el 24 de marzo de 2014 se solicitó la IGP “Polvorones de Estepa” con el número PGI-ES-01218.

³⁰⁰ GUILLEM CARRAU, J., “El debate sobre la complementariedad entre marcas...”, op. cit., pgs. 308-309.

Aprovechando la competencia exclusiva en agricultura y ganadería que tienen las CCAA casi todas han creado marcas de garantía sobre todo para identificar productos agroalimentarios como alternativa³⁰¹ a las DOPs e IGP cuando se trate de proteger productos singulares que tienen problemas para ser reconocidos por estas figuras de calidad europeas o como vía para proteger los distintivos de calidad de las CCAA.

A estas marcas de garantía creadas por las CCAA se han adherido las PYMES de ese territorio en concreto para beneficiarse de las costosas campañas publicitarias y promocionales de esos productos o servicios costeadas por las CCAA y por tanto obteniendo estas PYMES un beneficio de la estrategia colectiva de publicidad y promoción llevada a cabo por el titular público de la marca de garantía³⁰².

Parte de la doctrina³⁰³ cuestiona la legitimidad de las CCAA para solicitar marcas de garantía, en primer lugar, porque perseguiría una finalidad distinta a la intrínseca de las marcas de garantía ya que lo que se pretende realmente es promocionar los propios productos y en segundo lugar porque puede ser considerada una práctica restrictiva de la competencia al establecerse una lucha anticoncurrencial entre las propias CCAA, con otros operadores externos o incluso con productores del propio territorio de la CCAA.

La acusación por práctica anticompetencial podría basarse³⁰⁴ en la financiación pública, porque no todos los productores de la zona tendrían las mismas oportunidades ya que los que no estén acogidos a estas marcas de garantía de titularidad pública tendrían más costes en la publicidad y promoción de sus productos.

b) El uso de la expresión marca de garantía como parte integrante de la marca.

Aunque una marca de garantía podría desempeñar en la práctica las mismas funciones aunque no estuviera registrada, parece claro que la utilización de un distintivo de calidad no registrado no debe utilizar la expresión de “Marca de garantía” porque

³⁰¹ GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 68”, op. cit., pg. 1128.

³⁰² ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 42.

³⁰³ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 43.

³⁰⁴ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 44.

significa algo muy concreto regulado en nuestro ordenamiento jurídico en los artículos 68 y siguientes de la LM.

Otro aspecto que se discutió en el caso “Hornazo de Salamanca” fue el uso publicitario³⁰⁵ de expresiones tales como “marca de garantía”, “nuestra marca de garantía nos distingue” o “pídalo con marca de garantía” de una marca de garantía no registrada.

Una marca de garantía no registrada y en especial su uso publicitario, podrían ser incardinados en varios comportamientos desleales³⁰⁶, ya que publicitar una marca de garantía que no lo es³⁰⁷ puede ser calificado por la Ley de Competencia Desleal como un comportamiento contrario a la buena fe, un acto de engaño, un acto de confusión e incluso ser un acto de violación de normas. Por eso, la jurisprudencia ha calificado como acto de competencia desleal la difusión publicitaria de una marca de garantía habiendo sido denegada por la OEPM³⁰⁸.

³⁰⁵ GÓMEZ LOZANO, M^a, M., “Sobre el uso de las marcas de garantía...”, op. cit., pgs. 822-823.

³⁰⁶ CARBAJO CASCÓN, F., “La marca de garantía como instrumento...”, op. cit., pgs. 18 y 19.

³⁰⁷ La STSJ de Cataluña, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 5^a, de 28 de diciembre de 2017, confirmó la Resolución de la OEPM de 2 de junio de 2014 en la que se denegó el registro de la marca “compromiso garantizado casero” con el número M3084626 porque la marca “*puede inducir al público a confusión sobre la naturaleza o calidad del producto, al tiempo que puede sugerir la existencia de una "marca de garantía" sin cumplir los requisitos fijados en los artículos 68 y siguientes de la Ley de Marcas, y, finalmente, que no identifica el origen empresarial del producto de que se trata*”. El FD tercero expone que la marca incurre en la prohibición absoluta del artículo 5.1. g) LM ya que el signo solicitado “*puede inducir a confusión al público consumidor de los productos de autos sobre la naturaleza y calidad de los mismos, tal y como lo ha entendido la resolución recurrida*” porque la marca “compromiso garantizado casero” presenta un mensaje según el cual “*los productos que se comercializan bajo la misma tienen un origen casero, o de elaboración doméstica, cuando lo cierto es que se trata de un producto industrial, como se reconoce explícitamente en el propio escrito de demanda. En consecuencia, es obvio que el público obtiene una imagen del producto que no se corresponde con su auténtica naturaleza y sus características, lo que contraviene la prohibición absoluta antes indicada. El hecho de que el producto se elabore industrialmente con arreglo a unos estándares de mayor calidad que lo asemejan al caldo doméstico no permite atribuirle la condición de "casero", que resulta engañosa conforme a lo antes expuesto*”. La marca carece de carácter distintivo y no resulta expresiva del origen empresarial de los productos que ampara y por tanto también incurre en la prohibición absoluta del artículo 5.1.b) porque “*La mención de la existencia de un "compromiso garantizado casero" puede ser utilizada por cualquier empresario que elabore productos que reúnan esta característica, y no añade referencia alguna de carácter distintivo respecto de otros productos que igualmente la posean. De hecho, la propia parte actora reconoce de modo implícito este hecho, cuando afirma en su demanda que se trata de un signo que se usa conjuntamente con el nombre del fabricante. Sin embargo, lo cierto es que la marca en cuestión, en sí misma considerada, no incorpora ningún elemento distintivo, motivo por el cual incurre en la prohibición absoluta que proclama la resolución recurrida*”.

³⁰⁸ GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 70”, en *Comentarios a la Ley de Marcas*, (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2^a ed., 2008, pg. 1147.

5. El reglamento de uso: Contenido y exigencia de informe favorable.

Uno de los requisitos para poder solicitar una marca de garantía es que la solicitud de su registro se acompañe de un reglamento de uso según el artículo 69.1 LM. Este requisito es de carácter obligatorio³⁰⁹ y tiene lugar al inicio del procedimiento para obtener el registro de la marca de garantía.

Como el autor del reglamento de uso es el solicitante de la marca, algunos autores³¹⁰ consideran que cuando el solicitante sea un organismo público se le puede atribuir al reglamento de uso *valor normativo*³¹¹.

El contenido mínimo³¹² del reglamento de uso viene recogido en el apartado 1 del artículo 69 LM³¹³, según el cual, en el reglamento de uso se indicarán las personas autorizadas a usar 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 eventual canon exigible³¹⁴ a los usuarios de la marca.

³⁰⁹ Aunque es un requisito obligatorio y su falta parece implicar la denegación de la solicitud, artículo 70 LM, en aplicación del artículo 16.2 LM se podría suspender la tramitación del expediente para permitir la subsanación de este requisito. GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 69” en *Comentarios a la Ley de Marcas*, (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2^a ed., 2008, pg. 1138.

³¹⁰ GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 69”, op. cit., pg. 1139.

³¹¹ Como ejemplos podemos citar las marcas de garantía “C’alial” (regulada por la Orden de 25 de julio de 2007, del Departamento de Agricultura y Alimentación, por la que se establece el sistema de gestión, uso y control de la marca “C’alial”), “M Producto Certificado” (su reglamento de uso fue aprobado por la Orden 428/2014, de 6 de marzo, que ha sido modificada por la Orden 2370/2014, de 11 de noviembre), “Calidad Certificada” regulada por el Decreto 229/2007, de 31 de julio, para los productos agroalimentarios y pesqueros o “Alimentos del Paraíso Natural” cuya Resolución de 20 de abril de 2020, de la Consejería de Desarrollo Rural, Agroganadería y Pesca y Recursos Naturales, modificó la Resolución de 1 de junio de 2017 (que modificó la Resolución de 20 de abril de 2007 de la Consejería de Medio Rural y Pesca), por la que se establece el Reglamento de Uso de la marca “Alimentos del Paraíso Natural”.

³¹² El contenido mínimo deberá respetarse en cualquier caso, pero nada impide que se incluyan otras previsiones complementarias. GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 69”, op. cit., pgs. 1139-1140 y CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M^a C., “Las marcas de garantía”, op. cit., pg. 13.

³¹³ El contenido mínimo del reglamento de uso establecido en el artículo 69.1 LM es completado por el artículo 38.2 RLM.

³¹⁴ El uso de la marca de garantía es esencialmente retribuido y se concibe en la LM como un negocio para su titular, por eso el artículo 69 LM y el artículo 38.2 f) RLM imponen la obligación de consignar en el reglamento de uso el canon exigido a quienes utilicen la marca. DE MARTÍN MUÑOZ, J.A., “La regulación de las marcas de garantía en la Ley 17/2001, de Marcas...”, op. cit., pg.1634.

El apartado 2 del artículo 69 LM y el artículo 38.3 RLM exigen que se emita un informe favorable³¹⁵ al reglamento de uso por el órgano administrativo competente³¹⁶ en atención a la naturaleza del producto o servicio a los que la marca de garantía se refiere.

Aunque el informe sea favorable (por resolución expresa o por silencio positivo), la resolución no es vinculante³¹⁷ para la Administración porque la marca de garantía puede ser denegada por otro motivo, como por ejemplo por colisionar con otra marca anterior.

Si el informe es desfavorable³¹⁸ se denegará la solicitud de registro de la marca de garantía previa audiencia del solicitante, en cuyo caso, el solicitante podrá recurrir la decisión o bien podrá cambiar la modalidad³¹⁹ para la que se solicitó la marca,

³¹⁵ El informe se entenderá favorable por el transcurso del plazo de tres meses desde su solicitud sin que el órgano administrativo competente lo haya emitido (Silencio administrativo positivo).

³¹⁶ La marca de garantía M2838562 "UR" (gráfico denominativa) se solicitó para proteger servicios de las clases 1ª, 2ª, 6ª, 7ª, 9ª, 11ª, 16ª, 17ª y 20ª, del nomenclátor internacional. El artículo 69.2 LM establece que *el reglamento de uso deberá ser informado favorablemente por el órgano administrativo competente en atención a la naturaleza de los productos o servicios a los que la marca de garantía se refiere. El informe se entenderá favorable por el transcurso del plazo de tres meses desde su solicitud sin que el órgano administrativo competente lo haya emitido. En caso de informe desfavorable, se denegará, en su caso, la solicitud de registro de la marca de garantía previa audiencia del solicitante.* Dicho precepto establece un mecanismo equivalente al del silencio administrativo positivo respecto del informe pero evidentemente se supedita a que la solicitud se haya formulado ante el *órgano administrativo competente*. Por ello el artículo 38.3 RLM establece que *el Reglamento de uso deberá acompañarse, en el caso de las marcas colectivas, de los estatutos de la asociación o entidad solicitante, debidamente constituidos e inscritos, y, en el caso de las marcas de garantía, del informe favorable del órgano administrativo competente en atención a la naturaleza de los productos o servicios a los que se destine la marca. Cuando, conforme al apartado 2 del art. 69 de la Ley 17/2001, deba entenderse que el informe es favorable por silencio administrativo, deberá acreditarse dicho acto y la competencia del órgano ante el que se solicitó dicho informe.* El Abogado del Estado en su escrito de contestación a la demanda puso de manifiesto que la marca de garantía se solicitó para certificar distintos productos cuya competencia correspondía a distintos órganos administrativos (sirva como ejemplo que la marca de garantía se solicitó *para certificar "CLASE 09: aparatos e instrumentos científicos" (cuya competencia es del Ministerio de Ciencia e Innovación), o "aparatos de salvamento" (cuya competencia corresponde, en salvamento marítimo, al Ministerio de Fomento). Igualmente, en la CLASE 11 se solicita para certificar "instalaciones sanitarias", cuya competencia es, de forma evidente, del Ministerio de Sanidad o de los órganos autonómicos correspondientes*". La STSJ de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 14 de mayo de 2013, declaró que como el solicitante de la marca de garantía no aportó la acreditación de la competencia del órgano ante el que se solicitó dicho informe junto con la solicitud de registro, no produce el efecto del silencio a que se refiere el citado artículo 69 LM y por tanto se denegó la inscripción de la citada marca de garantía.

³¹⁷ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 946.

³¹⁸ La resolución desfavorable del órgano administrativo competente sí es vinculante para el registro de marcas. LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit. pg. 946. Para evitar que el informe sea desfavorable, es recomendable pedir al correspondiente organismo la revisión del texto proyectado antes de presentar la solicitud, DE MARTÍN MUÑOZ, J.A., "La regulación de las marcas de garantía en la Ley 17/2001, de Marcas...", op. cit., pg.1635.

³¹⁹ GÓMEZ LOZANO, Mª M., "Comentario al artículo 69", op. cit., pg. 1143.

fundamentalmente a una marca individual y a través de licencias conseguir el “uso plural” característico de este tipo de marcas.

Cuando la marca de garantía esté compuesta por una indicación de procedencia geográfica, el artículo 69.3 LM impone al titular la obligación de indicar en el reglamento de uso que cualquier persona cuyos productos o servicios provengan de esa zona geográfica y cumplan las condiciones prescritas en el reglamento de uso podrá utilizar la marca de garantía.

Aunque esta previsión se trata de una reiteración del “principio de puertas abiertas”³²⁰ que ya contenía el artículo 68.3 LM, para algunos autores³²¹ constituye una medida para la defensa de la libre competencia ya que trata de evitar supuestos de abuso de posición dominante por parte del titular de la marca de garantía u otros comportamientos que puedan afectar a la defensa de la libre competencia.

6. Denegación de la solicitud. Nulidad y caducidad.

La solicitud de registro de una marca de garantía será denegada, artículo 70 LM, en la forma y por los mismos motivos que una marca individual³²², cuando no cumpla lo dispuesto en los artículos 68 y 69 LM, cuando el Reglamento de uso sea contrario a la Ley³²³, al orden público o a las buenas costumbres³²⁴ y cuando pueda inducir al público a error sobre el carácter o la significación de la marca, en particular, cuando pueda dar la impresión de ser algo distinto de una marca de garantía.

El apartado 3 de este artículo 70 LM establece la posibilidad de no denegar la solicitud si el solicitante, mediante una modificación del reglamento de uso cumple los requisitos enunciados anteriormente en el artículo 70.1 y 2 LM, aunque hay que tener en

³²⁰ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 946 y DE MARTÍN MUÑOZ, J.A., “La regulación de las marcas de garantía en la Ley 17/2001, de Marcas...”, op. cit., pgs. 1628 y 1634.

³²¹ GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 69”, op. cit., pgs. 1143-1144.

³²² Las prohibiciones absolutas están enumeradas en el artículo 5 LM y las prohibiciones relativas en los artículos 6-10 LM.

³²³ El artículo 70 LM sigue lo dispuesto en el artículo 85 del Reglamento 2017/1001, con la única excepción de que en el artículo 85 se establece que se desestimará la solicitud de marca de certificación cuando el reglamento de uso sea contrario al orden público o a las buenas costumbres, mientras que el legislador español añade además la mención de denegación cuando la solicitud sea contraria a la ley, en consonancia con lo dispuesto en el artículo 5.1.f) LM al enumerar las prohibiciones absolutas que afectan al registro de marcas. CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M^a C., “Las marcas de garantía”, op. cit., pg.11.

³²⁴ Los términos “ley”, “orden público” y “buenas costumbres” deben ser interpretados según lo establecido en el artículo 1255 C. Civil para trazar los límites genéricos del Principio de la autonomía de la voluntad en materia de contratos ya que la función es la misma. Ver LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001...”, op. cit., pg. 177.

cuenta que sólo serán subsanables las prohibiciones que afecten al contenido³²⁵ del reglamento de uso ya que las causas de denegación basadas en el incumplimiento de las prohibiciones de registro nunca podrán ser subsanadas por una modificación del reglamento porque afectan al signo que se quiere proteger como marca de garantía, a su composición, y no al reglamento.

En este sentido es importante señalar que según lo dispuesto en el artículo 71.1 LM toda³²⁶ modificación del Reglamento de uso deberá ser sometida a la aprobación por parte de la OEPM, que la desestimaré cuando ésta no cumpla con los requisitos del artículo 69 LM o incurra en alguna de las prohibiciones recogidas en el artículo 70 LM.

Esta previsión recogida en el apartado 1 del artículo 71 LM imposibilita que la modificación del reglamento de uso elimine algunas de las menciones que en él deben constar como contenido mínimo y la exigencia de cumplir con los requisitos del artículo 70 LM sólo es válida en lo que respecta a que la modificación del reglamento no sea contraria a la Ley, al orden público o a las buenas costumbres.

El requisito formal para que la modificación del reglamento de uso surta efectos es su inscripción en la OEPM (art. 71.2 LM) porque si el reglamento se inscribe, su modificación también debe ponerse en conocimiento de la OEPM para que los terceros interesados puedan tener una información actualizada sobre los requisitos que se exigen a los usuarios.

Las causas de nulidad de la marca de garantía vienen recogidas en el artículo 72 LM³²⁷ y en primer lugar nos remite a las causas generales de nulidad distinguiendo³²⁸ entre las causas de nulidad absoluta (art. 51 LM) referida a las prohibiciones absolutas de registro recogidas en el artículo 5 LM y a la actuación de mala fe del solicitante al presentar la solicitud de marca, y las causas de nulidad relativas (art. 52 LM) que traen su causa del incumplimiento de las prohibiciones de registro recogidas en los artículos 6-10 LM.

³²⁵ GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 70”, op. cit., pg. 1149.

³²⁶ Como la normativa no hace distinción en cuanto al tipo de modificación que se lleve a cabo en el reglamento de uso, cualquier modificación, por simple que sea, deberá someterse a este procedimiento. CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M^a. C., “Las marcas de garantía”, op. cit., pg.15.

³²⁷ La solicitud de nulidad se presentará ante la Oficina Española de Patentes y Marcas o mediante una demanda de reconvención en una acción por violación.

³²⁸ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001...”, op. cit., pg. 175.

En segundo lugar prevé un régimen específico³²⁹ de nulidad cuando la marca de garantía hubiera sido registrada contraviniendo lo dispuesto en el artículo 70 LM, salvo que el titular de la marca, por una modificación del reglamento de uso³³⁰, cumpliera las prescripciones de los citados preceptos.

Respecto a la legitimación para solicitar³³¹ la nulidad de la marca de garantía algunos autores³³², según lo establecido en el artículo 58 LM, distinguen entre la legitimación muy amplia para solicitar la nulidad de la marca de garantía basadas en causas de nulidad absoluta (artículo 51 LM) y una legitimación restringida a los titulares de derechos anteriores o a sus causahabientes para los casos de nulidad relativa (art. 52 LM).

Además de las causas generales que evitan la declaración de nulidad establecidas en el artículo 51.3 LM, el apartado 3 del artículo 70 LM prevé que el titular de la marca pueda enervar la causa de nulidad modificando el reglamento de uso.

La eficacia de la nulidad se retrotrae al momento del registro y por tanto este nunca fue válido (art. 60.2 LM) presumiéndose³³³ la mala fe del titular de la marca y de los usuarios de la misma salvo que prueben la concurrencia de culpa o de negligencia por su parte al no cerciorarse en la OEPM de la presencia de todos los elementos necesarios para la existencia de una marca de garantía.

En caso de que el titular de la marca de garantía haya actuado de mala fe³³⁴, el artículo 60.3. b) LM prevé que la declaración de nulidad no afecte a los contratos efectuados antes de la declaración de nulidad y contempla la posibilidad de que se pueda

³²⁹ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 55.

³³⁰ En la práctica, las acciones de nulidad de la marca de garantía ejercidas por incumplimiento del artículo 70 LM serán, habitualmente, acciones encaminadas a obtener una modificación del reglamento de uso. CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M^a. C., “Las marcas de garantía”, op. cit., pg.18.

³³¹ La acción para pedir la nulidad absoluta de una marca registrada es imprescriptible (art. 51.2 LM).

³³² GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 72”, en *Comentarios a la Ley de Marcas*, (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2^a ed., 2008, pg. 1156.

³³³ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001...”, op. cit., pg. 176.

³³⁴ GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 72”, op. cit., pg. 1156.

reclamar al titular la restitución de las sumas pagadas y una indemnización³³⁵ por los daños que les haya ocasionado esa aparente marca de garantía.

Las causas de caducidad de la marca de garantía vienen enumeradas en el artículo 73 LM³³⁶, el cual, en primer lugar, nos remite a las causas generales de caducidad de las marcas recogidas en el artículo 54 LM y después pasa a enumerar las causas de caducidad específicas de las marcas de garantía en los apartados a) a d).

De entre las causas de caducidad general de las marcas recogidas en el artículo 54 LM hay que señalar que hay dos causas que corresponde declarar a la OEPM (falta de renovación y renuncia, artículo 54.3 a) y b) respectivamente, y otras que han de ser declaradas por sentencia firme (falta de uso, vulgarización³³⁷ y conversión en signo engañoso).

La causa de caducidad que se refiere a la posibilidad de que la marca induzca al público a error por el uso que se hubiese hecho de ella [art. 54.1. c)] es de gran importancia para las marcas de garantía porque la cesión de la marca puede llevar a incurrir en esta causa de caducidad si induce a error al público sobre las características de los productos o servicios que identifica. Se trata de un *segundo control*³³⁸ sobre la cesión de la marca en cuanto a las posibilidades de llevar a error al consumidor que en este caso corresponderá a los Tribunales, ya que el artículo 47.2 LM permite que dicho control pueda ser efectuado por la OEPM en el momento del examen de los documentos de transmisión cuando se vaya a proceder a su inscripción.

³³⁵ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001...”, op. cit., pg. 176.

³³⁶ La solicitud de caducidad se presentará ante la Oficina Española de Patentes y Marcas o mediante una demanda de reconvención en una acción por violación.

³³⁷ Ver la SAP Barcelona, Sección 15ª, de 21 de diciembre de 2004. La empresa Naturín SA, es titular registral de las marcas denominativas “Ganchitos” inscrita con los números M0672984 y M0672985 en la OEPM para distinguir productos de la clase 29 y 30 del nomenclator internacional, siendo asimismo, titular registral de las marcas gráficas M0972675 “Crecks ganchitos OE” y M0972676 “Crecks ganchitos”, que incorporan, además de otros elementos gráficos, la denominación “ganchitos”, siendo la empresa Crecks Aperitivos Españoles, SA, la licenciataria en exclusiva de dichas marcas. La empresa Frit Ravitz, SL, estaba utilizando la denominación “ganchitos” para distinguir un producto idéntico al comercializado con la misma denominación por la empresa Crecks y en los envoltorios de sus productos utilizaba la denominación “ganchitos” debajo de su marca Frit Ravitz dentro un logotipo gráfico de fondo rojo y letras blancas. El Tribunal declaró la caducidad de las marcas M0672984 y M0672985 por vulgarización de las mismas ya que aunque en el momento de su inscripción la marca “ganchitos” en el año 1972 tenía carácter de fantasía, con el paso de los años dicho término ha adquirido genericidad o vulgarización.

³³⁸ GÓMEZ LOZANO, Mª M., “Comentario al artículo 73” en *Comentarios a la Ley de Marcas*, (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pg. 1160.

Para algunos autores³³⁹ las causas de caducidad específicas previstas en las letras a), b) y c) del artículo 73 LM constituyen un incumplimiento del reglamento de uso y la letra d) obliga a cumplir de nuevo con los requisitos exigidos para la elaboración del reglamento de uso en caso de modificación, bajo sanción de caducidad.

La primera causa de caducidad, enumerada en el apartado a) del artículo 73.1 LM, hace referencia a que el titular haya dejado de cumplir los requisitos establecidos en el artículo 68.2 LM, es decir, que los que están legitimados para solicitar una marca de garantía no desarrollen una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación de servicios del tipo que se certifica.

Esta causa de caducidad trata de salvaguardar la independencia³⁴⁰ entre el titular de la marca y los usuarios de ésta. Por eso para algunos autores³⁴¹ el fundamento de esta causa de caducidad está en la equidad ya que este comportamiento constituye un grave riesgo para la imparcialidad que tienen que tener todas las actuaciones del titular de la marca de garantía respecto a la gestión y control del uso de la marca.

También hay una parte de la doctrina³⁴² que sostiene que esta causa de caducidad se puede calificar como un incumplimiento del reglamento de uso porque supone un uso contrario al establecido en el mismo ya que impediría que la marca de garantía pudiera cumplir su función y pone de relieve la posibilidad que tiene el titular de delegar las facultades de control en un órgano externo, posibilidad que puede servir incluso para garantizar que la marca se vaya a utilizar para esos fines, como es el caso de las marcas de garantía de titularidad pública.

La segunda causa de caducidad recogida el apartado b) de este artículo 73 LM se produce cuando el titular de la marca de garantía no ha adoptado las medidas apropiadas para impedir que la marca sea utilizada de una manera incompatible con el reglamento de uso.

³³⁹ GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 73”, op. cit., pg. 1161.

³⁴⁰ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 950.

³⁴¹ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001...”, op. cit., pg. 179 y ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 55.

³⁴² GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 73”, op. cit., pg. 1162.

Esta causa de caducidad tiene como finalidad³⁴³ permitir que las marcas de garantía cumplan la función que están llamadas a desempeñar y se producirá³⁴⁴ tanto por conductas activas, por ejemplo cuando el titular autoriza el uso a quien no reúne los requisitos, como por comportamientos omisivos tales como no supervisar adecuadamente el uso de la marca o no aplicar las sanciones previstas a los usuarios infractores del reglamento de uso

El apartado c) del artículo 73 LM establece como causa de caducidad de la marca de garantía que a consecuencia del uso permitido por el titular la marca se haya hecho susceptible de inducir al público a error en el sentido del artículo 70.2 LM, es decir, cuando el uso permitido por el titular de la marca induzca al público a error sobre el carácter o la significación de la marca, en particular cuando pueda dar la impresión de ser algo distinto de una marca de garantía.

Parte de la doctrina³⁴⁵ entiende esta causa de error en el público es más probable que pueda dar lugar a una acción de caducidad que a una de nulidad porque la confusión que puede originar la marca de garantía en el público se producirá con el uso ulterior del signo distintivo y no en el momento de solicitud del signo.

También se prevé la caducidad de una marca de garantía en relación a una inscripción de una modificación del reglamento de uso de la marca contraviniendo lo establecido en el artículo 71.1 LM, salvo que el titular de la marca, mediante una nueva modificación del reglamento de uso, se ajustara a los requisitos fijados en la LM (art. 73.d) LM).

C) Disposiciones comunes.

Estas marcas de carácter colectivo tienen unas disposiciones comunes que se encuentran recogidas en los artículos 74 a 78 LM. Hacen referencia al carácter público del reglamento de uso que se deposita en la OEPM (art. 74 LM), a la obligación de uso de la marca recogida en el artículo 39 LM (art. 75 LM), al ejercicio de las acciones por

³⁴³ GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario al artículo 73”, op. cit., pg. 1161.

³⁴⁴ CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M^a. C., “Las marcas de garantía”, op. cit., pg. 18 y DE MARTÍN MUÑOZ, J.A., “La regulación de las marcas de garantía en la Ley 17/2001, de Marcas...”, op. cit., pg. 1638.

³⁴⁵ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 55.

violación de marca (art. 76 LM), la posibilidad de cesión de las marcas colectivas o de garantía (art. 77 LM) y la normativa aplicable (art. 78 LM).

El carácter público y gratuito de la consulta del reglamento de uso que necesariamente debe acompañar a la solicitud de una marca colectiva o de garantía (arts. 63.1 y 69.1 de la LM respectivamente) viene establecido en el artículo 74 LM.

Según este artículo, el reglamento de uso quedará depositado en la OEPM para su aprobación, pudiendo ser libremente consultado por cualquier persona sin sujeción a pago de tasa alguna³⁴⁶.

De esta manera se instaura la publicidad del reglamento de uso de la marca, que para algunos autores³⁴⁷ no tiene el mismo sentido ni el mismo alcance ya se trate de una marca colectiva o una de garantía.

Para esta corriente doctrinal, el acceso al reglamento de uso en las marcas de garantía está abierto a cualquier persona porque su depósito es imprescindible para canalizar las solicitudes relativas al uso de la misma, mientras que en las marcas colectivas asociativas, dada la reserva del uso a los miembros de la asociación que es titular de la marca y autora del reglamento de uso, el depósito y publicidad del reglamento de uso se proyecta para los afiliados potenciales que si quieren adherirse al reglamento de uso para poder utilizar la marca colectiva tienen que ser previamente admitidos en la asociación.

Parte de la doctrina³⁴⁸ ha planteado la posibilidad de que el reglamento de uso sea publicado en el BOPI³⁴⁹ al tiempo que se publica la resolución por la que se concede el registro de la marca, sobre todo para las marcas de garantía dada la función primordial

³⁴⁶ ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación...”, op. cit., pg. 58.

³⁴⁷ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001...”, op. cit., pg. 155.

³⁴⁸ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001...”, op. cit., pg. 155 y GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario a los artículos 74-78”, en *Comentarios a la Ley de Marcas* (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2^a ed., 2008, pg. 1170.

³⁴⁹ Los reglamentos de uso no se publican en el BOPI. Pueden consultarse en fase de solicitud de la marca o una vez que es concedida pero en la OEPM.

que desempeñan, pero tal posibilidad actualmente es suplida por las modernas tecnologías aplicadas al registro de marcas (arts. 52-54 RLM)³⁵⁰.

La publicidad y libre consulta del reglamento de uso permite que el empresario que quiera utilizar la marca conozca previamente los requisitos exigidos y posibilita que los consumidores puedan comprobar si se está haciendo un uso correcto de esas marcas o en caso de inadmisión en cuanto a la utilización de las mismas que esté legamente justificada³⁵¹.

En definitiva, la razón que justifica la libre consulta de los reglamentos de uso de este tipo de marcas es la protección de los intereses de los consumidores, del interés público presente en estos tipos de marcas y del interés de los empresarios que quieran optar a utilizarlas.

Entre las disposiciones comunes de las marcas colectivas y de garantía el artículo 75 LM contiene la exigencia de uso según lo dispuesto en el artículo 39 LM. Al contener una remisión al artículo 39 LM, lo cual significa que el régimen de uso de estas marcas es el mismo que el de las marcas individuales, algún autor³⁵² considera que esta norma no se debería de haber incluido aquí.

Según el artículo 39.1 LM la marca debe ser objeto de un uso efectivo³⁵³ en España para los productos o servicios para los que ha sido registrada y dicho uso ha de iniciarse

³⁵⁰ Los artículos 52-54 RLM regulan el Registro de Marcas y la información al público. En ellos se establece que el Registro de marcas podrá llevarse en forma de base de datos electrónica, las menciones que se han de inscribir, las partes del expediente consultables y la forma de conservación de los expedientes. El Registro es público, gratuito y se puede consultar en el siguiente enlace: <https://www.oepm.es/es/index.html>.

³⁵¹ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 951.

³⁵² GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario a los artículos 74-78”, op. cit., pg. 1170.

³⁵³ Nuestra jurisprudencia estima que no hay uso efectivo y real cuando el uso se manifiesta en un contrato aislado, ya que la SAP de Barcelona, Sección 15^a, de 18 de junio de 1999, apreció que el “acto aislado de utilización” constituye una utilización real pero no efectiva. Otros usos de la marca que no pueden ser calificados de efectivos y reales y por tanto no sirven para satisfacer la carga de la prueba son el uso meramente publicitario o las denominadas ventas experimentales o *test sales* sin que sea seguido del efectivo lanzamiento del producto o servicio al mercado, el uso meramente interno, el uso como rótulo de establecimiento, el mero conocimiento de la marca por parte de los consumidores y la asignación de un nombre de dominio. LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pgs. 620-622. El Tribunal supremo declara que “para que exista un uso efectivo y real, relevante, de la marca, ésta ha de manifestarse públicamente en el sector del mercado para el que ha sido concedida, y cumplir así la función para la cual se reconoció al titular el derecho exclusivo, no siendo suficiente para cumplir la exigencia legal una utilización aparente de la marca dirigida simplemente a conservar su derecho formal mediante un uso esporádico del signo distintivo, debiendo tenerse en cuenta para determinar si existe o no ese uso efectivo y real, la clase de productos y servicios amparados por las marcas y las circunstancias concurrentes en el caso concreto” y se excluyen “las actuaciones aisladas que no

en el plazo de cinco años desde la concesión y no puede ser interrumpido por períodos superiores a cinco años, ya que si la marca no se usa o se interrumpe su uso en este plazo, incurriría en la causa de caducidad prevista en el artículo 54.1 a) y 57 LM.

Según el apartado 3 del artículo 39 LM, también se considera uso efectivo de la marca el uso de la marca en una forma que difiera en elementos que no alteren el carácter distintivo de la marca en la forma bajo la cual esta haya sido registrada, con independencia de si la marca está o no registrada asimismo a nombre del titular en la forma en que se use y poner la marca en los productos o en su presentación con fines exclusivamente de exportación.

Parte de la doctrina³⁵⁴ entiende que el uso de la marca se configura como una carga del titular de la misma³⁵⁵ ya que éste tiene que utilizarla para evitar su caducidad. El fundamento de esa carga, fundamentalmente, es evitar que el ordenamiento jurídico tutele (monopolios) registros innecesarios y depurar el registro de marcas, saturado de signos no usados, para permitir a otros empresarios interesados el registro de dichos signos.

Respecto al uso de la marca en relación a las marcas colectivas y de garantía, el apartado 4 de este mismo artículo 39 LM establece que el uso de la marca con consentimiento³⁵⁶ del titular se considerará hecho por el titular.

En este sentido, y al igual que para las marcas individuales, existe la figura del uso imputable³⁵⁷ de la marca que significa que el uso que efectúe un tercero (siempre con

entrañan, por tanto, un uso continuado de la marca". BAYLOS CORROZA, H., *Tratado de Derecho Industrial...* op. cit., pg. 1265.

³⁵⁴ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 615.

³⁵⁵ En este sentido podemos citar la STS, Sala de lo Civil, Sección 1ª, de 22 de enero de 2000, en la que se declaró la caducidad por falta de uso de la marca "El Cordobés" registrada en la OEPM con el número M0378436. El Tribunal no pudo afirmar que el titular de la marca hiciera un uso efectivo y real de la marca "El Cordobés" durante los cinco años anteriores a la interposición de la demanda de caducidad porque entre otros aspectos el titular de la marca reconoció que se había retirado de su profesión como torero desde hacía varios años y la aparición con mayor o menor frecuencia en los medios de comunicación no implicaba ese uso efectivo y real que requería el artículo 4 Ley 32/1988 de Marcas ya que aunque una persona se haya convertido en una figura del toreo con gran trascendencia pública, al igual que lo han sido y son otros toreros de renombre, constantemente son solicitados por los medios de comunicación incluso después de abandonar del ejercicio de su profesión taurina y por tanto seguirá siendo conocido, vigente o no la marca registrada, como Manuel B. "El Cordobés", aunque ya no preste los servicios amparados por la marca registrada.

³⁵⁶ El consentimiento puede ser expreso o tácito. El consentimiento tácito normalmente se producirá en la licencia tácita, licencia que no resulta de un acuerdo escrito sino de circunstancias (*facta concludentia*) que evidencian la existencia de una autorización. El consentimiento tácito no hay que confundirlo con el uso efectuado por un tercero meramente tolerado por el titular que no serviría para cumplir la carga de uso de la marca (no se aplica el principio *ratihabito mandato comparatur*, artículo 463 C. Civil). LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 619.

³⁵⁷ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 952.

el consentimiento del titular de la marca) sirve para satisfacer la carga de uso. El uso de la marca colectiva podrá ser realizado por cualquier miembro de la asociación y en la marca de garantía es uso imputable el del fabricante o prestador de servicios que añade a los mismos la marca de garantía o la utilización que hace el titular de la misma al autorizar su uso a terceros que cumplan con los requisitos del reglamento de uso.

Otra disposición común de las marcas colectivas y de garantía es la establecida en el artículo 76 LM que hace referencia al ejercicio de la acción por violación de marca.

El apartado 1 del artículo 76 LM está dedicado a las marcas colectivas y establece que las disposiciones del artículo 48.7 y 8 LM relativas a los derechos de los licenciarios se aplicarán a toda persona facultada para utilizar una marca colectiva, es decir, los usuarios de las marcas colectivas sólo podrán ejercitar acciones relativas a la violación de una marca con el consentimiento del titular de esta, pero cuando el titular de la marca, habiendo sido requerido, no haya ejercido por sí mismo la acción por violación, el usuario de la misma estará legitimado para ejercitarla.

También es importante señalar que en el procedimiento por violación de marca entablado por el titular de la marca podrá intervenir cualquier usuario de la marca colectiva a fin de obtener reparación del perjuicio que se le haya causado.

En cambio, en las marcas de garantía, artículo 76.2 LM, solamente podrán ejercer acciones por violación de marca el titular o la persona específicamente autorizada por él mismo.

Por último, el apartado 3 del artículo 76 LM faculta al titular de la marca colectiva o de garantía a reclamar, en nombre de las personas facultadas a utilizar la marca, la reparación del daño que hayan sufrido como consecuencia del uso no autorizado de la marca.

Parte de la doctrina³⁵⁸ entiende que como este artículo habla de “uso no autorizado de la marca” que los casos de “mal uso de la marca” no entrarían en este supuesto porque la sanción por el mal uso de la marca tiene carácter interno por incumplimiento del reglamento de uso y la sanción debe consistir en una revocación del uso de la misma pero sin descartar otro tipo de acciones por la vía del incumplimiento si así fueron previstas.

³⁵⁸ MONGE GIL, A. L., “Las marcas colectivas”, op. cit., pg. 231.

Este mismo sector doctrinal también se plantea cómo se reparten internamente entre los usuarios las posibles cantidades obtenidas como consecuencia de un fallo judicial en que se declare el derecho a la reparación económica. Como la LM no contiene ni previsión ni referencia alguna al respecto, entienden que es una cuestión que se deja en manos del titular de la marca y de las previsiones establecidas en el reglamento de uso o en los estatutos de la asociación, o en su defecto, del acuerdo al que lleguen el titular y los usuarios de la marca.

Las acciones que se derivan del registro de una marca colectiva o de garantía son las mismas que las previstas en el régimen común de marcas, por tanto, el titular de la marca registrada puede ejercitar ante los órganos jurisdiccionales las acciones civiles³⁵⁹ recogidas en el artículo 41 LM o penales³⁶⁰ que correspondan contra quienes lesionen su derecho y exigir las medidas necesarias para su salvaguardia, todo ello sin perjuicio de la sumisión a arbitraje, si fuere posible (art. 40 LM).

Además de estas acciones recogidas en la LM, existen otro tipo de acciones³⁶¹ para velar por una competencia leal y libre en el mercado, con la consecuente tutela de los intereses de todos los operadores que concurren en el mercado. Estas acciones complementarias³⁶² están recogidas en la Ley de Defensa de la Competencia, en la Ley de Competencia Desleal y en la Ley General de Publicidad.

Las medidas incluidas en la Ley de Defensa de la Competencia pueden suponer la existencia de un falseamiento de la libre competencia a través de un acto desleal según lo dispuesto en el artículo 3 LDC y se pueden iniciar en el supuesto de la denegación del uso de una marca colectiva o de garantía acreditando reunir los requisitos fijados en el reglamento de uso o si se autoriza el uso a una persona que no los reúne.

Las acciones incluidas en la Ley de Competencia Desleal tienen lugar cuando se realicen actos de engaño, imitación o se trate de obtener beneficio con la explotación de la reputación ajena (arts. 7, 11 y 12 LCD respectivamente) y la Ley General de Publicidad

³⁵⁹ Las acciones civiles prescriben a los cinco años contados desde el día en que pudieron ejercitarse y la indemnización de daños y perjuicios solamente podrá exigirse en relación con los actos de violación realizados durante los cinco años anteriores a la fecha en que se ejercite la correspondiente acción (art. 45 LM).

³⁶⁰ Las acciones penales están tipificadas en el artículo 274 Cp.

³⁶¹ LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001...”, op. cit., pg. 172.

³⁶² MONGE GIL, A. L., “Las marcas colectivas”, op. cit., pgs. 231-232.

será de aplicación en los supuestos de publicidad engañosa, publicidad desleal y publicidad agresiva que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados en la Ley de Competencia Desleal (art. 3. e) LGP).

Los dos últimos artículos que están incluidos en las disposiciones comunes para las marcas colectivas y de garantía son el artículo 77 LM y el 78 LM.

El artículo 77 LM dispone expresamente que las marcas colectivas o de garantía solo podrán cederse, respectivamente, a una persona que cumpla los requisitos del artículo 62.2 o 68.2 LM.

A este respecto es importante señalar que junto a la cesión de la marca de garantía el legislador no se pronuncia sobre la posibilidad de conceder licencias de uso de la marca de garantía y parte de la doctrina³⁶³ entiende que tal contrato sería admisible siempre que el licenciataria, al igual que en el supuesto de la cesión, cumpla los requisitos del artículo 68.2 LM y que el contrato de licencia implicaría que el titular de la marca autoriza a otra persona para que lleve a cabo la gestión de la marca de garantía, es decir, para que autorice el uso a los terceros de conformidad con el reglamento de uso.

El artículo 78 LM establece el régimen jurídico aplicable a las marcas colectivas y de garantía que lo constituye³⁶⁴, en primer lugar, las normas específicas de cada una y en segundo lugar se aplica el régimen general de las marcas individuales en todo lo que no sea contradictorio con la regulación específica de la marca colectiva³⁶⁵ o de garantía.

³⁶³ DE MARTÍN MUÑOZ, J.A., “La regulación de las marcas de garantía...”, op. cit., pg. 1636 y MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a, P., “Las marcas de garantía o de certificación”, *La Ley mercantil*, nº 15 (junio), 2015, pg. 19.

³⁶⁴ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pg. 955.

³⁶⁵ En la SAP de Granada, Sección 3^a, de 20 de enero de 2006, la Asociación de Empresas Acogidas a la Denominación Geográfica Chinchón que es titular de la marca colectiva “Anís Chinchón” registrada en la OEPM con el número M1745313, demandó a la empresa Promeks industrial por el uso que estaba haciendo de su marca “Señorío de Chinchón” para distinguir en el mercado anises que fabricaba y comercializaba. En primera instancia el juzgado estimó las pretensiones de la Asociación y declaró que ésta tenía el derecho exclusivo y excluyente sobre la marca colectiva “Anís Chinchón” y que la semejanza con la marca “Señorío de Chinchón” podía inducir a error o confusión en el mercado así que condenó a la empresa Promeks a cesar en el uso de la marca, retirar del tráfico económico las botellas etiquetadas, destruir el resto de etiquetas y a indemnizar a la Asociación por los daños y perjuicios causados. La empresa Promeks interpuso recurso de apelación por falta de legitimación activa de la Asociación en cuanto al lucro cesante pero el Tribunal desestimó el recurso de apelación y declaró que la Asociación estaba plenamente legitimada para solicitar en interés de los usuarios de la marca colectiva la indemnización que éstos no podían obtener de otra forma basándose en primer lugar en que el artículo 76 LM establece la “reparación del daño”. La Sala considera que la “reparación del daño” debe comprender tanto el daño emergente como el lucro cesante y que en virtud del artículo 78 LM se extiende la aplicación de la normativa de las marcas individuales a las marcas colectivas y que en relación a aquellas los artículos 41 y 43 LM posibilitan que el titular de la marca pueda reclamar por vía civil las indemnizaciones por los daños y perjuicios causados.

Algunos autores³⁶⁶ creen que la intención del legislador parece haber sido la de diseñar primero un régimen específico para cada tipo de marca y luego el régimen específico común a ambas para declarar aplicable al final a este tipo de signos el Derecho común de marcas.

Aunque éstas son las únicas disposiciones comunes recogidas como tales en la LM, teniendo en cuenta el contenido de los artículos que se refieren al reglamento de uso para cada modalidad de marca (arts. 63 y 69 LM) y a su posible modificación (arts. 65 y 71 LM) se podrían haber incluido como disposiciones comunes que la solicitud de registro de ambas marcas debe ser acompañada de un reglamento de uso, que el contenido mínimo del reglamento de uso de la marca colectiva y la de garantía es parcialmente coincidente y que si la marca consiste en una indicación de procedencia geográfica el reglamento de uso debe contener una disposición específica destinada a asegurar el uso de la misma por aquellas personas cuyos productos o servicios provengan de esa zona y cumplan las condiciones exigidas (arts. 62.3 y 68.3 LM).

III. EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS MARCAS COLECTIVAS Y DE CERTIFICACIÓN DE LA UNIÓN.

A) Las marcas colectivas de la Unión Europea.

Las marcas colectivas de la Unión Europea están reguladas en los artículos 74-82³⁶⁷ del Reglamento 2017/1001 (en adelante RMUE)³⁶⁸.

³⁶⁶ GÓMEZ LOZANO, M^a M., “Comentario a los artículos 74-78”, op. cit., pg. 1174.

³⁶⁷ Los artículos 74-82 RMUE regulan el concepto de marca colectiva de la Unión y las personas legitimadas para solicitarla, el reglamento de uso, las causas de desestimación de la solicitud, las observaciones que pueden hacer los terceros para que se deniegue la solicitud de la marca colectiva de la Unión, el uso de la marca, la modificación del reglamento de uso, las personas legitimadas para ejercitar las acciones por violación de la marca y las causas de caducidad y nulidad. Además de estos artículos, el artículo 111.2. 1 RMUE establece que la EUIPO llevará un registro de marcas de la Unión, lo mantendrá actualizado e indicará si la marca es una marca colectiva y en él también se inscribirá la mención de las modificaciones de los reglamentos de uso de la marca colectiva de la Unión con arreglo a lo dispuesto en el artículo 79 (art. 113.3. e) RMUE). También es importante señalar que el artículo 194 RMUE hace referencia a la posibilidad de solicitar el registro internacional de una marca colectiva de la Unión (el procedimiento aparece regulado en el artículo 76 del Reglamento delegado 2018/625) y las tasas que deben abonarse a la EUIPO por la solicitud de la marca colectiva de la Unión (Anexo I, A) apartados 5-8 y 15-18 RMUE) o a la oficina internacional (Anexo I, B) I.3. b) y II.2.b) RMUE).

³⁶⁸ Además de lo regulado en el RMUE, el Reglamento de ejecución 2018/626 también tiene disposiciones que regulan las marcas colectivas de la Unión (arts. 1.j), 2.1. i), 2.3, 7.j), 16 y 39) y el Reglamento delegado 2018/625 establece las normas en las que se especifican los pormenores del procedimiento relativo a los registros internacionales basados en una solicitud de registro de una marca colectiva de la Unión y lo relativo al registro internacional de marcas (arts. 1.k) y 76 respectivamente).

El artículo 74 RMUE define a las marcas colectivas de la Unión como aquellas marcas así designadas al efectuarse la presentación de la solicitud³⁶⁹ que sean adecuadas para distinguir los productos o servicios de los miembros de la asociación que sea su titular frente a los productos o servicios de otras empresas.

Están legitimados para solicitar este tipo de marcas las asociaciones de fabricantes, productores, prestadores de servicios o comerciantes que, según la legislación que les sea aplicable, tengan capacidad jurídica³⁷⁰ y procesal, y las personas jurídicas de Derecho público.

Como pueden ser titulares de marcas colectivas de la Unión las personas jurídicas de Derecho público, esta circunstancia ha permitido que se haya afirmado que en este caso la función de la marca colectiva se modifica y pasa a ser una función de certificación o garantía.

Dicha afirmación no es compartida por algún autor³⁷¹ porque no se debe admitir que se proteja por estas marcas otra función diferente de la que se le asigna por el ordenamiento jurídico y en este sentido se pronunció el TJUE en el “caso Darjeeling”³⁷² en el que se reitera que a pesar de que la marca colectiva pueda desempeñar otras funciones, al igual que sucede en el caso de las marcas individuales, su función esencial es la de indicación del origen empresarial. Por tanto, no es posible considerar que la función esencial de una marca colectiva sea servir de indicación del origen geográfico de los productos y servicios. De este modo, a la hora de evaluar el riesgo de confusión en relación con las marcas colectivas, se deben seguir las mismas pautas que se aplican a las marcas individuales y el origen geográfico de los productos o servicios debería resultar indiferente, así como su calidad o características que de él se derivan.

³⁶⁹ La solicitud de la marca colectiva de la Unión deberá contener la indicación de que se refiere al registro de este tipo de marcas con arreglo al artículo 74 RMUE (art. 2.1. i) REMUE) y si el reglamento de uso no se incluye en la solicitud (art. 2.3 REMUE) deberá presentarse en el plazo de dos meses a partir de la fecha de presentación de la solicitud (art. 75.1 RMUE).

³⁷⁰ La capacidad jurídica que exige el artículo 74.1 RMUE a las asociaciones (como así se desprende de su lectura) hace referencia a la capacidad jurídica que tengan para ser titulares de derechos y obligaciones de cualquier tipo, de celebrar contratos o de realizar otros actos jurídicos.

³⁷¹ Ver MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “El nuevo régimen de las marcas colectivas”, op. cit., pg. 4.

³⁷² STJ, Sala Segunda, de 20 de septiembre de 2017, asuntos acumulados C-673/15P a C-676/15P.

El apartado 2 del artículo 74 RMUE contiene la excepción al motivo de denegación absoluto recogido en el artículo 7.1. c) RMUE³⁷³ ya que dispone que se podrán constituir como marcas colectivas de la Unión los signos o las indicaciones que puedan servir en el comercio para señalar la procedencia geográfica de los productos³⁷⁴ o de los servicios, no permitiendo al titular prohibir a un tercero el uso en el comercio de tales signos o indicaciones.

El uso de la marca tiene que hacerse con arreglo a prácticas leales en materia industrial o comercial y la marca no podrá oponerse a un tercero autorizado a utilizar una denominación geográfica.

Siempre que no se disponga lo contrario en la regulación específica de las marcas colectivas de la Unión, les será de aplicación lo dispuesto en los Capítulos I a VII y IX a XIV (art. 74.3 RMUE).

El reglamento que rige el uso de la marca colectiva de la Unión viene regulado en el artículo 75 RMUE. El solicitante de una marca colectiva de la Unión deberá presentar, en el plazo de dos meses a partir de la fecha de presentación de la solicitud, el reglamento de uso³⁷⁵ en el que se indicarán las personas autorizadas para utilizar la marca, las condiciones de afiliación a la asociación así como, en la medida en que existan, las condiciones de uso de la marca incluidas las sanciones.

Si la marca colectiva de la Unión que se solicita es de las recogidas en el artículo 74.2 RMUE, el reglamento de uso autorizará a cualquier persona cuyos productos o

³⁷³ Este motivo de denegación absoluto hace referencia a que se denegará el registro de las marcas que estén compuestas exclusivamente por signos o por indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica o la época de producción del producto o de la prestación del servicio, u otras características del producto o del servicio.

³⁷⁴ A veces se utilizan las marcas colectivas comunitarias que hacen referencia a la procedencia geográfica de un producto para protegerlo frente a posibles imitadores. Esto sucedió con la marca colectiva comunitaria “Halloumi” que hace referencia a un tipo de queso originario de Chipre. Como había un conflicto entre los ganaderos de la zona por el porcentaje de leche de vaca que debía contener el queso, mientras resolvían dicho conflicto y para proteger el producto frente a posibles imitadores, decidieron solicitar el 22 de febrero de 1999 (número de solicitud 001082965) la marca colectiva comunitaria “Halloumi”. Una vez resuelto el conflicto, el 17 de julio de 2014 (solicitud número PDO-CY-01243) decidieron solicitar la denominación de origen “Halloumi”. Otras marcas colectivas comunitarias que hacen referencia a la procedencia geográfica del producto y que después se registraron como indicaciones geográficas protegidas son “Turrón de Alicante” (Marca colectiva comunitaria número 002067015 y registrada también como indicación geográfica protegida número PGI-ES-1564), “Turrón de Jijona” (Marca colectiva comunitaria número 002067031 y registrada como indicación geográfica protegida “Jijona” con el expediente número PGI-ES-1563) o “Aceite de Jaén” (Marca colectiva comunitaria número 017776055 y registrada como IGP con el expediente número PGI-ES-2322).

³⁷⁵ El contenido del reglamento de uso de la marca colectiva de la Unión viene establecido en el artículo 16 del REMUE.

servicios procedan de la zona geográfica de que se trate a hacerse miembro de la asociación titular de la marca.

Los motivos de desestimación de la solicitud de una marca colectiva de la Unión están regulados en el artículo 76 RMUE. Además de los motivos de desestimación generales de las marcas de la Unión recogidos en los artículos 41 y 42 RMUE³⁷⁶, son motivos específicos de denegación de la solicitud de la marca colectiva de la Unión cuando ésta no cumpla lo dispuesto en los artículos 74 y 75 RMUE, cuando el reglamento de uso fuere contrario al orden público o a las buenas costumbres y cuando con la solicitud de la marca colectiva de la Unión se corra el riesgo de inducir al público a error sobre el carácter o el significado de la marca³⁷⁷, en particular cuando pueda dar la impresión de ser algo distinto de una marca colectiva (art. 76.1 y 2 RMUE).

Las causas de denegación de la solicitud de una marca colectiva de la Unión pueden ser subsanadas y por tanto no se desestimarán la solicitud, artículo 76.3 RMUE, si el titular de la marca modifica el reglamento de uso³⁷⁸ para que cumpla los requisitos enunciados en los apartados 1 y 2 del artículo 76 RMUE.

Los terceros pueden realizar observaciones a las marcas colectivas de la Unión dirigiéndose a la Oficina con arreglo a lo establecido en el artículo 45 RMUE, y dichas observaciones podrán basarse también en los motivos especiales de desestimación de la solicitud en virtud del artículo 76 RMUE (art. 77 RMUE).

³⁷⁶ Estos artículos hacen referencia al examen de la solicitud, el artículo 41 RMUE regula el examen que de oficio tiene que hacer la Oficina a la presentación de la solicitud de marca y comprobar si ésta cumple los requisitos para que se le otorgue una fecha de presentación con arreglo al artículo 32 RMUE, si satisface las condiciones y los requisitos del artículo 31.3 RMUE y si se han abonado las tasas correspondientes en el plazo establecido. El artículo 42 RMUE está dedicado al examen de los motivos de denegación absolutos y dispone que si en virtud del artículo 7 RMUE el registro de la marca no fuere precedente para la totalidad o para parte de los productos o de los servicios para los cuales se solicite la marca de la Unión, la solicitud se desestimarán para los productos o los servicios afectados y que no se podrá desestimar la solicitud sin que previamente se haya dado al solicitante la posibilidad de retirar o de modificar su solicitud o de presentar sus observaciones.

³⁷⁷ La STGUE, Sala Cuarta, de 17 de mayo de 2011, As. T-341/09 (Caso Txakoli), desestimó la solicitud número 006952014 de la marca comunitaria colectiva denominativa TXAKOLI, (chacolí o txakolina) porque consideró que la marca solicitada tenía carácter descriptivo porque aparece en el Diccionario de la lengua española definido como “vino ligero algo agrio que se hace en el País Vasco, en Cantabria y en Chile”. El Tribunal dedujo que el público pertinente no percibiría este término como una marca, sino como la indicación de un tipo de vino específico y que por tanto carecía del carácter distintivo con respecto a los productos y servicios indicados en la solicitud de marca, ya que estaba constituida exclusivamente por la mención tradicional del tipo específico de vino que se mencionaba en esa solicitud y al que se referían los servicios para los que se solicitaba la marca.

³⁷⁸ La modificación del reglamento de uso se hará según lo dispuesto en el artículo 79 RMUE.

Respecto al uso de la marca colectiva de la Unión realizado por cualquier persona facultada para utilizar esa marca regulado en el artículo 78 RMUE, éste deberá realizarse de conformidad con lo establecido en el artículo 75 RMUE y siempre que se cumplan las demás condiciones a las que este somete el uso de la marca de la Unión reguladas en el artículo 18 RMUE³⁷⁹.

El reglamento de uso de la marca colectiva de la Unión puede ser modificado por el titular, artículo 79 RMUE, el cual someterá a la Oficina cualquier reglamento de uso modificado pero dicha modificación no accederá al registro cuando no cumpla los requisitos del artículo 75 RMUE o implique un motivo de desestimación de los señalados en el artículo 76 RMUE.

De conformidad con el artículo 77 RMUE, también se podrán hacer observaciones escritas relativas al reglamento de uso modificado y la modificación del reglamento de uso solo surtirá efecto a partir de la fecha de inscripción en el registro de la mención de modificación.

En relación al ejercicio de acciones por violación de la marca, el artículo 80 RMUE establece que las disposiciones relativas a los derechos de los licenciatarios del artículo 25. 3 y 4 RMUE³⁸⁰ serán de aplicación a toda persona facultada para utilizar la marca colectiva de la Unión. Además, el titular de la marca colectiva de la Unión podrá reclamar, en nombre de las personas facultadas para utilizar la marca, la reparación del daño que estas hayan sufrido como consecuencia del uso no autorizado de la marca (art. 80.3 RMUE).

³⁷⁹ El artículo 18 RMUE establece que si transcurre el plazo de cinco años a partir del registro de la marca de la Unión y ésta no hubiere sido objeto de un uso efectivo en la Unión por el titular para los productos o los servicios para los cuales esté registrada, o si tal uso hubiere sido suspendido durante un plazo ininterrumpido de cinco años, la marca de la Unión quedará sometida a las sanciones señaladas en el RMUE (para las marcas colectivas de la Unión, la falta de uso de la marca es una de las causas de caducidad recogidas en el artículo 81 RMUE en relación con la causa de caducidad regulada en el artículo 58.1 RMUE) salvo que existan causas justificativas para su falta de uso. Tienen la consideración de uso, el uso de la marca de la Unión Europea en una forma que difiera en elementos que no alteren el carácter distintivo de la marca en la forma bajo la cual esta haya sido registrada, con independencia de si la marca en la forma en que se utilice también está o no registrada a nombre del titular y la colocación de la marca de la Unión en los productos o en su embalaje en la Unión solo con fines de exportación. Hay que tener en cuenta que el uso de la marca de la Unión con el consentimiento del titular se considerará hecho por el titular.

³⁸⁰ El licenciatario sólo podrá ejercitar las acciones relativas a la violación de una marca de la Unión con el consentimiento del titular, pero si el titular de la licencia ha sido requerido para ejercitar la acción por violación de la marca y no la ha ejercido en un plazo apropiado, el titular de la licencia exclusiva queda legitimado para ejercitar dichas acciones. En el proceso por violación entablado por el titular de la marca, podrá intervenir cualquier licenciatario a fin de obtener la reparación del perjuicio que se le haya causado.

Las causas de caducidad y nulidad de las marcas colectivas de la Unión vienen enumeradas en los artículos 81 y 82 RMUE respectivamente.

Además de las causas generales de caducidad de la marca de la Unión recogidas en el artículo 58 RMUE, son causas de caducidad específicas de la marca colectiva de la Unión, artículo 81 RMUE:

- Cuando el titular no adoptara medidas razonables para prevenir cualquier uso de la marca que no sea compatible con las condiciones de uso estipuladas por el reglamento de uso, cuya modificación hubiera sido, en su caso, mencionada en el registro.

- Cuando como a consecuencia del uso realizado por el titular de la marca esta pueda inducir al público a error con arreglo al artículo 76.2 RMUE.

- Cuando la modificación del reglamento de uso se hubiera mencionado en el registro contraviniendo las disposiciones del artículo 79.2 RMUE, salvo si el titular de la marca, mediante una nueva modificación del reglamento de uso, se conformara a los requisitos fijados por dichas disposiciones.

Respecto a las causas de nulidad de la marca colectiva de la Unión, además de las señaladas en los artículos 59 y 60 RMUE, se declarará la nulidad de la marca cuando hubiera sido registrada en contra de lo dispuesto en el artículo 76 RMUE salvo si el titular de la marca, por una modificación del reglamento de uso, se conformara a los requisitos fijados en las citadas disposiciones (art. 82 RMUE).

B) Las marcas de certificación de la Unión Europea.

Las marcas de certificación de la Unión Europea están reguladas en los artículos 83-93³⁸¹ del RMUE.

³⁸¹ Los artículos 83-93 RMUE regulan el concepto de marca de certificación de la Unión y las personas legitimadas para solicitarla, el reglamento de uso, las causas de desestimación de la solicitud, las observaciones que pueden hacer los terceros para que se deniegue la solicitud de la marca, el uso de la marca, la modificación del reglamento de uso, la posibilidad de cesión de la marca, las personas legitimadas para ejercitar las acciones por violación de la marca, las causas de caducidad y nulidad, y la conversión de una solicitud o del registro de una marca de certificación de la Unión. Además de estos artículos, el artículo 111.2. m) RMUE establece que la EUIPO llevará un registro de marcas de la Unión, lo mantendrá actualizado e indicará si la marca es una marca de certificación y en él también se inscribirá la mención de las modificaciones de los reglamentos de uso de la marca de certificación de la Unión con arreglo a lo dispuesto en el artículo 88 (art. 113.3. y) RMUE). También es importante señalar que el artículo 194 RMUE, al igual que para las marcas colectivas de la Unión, hace referencia a la posibilidad de solicitar el registro internacional de una marca de certificación de la Unión (el procedimiento aparece regulado en el artículo 76 del Reglamento delegado 2018/625) y las tasas que deben abonarse a la EUIPO por la solicitud

El artículo 83 RMUE define a las marcas de certificación de la Unión como aquellas marcas que se describan como tal en el momento de la solicitud³⁸² y que permitan distinguir los productos o servicios que el titular de la marca certifica por lo que respecta a los materiales, el modo de fabricación de los productos o de prestación de los servicios, la calidad, la precisión u otras características, con excepción de la procedencia geográfica³⁸³, de los productos y servicios que no posean esa certificación.

El apartado 2 de este artículo 83 establece que están legitimadas para solicitar dichas marcas toda persona física o jurídica, incluidas las instituciones, autoridades y organismos de Derecho público con la única condición de que dicha persona no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación de servicios del tipo que se certifica. Con esto se evita que se produzcan situaciones de conflicto de intereses que pondrían en cuestión la imparcialidad de la función certificadora del titular de la marca³⁸⁴.

Siempre que no se disponga lo contrario en la regulación específica de las marcas de certificación de la Unión, les será de aplicación lo dispuesto en los Capítulos I a VII y IX a XIV (art. 83.3 RMUE).

El solicitante de una marca de certificación de la Unión deberá presentar, en el plazo de dos meses a partir de la fecha de presentación de la solicitud, el reglamento de uso³⁸⁵ que indicará las personas autorizadas a utilizar la marca, las características que debe certificar la marca, el procedimiento de comprobación de esas características y de supervisión del uso de la marca por parte del organismo de certificación y las condiciones de uso de la marca, incluidas las sanciones (apartados 1 y 2 del artículo 84 RMUE).

de la marca de certificación de la Unión (Anexo I, A) apartados 5-8 y 15-18 RMUE) o a la oficina internacional (Anexo I, B) I.3. b) y II.2.b) RMUE).

³⁸² La solicitud de la marca de certificación de la Unión deberá contener la indicación de que se refiere al registro de este tipo de marcas con arreglo al artículo 83 RMUE (art. 2.1. i) REMUE) y si el reglamento de uso no se incluye en la solicitud (art. 2.3 REMUE) deberá presentarse en el plazo de dos meses a partir de la fecha de presentación de la solicitud (art. 84.1 RMUE).

³⁸³ Esta exclusión expresa del origen geográfico en la solicitud de una marca de certificación de la Unión es la gran diferencia respecto al régimen de las marcas de garantía recogido en el artículo 68.3 LM, ya que la LM sí permite que se pueda registrar como marca de garantía los signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para señalar la procedencia geográfica de los productos y servicios.

³⁸⁴ MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a, P., “Signos distintivos de calidad para productos no agrícolas”..., op. cit., pgs. 253-254.

³⁸⁵ El contenido del reglamento de uso de la marca de certificación de la Unión viene establecido en el artículo 17 del REMUE.

En el reglamento de uso deben reseñarse las características que certifica la marca y como el artículo 83.1 RMUE consagra un *numerus apertus* en cuanto a las características sobre las que puede versar la certificación, algún autor³⁸⁶ entiende que por tanto la marca de certificación puede versar sobre extremos que no se contemplan en el artículo 83.1 RMUE.

Los motivos de desestimación de la solicitud de una marca de certificación de la Unión están regulados en el artículo 85 RMUE. Además de los motivos de desestimación generales de las marcas de la Unión recogidos en los artículos 41 y 42 RMUE, son motivos específicos de denegación de la solicitud de la marca de certificación de la Unión los tres siguientes:

- Cuando ésta no cumpla lo dispuesto en los artículos 83 y 84 RMUE, es decir, si la marca de certificación no se ajusta al concepto de marca o bien es solicitada por una persona que no estaba legitimada para la solicitud y si el reglamento de uso no reúne los requisitos mínimos³⁸⁷.

- Si el reglamento de uso es contrario al orden público o a las buenas costumbres.

- Cuando con la solicitud de la marca de certificación de la Unión se corra el riesgo de inducir al público a error sobre el carácter o el significado de la marca, en particular cuando pueda dar la impresión de ser algo distinto de una marca de certificación.

Las causas de denegación de la solicitud de una marca de certificación de la Unión pueden ser subsanadas y por tanto no se desestimarán la solicitud, artículo 85.3 RMUE, si el titular de la marca modifica el reglamento de uso³⁸⁸ para que cumpla los requisitos enunciados en los apartados 1 y 2 del artículo 85 RMUE.

Cuando se dirijan a la Oficina observaciones escritas sobre una marca de certificación de la Unión con arreglo al artículo 45 RMUE, dichas observaciones podrán basarse también en los motivos especiales por los cuales procede desestimar la solicitud

³⁸⁶ LEMA DEVESA, C., “La marca de certificación en la Unión Europea”, *ADI*, Tomo 38, 2017-2018, pg. 210 y 213.

³⁸⁷ LEMA DEVESA, C., “La marca de certificación en la Unión Europea”... op. cit., pg. 212.

³⁸⁸ La modificación del reglamento de uso se hará según lo dispuesto en el artículo 88 RMUE.

de una marca de certificación de la Unión en virtud del artículo 85 RMUE (art. 86 RMUE).

El uso de la marca de certificación de la Unión, artículo 87 RMUE, deberá hacerse con arreglo a lo establecido en su reglamento de uso (art. 84 RMUE) y siempre que se cumplan las reglas de uso establecidas para el uso de las marcas en la Unión establecidas en el artículo 18 RMUE³⁸⁹.

Las modificaciones³⁹⁰ del reglamento de uso de la marca de certificación de la Unión vienen recogidas en el artículo 88 RMUE, teniendo que someter a la Oficina el titular de la marca cualquier reglamento de uso modificado. Como el titular de la marca no puede hacer uso de la misma sino que son los terceros ajenos autorizados los únicos que pueden usarla, el titular de la marca deberá exigirles que realicen un uso efectivo de la marca para los productos y servicios que está registrada con la finalidad de evitar su caducidad por falta de uso³⁹¹.

Las modificaciones no se indicarán en el registro cuando los reglamentos de uso en su versión modificada no cumplan los requisitos del artículo 84 RMUE o guarden relación con alguno de los motivos de desestimación señalados en el artículo 85 RMUE y también podrán presentarse, de conformidad con el artículo 86 RMUE, observaciones escritas relativas al reglamento de uso modificado.

El artículo 89 RMUE prevé expresamente la posibilidad de cesión de la marca de certificación de la Unión para la totalidad o para una parte de los productos o de los servicios para los cuales esté registrada pero sólo a aquellas personas que no desarrollen una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación de servicios del tipo que se certifica.

En relación al ejercicio de acciones por violación de la marca, solamente podrán ser ejercidas por el titular de la misma o por toda persona autorizada para ello. El titular de la marca de certificación de la Unión está legitimado para reclamar, en nombre de las

³⁸⁹ Hay que tener en cuenta para las marcas de certificación de la Unión que la sanción por la falta de uso de la marca es una de las causas de caducidad recogidas en el artículo 91 RMUE en relación con la causa de caducidad regulada en el artículo 58.1 RMUE.

³⁹⁰ Las modificaciones del reglamento de uso solo surtirán efecto a partir de la fecha de inscripción en el registro de la mención de modificación (art. 88.4 RMUE).

³⁹¹ LEMA DEVESA, C., “La marca de certificación en la Unión Europea”..., op. cit., pg. 215.

personas facultadas para utilizarla, la reparación del daño que estas hayan sufrido por el uso no autorizado de la marca (art. 90 RMUE).

Las causas de caducidad y nulidad de la marca de certificación de la Unión están reguladas en los artículos 91 y 92 RMUE respectivamente.

Además de por las causas generales de caducidad señaladas en el artículo 58 RMUE, el artículo 91 RMUE enumera como causas de caducidad específicas de las marcas de certificación de la Unión cuando el titular:

- Deja de cumplir los requisitos establecidos en el artículo 83.2 RMUE.
- No adopta medidas razonables para prevenir cualquier uso de la marca de certificación de la Unión que no sea compatible con las condiciones de uso estipuladas por el reglamento de uso, cuya modificación haya sido, en su caso, mencionada en el registro.
- Si a consecuencia del uso realizado por el titular de la marca de certificación de la Unión, esta puede inducir al público a error con arreglo al artículo 85. 2 RMUE. Parte de la doctrina³⁹² entiende que esta causa de caducidad es criticable ya que se alude al “uso realizado por el titular de la marca de certificación de la Unión”, ya que como hemos visto con anterioridad el titular de la marca de certificación no puede usarla (art. 83.2 RMUE) y que en todo caso la utilización de la marca llevada a cabo por los licenciatarios de la misma debería ser la que induzca a error sobre el significado de la marca de certificación de la Unión.
- O cuando la modificación del reglamento de uso de la marca de certificación de la Unión infrinja las disposiciones del artículo 88.2 RMUE, salvo si el titular de la marca, mediante una nueva modificación del reglamento de uso, se conformara a los requisitos fijados por dichas disposiciones.

En relación a las causas de nulidad recogidas en el artículo 92 RMUE, además de por las causas de nulidad generales previstas en los artículos 59 (causas de nulidad absolutas) y 60 (causas de nulidad relativas) RMUE, una marca de certificación de la Unión que esté registrada infringiendo el artículo 85 RMUE se declarará nula mediante solicitud presentada ante la Oficina o mediante una demanda de reconvención en una

³⁹² LEMA DEVESA, C., “La marca de certificación en la Unión Europea”..., op. cit., pg. 218.

acción por violación de marca de certificación de la Unión, salvo si el titular de la marca, mediante una modificación del reglamento de uso, se conforma a los requisitos del artículo 85 RMUE.

Por último, y sin perjuicio del artículo 139.2 RMUE, el artículo 93 RMUE establece que la conversión de una solicitud de una marca de certificación de la Unión o de una marca de certificación de la Unión registrada no se realizará cuando el Derecho nacional del Estado miembro afectado no establezca el registro de marcas de garantía o de certificación con arreglo al artículo 28 de la Directiva (UE) 2015/2436.

SEGUNDA PARTE: LA CALIDAD AGROALIMENTARIA EN LA NORMATIVA AUTONÓMICA

CAPÍTULO SEGUNDO

DISPOSICIONES REGULADORAS DE LA CALIDAD AGROALIMENTARIA

I. NORMAS GENERALES SOBRE LA ACTIVIDAD AGRARIA.

A) Ley 17/2008, de 23 de diciembre, de Política Agraria y Alimentaria³⁹³.

El sector agrario y alimentario es un sector estratégico para el País Vasco, no sólo por su importancia económica, sino por su relevancia como productor de alimentos. Se trata de un sector muy importante para la gestión territorial y medioambiental.

Como se indica en la exposición de motivos de esta norma, esta Ley surge por la necesidad de dotar a este sector de capacidad de adaptación y de dar respuesta a nuevos retos, como son la adaptación al marco político comunitario y a los acuerdos internacionales derivados de éstos, la exigencia de una gestión sostenible de los recursos, las grandes presiones urbanísticas y de otra índole sobre el suelo agrario, la aparición de desequilibrios estructurales en diferentes sectores productivos, las expectativas de los consumidores en orden a la seguridad y calidad alimentaria o la progresiva incorporación a la sociedad de la información.

El objeto de la Ley es establecer las directrices que definan la política agraria y alimentaria del País Vasco y clarificar el marco institucional para los agentes sectoriales y la ciudadanía en general como últimos beneficiarios de la actividad agraria y alimentaria (art. 1).

³⁹³ Esta ley está estructurada en un título preliminar (De la política agraria y alimentaria) y nueve títulos, en los que se establece el régimen de la explotación agraria, del suelo agrario, de la producción agraria y forestal, la transformación y comercialización agraria y alimentaria, la investigación el desarrollo tecnológico, la innovación y la formación agraria y alimentaria, la función social y preventiva, la representatividad y organización asociativa, la organización administrativa agraria de esta comunidad y la intervención administrativa en el sector agrario y alimentario. A ellos se añaden dos disposiciones adicionales, cuatro transitorias, una derogatoria, cuatro finales y un anexo. Algunos artículos han sido modificados o derogados por la Ley 8/2015, de 15 de octubre, del Estatuto de las Mujeres Agricultoras, la Ley 2/2015, de 11 de junio, de modificación de la Ley 17/2008, de 23 de diciembre, de Política Agraria y Alimentaria y por la Ley 9/2012, de 24 de mayo, de modificación de la Ley de Política Agraria y Alimentaria.

El ámbito objetivo (art. 2) es la ordenación general de los sectores agrario³⁹⁴ y alimentario en las actividades de producción, transformación, envasado y comercialización y en general de las actividades ligadas a la multifuncionalidad del medio agrario.

El ámbito territorial lo constituye la Comunidad Autónoma del País Vasco atendiendo, según la materia objeto de regulación, al lugar de realización de las actuaciones agrarias e industriales relativas al ámbito objetivo de la Ley (art. 3).

La Ley incluye una serie de definiciones de interés (art. 4) de las que es importante señalar lo que entiende por el término “alimentario-alimentaria”. Este término es un concepto que incluye lo relativo a la producción, transformación, envasado y comercialización de los alimentos procedentes en origen de lo agrario, de la pesca, de la acuicultura, de los cultivos marinos, de la actividad cinegética y de la micológica, o de otros orígenes naturales.

De entre los fines de la política agraria y alimentaria que se encuentran relacionados con la calidad agroalimentaria cabe destacar la diversificación, promoción y comercialización de productos agrarios y alimentarios seguros y de calidad [(art. 5 d)].

Para poder realizar estos fines la Ley concreta (art. 6) los objetivos de la norma, que en relación con el anteriormente indicado relativo a la calidad, la ley tiene de entre sus objetivos garantizar la elaboración de alimentos que sean un referente de calidad en los mercados y ofrezcan plenas garantías para la salud y el bienestar de los consumidores, así como posibilitar el acceso de los productos alimentarios vascos a los mercados generadores de mayor valor añadido [(art. 6, letra j)].

En relación a la producción agraria, se insta a las administraciones agrarias a regular y potenciar de manera prioritaria métodos de producción, directamente relacionados con la calidad alimentaria, que, en general, estén orientados a la obtención de alimentos de calidad [(art. 23.4. a)] y a la obtención de productos agrarios a través de

³⁹⁴ El sector agrario comprende los subsectores agrícola, forestal y ganadero y queda expresamente incluida la segunda transformación y su comercialización en el sector forestal siempre que se realice en la propia explotación o industria agraria (art. 4.1 y art. 2 *in fine* respectivamente).

métodos específicos de producción como la producción integrada³⁹⁵ y la ecológica³⁹⁶ [(art. 23.4 b) y c) respectivamente)].

En relación con la producción artesanal (art. 23.3), se establece que corresponde a las administraciones agrarias vascas velar por el desarrollo de la misma, debiendo incluir su regulación diversos aspectos concretos, entre los que figura el distintivo de calidad que la vaya a identificar³⁹⁷.

En lo que respecta a la producción agrícola, regulada en el Capítulo II del Título III, se fija como deber general de las administraciones vascas (art. 28) el establecer programas de fomento de la calidad, la producción integrada y la ecológica, que, como acaba de indicarse, son métodos de producción que han de potenciarse con carácter prioritario.

El Título IV, dedicado a la transformación y comercialización agraria y alimentaria, consagra, en el Capítulo I, el impulso y priorización por parte de las administraciones vascas de la participación del sector productor en los procesos de transformación y comercialización agraria y alimentaria y el desarrollo y la instalación de industrias cuya materia prima se produzca total o parcialmente en el ámbito productivo del sector agrario vasco.

En este capítulo también se exige en relación con los productos agrarios y alimentarios que ofrezcan a sus destinatarios, en todas sus fases, una información veraz, objetiva, completa y comprensible sobre sus características esenciales, todo ello en el marco de la denominada “seguridad alimentaria”. Se establece también la información mínima a ofrecer por dichos productos y se recoge la identificación, seguridad alimentaria y trazabilidad de los productos agrarios que se establecen como obligatorios en todas las empresas agrarias y alimentarias y en todas sus etapas.

³⁹⁵ La producción integrada en el País Vasco está regulada en el Decreto 31/2001, de 13 de febrero, sobre la producción integrada y su indicación en productos agroalimentarios y en el Decreto 259/2003, de 21 de octubre, que modifica al anterior. También hay que tener en cuenta las Órdenes que se han dictado al respecto y las normas técnicas de los productos. Toda esta normativa puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.euskadi.eus/normativa-produccion-integrada/web01-a2elikal/es/>

³⁹⁶ La normativa sobre producción ecológica está formada por la Ley 10/2006, de 29 de diciembre, de Agricultura y Alimentación Ecológica de Euskadi, pero a lo largo del articulado se hacen constantes remisiones a la regulación comunitaria de esta materia. Este y otros reglamentos relacionados con la materia pueden consultarse en el siguiente enlace: <https://www.euskadi.eus/normativa-agricultura-ecologica/web01-a3elikee/es/>

³⁹⁷ La producción artesanal del País Vasco se encuentra regulada en el Decreto 126/2012, de 3 de julio, sobre la producción artesanal alimentaria de Euskadi.

Un aspecto relevante es el relativo al etiquetado, presentación y publicidad de los productos envasados, estableciéndose la información mínima que se debe ofrecer a los destinatarios de los productos (art. 50.2). Entre ella figura la relativa a la categoría de calidad que tengan en su caso los productos, según se fije en las disposiciones reglamentarias que sean aplicables [art. 50.2, letra c)]. Además, aunque se potenciará el uso del euskera en la identificación de los productos agrarios y alimentarios comercializados en la Comunidad Autónoma del País Vasco, en relación a los productos identificados con distintivos de calidad y origen (art. 50.5) la norma hace una remisión a lo establecido en la normativa de protección de consumidores autonómica³⁹⁸.

Los principios generales en materia de transformación y comercialización agraria y alimentaria terminan con la exigencia de que la Administración General de la Comunidad Autónoma del País Vasco y las administraciones forales incentiven, con medidas concretas, la calidad de los productos agrarios y alimentarios que se produzcan dentro de su ámbito territorial. Con ello se pretende, entre otros objetivos, incrementar la obtención de productos con origen y calidad diferenciada (art. 53).

El Capítulo III del Título IV, se dedica en exclusiva a regular la calidad agraria y alimentaria. Tras la exigencia de que las distintas administraciones competentes adopten medidas que incentiven la implantación de sistemas de gestión y mejora de la calidad (art. 57), se procede a definir (art. 58) qué es lo que denomina un “distintivo de calidad y origen”. Así, considera como tal aquella figura que sirve para identificar un producto agrario o alimentario que tiene características diferenciales y que cuenta, para ello, con un reglamento o pliego de condiciones, disponiendo además de un sistema para su control.

Los distintivos de calidad y origen que enumera la ley (art. 58.1) son las DOP, IGP y ETG, la producción ecológica, las marcas de garantía y otros distintivos autorizados por el departamento de la Administración de la Comunidad Autónoma competente en materia agraria y la producción artesanal³⁹⁹.

La gestión de estas figuras de calidad podrá ser realizada por entidades públicas o privadas que velarán porque los reglamentos de dichos distintivos se cumplan. Además,

³⁹⁸ En concreto, remite al artículo 41.2 de la Ley 2/2012, de 9 de febrero, de modificación de la Ley 6/2003, de 22 de diciembre, de Estatuto de las personas consumidoras y usuarias

³⁹⁹ Regulada en el Decreto 126/2012, de 3 de julio, sobre la producción artesanal alimentaria de Euskadi. Para más información consultar el siguiente enlace: <https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/-/produccion-artesanal/>

en estos órganos de gestión estarán representados los sectores inscritos en los registros de los mismos.

Por otra parte, el control de este tipo de distintivos podrá ser realizado también por entidades públicas o privadas siempre y cuando cumplan la norma sobre requisitos generales de las entidades de certificación de productos⁴⁰⁰ o norma que la sustituya o complemente y se encuentren inscritas en el registro de entidades de control y certificación de productos agrarios y alimentarios del País Vasco⁴⁰¹. Para garantizar un correcto funcionamiento de las entidades certificadoras, la administración competente supervisará su labor (art. 58.4).

En lo que respecta a la transformación de productos agrarios y alimenticios, la norma establece cuáles son los derechos y obligaciones de las personas físicas o jurídicas que ejerzan la actividad industrial en este ámbito. Uno de sus deberes es el de cumplir con la normativa vigente en materia de calidad alimentaria (art. 59.2).

Para el desarrollo de la industria agraria y alimentaria (art. 61), el departamento de la Administración General de la Comunidad Autónoma competente en esta materia establecerá programas específicos de promoción económica que faciliten la eficiencia y la modernización. Una de las áreas afectadas es precisamente la que tiene que ver con la adaptación a las demandas de los consumidores e implantación de sistemas de gestión de la calidad [art. 61.1 c)].

En relación a la promoción y comercialización de productos agrarios y alimentarios (Título IV, Capítulo V), resulta prioritaria la promoción de los distintivos de calidad y origen de esta Comunidad, así como de las producciones a ellos amparadas (art. 63.2). Es política de esta Comunidad Autónoma fomentar y apoyar iniciativas y proyectos sectoriales o empresariales con los que se pretenda el desarrollo de la comercialización de productos agrarios y alimentarios propios.

Entre los proyectos de comercialización que se atenderán de manera prioritaria, se encuentran, de modo preferente, aquellos que estén orientados a desarrollar la comercialización de los distintivos de calidad y origen ya existentes en esta Comunidad, así como las producciones que se encuentren amparadas por ellos [(art. 64.1 a)].

⁴⁰⁰ La actual norma para la certificación de un producto es la norma UNE-EN ISO/IEC 17065.

⁴⁰¹ <http://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/-/registro-entidades-control-alimentaria/>

Las medidas de fomento previstas en la norma incluyen, entre las políticas activas que deben impulsarse, el incremento de producciones que se encuentren amparadas por distintivos de calidad [(art. 97.1 d)].

En lo relativo al régimen de infracciones y sanciones, hay que destacar que figuran como infracciones en materia alimentaria (art. 106)⁴⁰² diversos comportamientos que pueden relacionarse con la calidad de los productos⁴⁰³ o con los distintivos de calidad.

De entre estos últimos destacan como infracción muy grave (art. 106. 1. 1. 3) la utilización en el etiquetado del producto o demás documentación complementaria de indicaciones, razones sociales, nombres o denominaciones comerciales, expresiones, signos, marcas, símbolos, emblemas, denominaciones, designaciones, calificaciones, clases de producto, indicaciones de su origen o procedencia, indicaciones sobre el sistema de producción o elaboración cuando no correspondan al producto o que por su similitud fonética gráfica u ortográfica puedan inducir a confusión o cuando la información no corresponda ni a la verdadera identidad del operador ni al verdadero lugar de producción, fabricación, elaboración, envase, comercialización o distribución.

Como infracción grave relacionada con los distintivos de calidad podemos destacar el incumplimiento en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos agrarios y alimentarios envasados de la información mínima establecida en la ley (art. 106. 2. 2. 3 en relación con lo dispuesto en el art. 50.2).

Las infracciones cometidas en materia alimentaria se sancionarán con multa económica (art. 107.1)⁴⁰⁴, estando facultado el órgano competente para imponer además otras sanciones accesorias en caso de que la infracción sea grave o muy grave.

De entre todas las sanciones accesorias que se pueden imponer, destaca la que hace referencia a la posibilidad de suspender temporalmente el derecho de uso de la

⁴⁰² Estas infracciones serán tipificadas teniendo en cuenta lo establecido en la propia norma y lo establecido en la Ley 5/2004, de 7 de mayo, de Ordenación Vitivinícola.

⁴⁰³ En relación a las infracciones relacionadas con la calidad de los productos podemos señalar como infracciones muy graves que la industria agraria y alimentaria no tenga un sistema de autocontrol de sus procesos o la imposibilidad de seguir la trazabilidad de un producto en todas sus fases (art. 106. 1. 1 y 2). La presentación de productos agrarios y alimentarios sin que vayan acompañados de una información veraz, objetiva, completa y comprensible está tipificada como infracción grave si afecta a las características esenciales del producto (art. 106. 2. 2. 1) o como infracción leve si afecta a la información facultativa que se añade a la establecida como mínima (art. 106. 3. 3. 1).

⁴⁰⁴ Las infracciones muy graves serán sancionadas con multa comprendida entre 30.001 y 300.000 euros, las infracciones graves con multa comprendida entre 2.001 y 30.000 euros y las leves con apercibimiento y multa de hasta 2.000 euros.

denominación o marca, o la baja definitiva de los registros, de las personas inscritas en los registros pertenecientes a los distintivos de calidad y origen previstos en la ley en los supuestos en que comentan infracciones calificadas como graves o muy graves [(art. 107. 3. d)].

La suspensión temporal del derecho de uso de la denominación o marca supone la suspensión del derecho a utilizar etiquetas y otros documentos de la denominación y la baja definitiva en los registros implica la exclusión de los infractores y, como consecuencia, la pérdida de sus derechos inherentes a la denominación o marca, así como otros distintivos que se puedan aprobar.

Por último, después de las disposiciones adicionales, transitorias, derogatoria y finales de la Ley, ésta contiene un anexo en el cual se detallan los sectores de actividad de la industria agraria y alimentaria y de comercialización de productos agrarios y alimentarios que deberán contemplarse en el Registro de Industrias Agrarias y Alimentarias de la Comunidad Autónoma del País Vasco⁴⁰⁵ establecido en el artículo 60.

B) Ley 1/2014, de 19 de marzo, Agraria de Castilla y León⁴⁰⁶.

Debido al continuo e intenso proceso de innovación y desarrollo tecnológico en el ámbito agroalimentario, el sector agrario y ganadero se convierte en la principal actividad económica de la mayoría de las zonas rurales de la Comunidad de Castilla y León.

La industria agroalimentaria desarrolla un papel fundamental en el desarrollo de la Comunidad, tiene un elevado grado de especialización, y ha apostado por la calidad

⁴⁰⁵ Ver el Decreto 422/2013, de 7 de octubre, sobre regulación del régimen de declaración responsable de las industrias agrarias y alimentarias y la organización y funcionamiento del Registro de Industrias Agrarias y Alimentarias de la Comunidad Autónoma del País Vasco.

⁴⁰⁶ Esta Ley se estructura en cinco libros, una disposición adicional, seis disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y ocho disposiciones finales. El libro primero regula las disposiciones generales y las actuaciones transversales, el Libro segundo contiene las condiciones de la producción agraria y el Libro tercero está dedicado a la calidad alimentaria, la calidad diferenciada de la producción agroalimentaria y la comercialización de la producción agraria. El Libro cuarto regula la participación, la interlocución y los órganos consultivos en el ámbito agrario y agroalimentario y el Libro quinto el régimen sancionador. De las ocho disposiciones finales es importante señalar la primera y la segunda que modifican algunos artículos de la Ley 8/2005, de 10 de junio, de la Viña y del Vino de Castilla y León y de la Ley 7/2002, de 3 de mayo, por la que se crea el ITACyL. Algunos artículos de la Ley Agraria de Castilla y León han sido modificados o añadidos por la Ley 1/2021, de 22 de febrero, de Medidas Tributarias, Financieras y Administrativas, por la Ley 2/2017, de 4 de julio, de Medidas Tributarias y Administrativas y por la Ley 7/2015, de 30 de diciembre, de Medidas Tributarias

diferenciada de sus productos, que pone en valor las figuras de calidad agroalimentaria reconocidas en Castilla y León⁴⁰⁷.

Dada la importancia que tiene el sector agrario y la industria agroalimentaria en el desarrollo socioeconómico y ambiental de la Comunidad, era necesario y se aprobó la Ley 1/2014, de 19 de marzo, Agraria de Castilla y León.

Para algunos autores⁴⁰⁸, esta ley, bastante pobre en cuanto a fundamentación y justificación en su Exposición de motivos, con un reparto de materias sin ningún criterio dogmático, pierde la oportunidad de presentarse como la gran reforma y gestión estructural del sector agrario de la Comunidad de Castilla y León, y un ejemplo de este caos organizativo lo tenemos en la regulación en el Libro Tercero de “la calidad diferenciada de la producción agroalimentaria y la comercialización de la producción agraria” que contiene a su vez la regulación de las Cooperativas Agrarias, apartándose del objeto propio del Libro (denominaciones de origen, indicaciones geográficas de protección o los mercados agrarios).

Con esta Ley se busca agrupar en un solo cuerpo normativo el conjunto disperso de disposiciones autonómicas con rango de Ley que son necesarias para el desarrollo de la actividad y producción agraria, la regulación de la calidad diferenciada y la comercialización de productos agroalimentarios, respetando el reparto competencial establecido en la Constitución y el Estatuto de Autonomía.

El artículo 2 enumera una serie de objetivos generales de entre los que cabe destacar el recogido en la letra e) que consiste en fomentar la producción agraria y agroalimentaria y asegurar la calidad alimentaria y la calidad diferenciada agroalimentaria.

El ámbito objetivo de aplicación de la ley (art. 3.1) lo constituyen las actividades de los sectores agrario⁴⁰⁹ y agroalimentario⁴¹⁰ en varios ámbitos, entre los que cabe

⁴⁰⁷ Exposición de motivos I.

⁴⁰⁸ COSIALLS UBACH, A. M., y MUÑIZ ESPADA, E., “La nueva ordenación de la agricultura en Castilla y León: la Ley 1/2014, de 19 de marzo // The new Agricultural Law of Castilla y Leon: Act 1/2014, 19th march.”, *Revista Jurídica de Castilla y León*, nº 36, Mayo 2015, pgs. 6 y 16.

⁴⁰⁹ Se entenderá como sector agrario exclusivamente al agrícola y ganadero [(arts. 3.2 y 5.a)].

⁴¹⁰ El término “agroalimentario” incluye lo relativo a la producción, transformación, envasado y comercialización de los productos procedentes de la actividad agraria para alimentación humana o animal y los productos alimentarios derivados de lo forestal [(art. 5.c)].

destacar el relacionado con la calidad alimentaria y el relacionado con la calidad diferenciada agroalimentaria.

La ley enumera los criterios orientadores de la investigación en materia agraria y en materia agroalimentaria (arts. 14 y 15 respectivamente).

Relacionados con la calidad, podemos destacar el criterio que consiste en garantizar una producción agraria suficiente, de calidad, competitiva y sostenible, adaptada a las demandas de los consumidores, a los requerimientos de la industria transformadora y a las exigencias de la seguridad alimentaria [(art. 14.a)] y el que hace referencia al desarrollo de sistemas, procedimientos y soluciones tecnológicas que permitan asegurar de forma permanente la calidad, la excelencia, la seguridad y la trazabilidad de los productos alimentarios [(art. 15.b)].

La calidad alimentaria y la calidad diferenciada de la producción agroalimentaria están reguladas en el Título I del Libro Tercero que se divide en siete Capítulos.

Los conceptos en materia de calidad diferenciada de productos agroalimentarios a tener en cuenta vienen definidos en el artículo 132. El apartado d) define el concepto de “calidad diferenciada” como el conjunto de características de un producto agrario o agroalimentario, consecuencia del cumplimiento de requisitos establecidos en disposiciones de carácter voluntario, relativos a sus materias primas o procedimientos de producción, transformación o comercialización, y adicionales a las exigencias de calidad estándar obligatorias para el alimento.

Con esta definición, la Ley deja claro que la calidad diferenciada de un producto agrario o agroalimentario es un plus a la calidad que tienen que tener todos los productos para su comercialización.

En relación a las figuras de calidad diferenciada de los productos agroalimentarios, la ley (art. 133) enumera como tales a las denominaciones geográficas de calidad (de las que forman parte las denominaciones de origen protegidas e indicaciones geográficas protegidas de productos agrícolas y alimenticios, las indicaciones geográficas de bebidas fermentadas o espirituosas y las denominaciones de origen o IGP vitivinícolas, de acuerdo con lo previsto en la normativa comunitaria en esta materia), la producción ecológica, las especialidades tradicionales garantizadas, las marcas de calidad alimentaria que cumplan los requisitos establecidos en el artículo 153

de la ley, la marca de garantía “Tierra de sabor”, la artesanía alimentaria de Castilla y León⁴¹¹ y por último, la producción integrada de Castilla y León⁴¹².

Un aspecto importante de las denominaciones geográficas de calidad es el alcance de la protección que le otorga al producto agroalimentario amparado por ellas. Dicha protección⁴¹³, además de alcanzar al nombre geográfico de la denominación, se extiende a la producción o elaboración y a todas las fases de la comercialización del producto, incluyendo la presentación, etiquetado, publicidad y documentación comercial.

En el caso de la marca de garantía “Tierra de Sabor” y las marcas de calidad alimentaria, la protección también confiere a su titular el derecho exclusivo a utilizarla en el tráfico económico, prohibiendo a un tercero su uso (art. 134.4).

En materia de fomento y promoción de la calidad agroalimentaria, de entre los objetivos que enumera la ley es importante señalar los que hacen referencia a incentivar entre los operadores agroalimentarios del sector la utilización de las diferentes Figuras de Calidad Diferenciada de Productos Agroalimentarios, contribuir a la promoción de los productos agroalimentarios de calidad de Castilla y León en los mercados nacionales e internacionales y al fomento de las buenas prácticas comerciales, y preservar y valorar el patrimonio de los productos agroalimentarios de calidad de Castilla y León (art. 135.1 a), b) y c) respectivamente).

Junto a esos objetivos, se contemplan otros que consisten en incorporar, en coordinación con las consejerías competentes en la materia, la política de promoción de productos agroalimentarios de calidad en las políticas de desarrollo rural, medioambiental, turístico, gastronómico, artesanal y cultural, entre otras, articular las iniciativas públicas y privadas en favor de la calidad de los productos agroalimentarios y por último, promover iniciativas dirigidas a la clarificación y adecuación de las

⁴¹¹ Decreto 53/2007 de 24 de mayo, por el que se regula la Artesanía Alimentaria en la Comunidad de Castilla y León y en la Orden AYG/654/2008 de 18 de abril, por la que se desarrolla el Decreto 53/2007 de 24 de mayo, por el que se regula la Artesanía Alimentaria en la Comunidad de Castilla y León.

⁴¹² Decreto 208/2000, de 5 de octubre de 2000, por el que se regula la producción integrada de productos agrícolas en Castilla y León.

⁴¹³ La protección también implica la prohibición de toda utilización comercial, directa o indirecta, de una denominación geográfica para productos no amparados por la figura de calidad, así como toda usurpación, uso indebido, imitación, evocación o 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, en el embalaje, en la publicidad o en los documentos relativos a los productos de que se trate y, en general, cualquier otra práctica que pueda inducir a error a los consumidores sobre el auténtico origen del producto (letras a), b), c) y d) del apartado 1 del artículo 134).

denominaciones de venta y definiciones de los productos para una mejor información a los consumidores que permita revalorizar y diferenciar la calidad de los productos agroalimentarios y la protección de los consumidores y operadores [art. 135.1 e), f) y g)].

La Administración de la Comunidad de Castilla y León podrá financiar campañas de información y de promoción de productos agroalimentarios de calidad, en el marco de la normativa sobre publicidad institucional, cuando se recomiende el consumo de productos agroalimentarios de calidad diferenciada o se difunda e informe sobre la calidad, propiedades y características diferenciales de los productos de calidad de Castilla y León (art. 135.2 y 3).

La ley regula el reconocimiento y extinción de las figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios (arts. 136 y 137) y establece la excepción de la producción ecológica y de las figuras de calidad diferenciada cuya titularidad corresponda a la Administración de la Comunidad de Castilla y León que deberá de hacerse mediante el procedimiento que reglamentariamente se establezca.

El Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León (en adelante ITACyL)⁴¹⁴ es el encargado de garantizar que todos los operadores agroalimentarios que se acojan a una Figura de Calidad Diferenciada de Productos Agroalimentarios estén sujetos a un sistema de controles oficiales que asegure la verificación del cumplimiento de lo establecido en los pliegos de condiciones o normas que regulen el uso de la mención de calidad.

⁴¹⁴ Según establece el artículo 139.1, el ITACyL es la autoridad competente a efectos del control del cumplimiento de las condiciones y requisitos que afectan a los operadores y a los productos agroalimentarios amparados por las Figuras de Calidad Diferenciada de Productos Agroalimentarios de Castilla y León. Ver la Ley 7/2002, de 3 de mayo, de creación del Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León y el Reglamento de desarrollo aprobado por el Decreto 121/2002, de 7 de noviembre de 2002. El ITACyL se creó como una entidad pública regida fundamentalmente por el derecho privado, con personalidad jurídica, plena capacidad de obrar, patrimonio propio y administración autónoma. El objetivo fundamental del ITACyL es potenciar la actividad del sector agrario y de sus industrias de transformación mediante el impulso del desarrollo tecnológico y la dinamización de iniciativas que comporten nuevas orientaciones productivas o de adecuación del mercado y a sus exigencias de calidad y competitividad. El Instituto podrá delegar (apartado 2 del artículo 139) las tareas de control específicas en uno o más organismos de control siempre que se cumpla con lo establecido en el artículo 28 del Reglamento (UE) 2017/625 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de marzo de 2017, relativo a los controles y otras actividades oficiales realizados para garantizar la aplicación de la legislación sobre alimentos y piensos, y de las normas sobre salud y bienestar de los animales, sanidad vegetal y productos fitosanitarios, y por el que se modifican los Reglamentos (CE) 999/2001, (CE) 396/2005, (CE) 1069/2009, (CE) 1107/2009, (UE) 1151/2012, (UE) 652/2014, (UE) 2016/429 y (UE) 2016/2031 del Parlamento Europeo y del Consejo, los Reglamentos (CE) 1/2005 y (CE) 1099/2009 del Consejo, y las Directivas 98/58/CE, 1999/74/CE, 2007/43/CE, 2008/119/CE y 2008/120/CE del Consejo, y por el que se derogan los Reglamentos (CE) 854/2004 y (CE) 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 89/608/CEE, 89/662/CEE, 90/425/CEE, 91/496/CEE, 96/23/CE, 96/93/CE y 97/78/CE del Consejo y la Decisión 92/438/CEE del Consejo.

El objetivo de los controles oficiales es la prevención y lucha contra el fraude en materia de calidad agroalimentaria, la verificación de las características de los productos agroalimentarios y el cumplimiento de la normativa en materia de calidad diferenciada, en todas las etapas de la producción, transformación y distribución, así como de los procedimientos y servicios con ellos relacionados (art.138.4).

Las Figuras de Calidad Diferenciada de Productos Agroalimentarios podrán contar con un órgano de gestión que se encargará de representar, defender, garantizar, investigar, desarrollar y promocionar los productos amparados por la figuras de calidad.

En relación con la calidad, estos órganos realizarán funciones tales como velar por el prestigio y fomento de la figura de calidad y denunciar ante los órganos competentes cualquier uso incorrecto, elaborar y proponer a la autoridad competente el pliego de condiciones o normas de producción de las figuras de calidad y sus posibles modificaciones, informar a los consumidores sobre las características de calidad de los productos, y gestionar los correspondientes registros de la figura de calidad donde se inscriban los operadores agroalimentarios y sus medios e instalaciones en colaboración con la autoridad competente (art. 142).

Aunque cada Figura de Calidad Diferenciada de Productos Agroalimentarios podrá contar con un órgano de gestión, la ley (art. 143.2) establece la posibilidad, previo informe del Comité Asesor Agroalimentario de Castilla y León (arts. 184-187), de constituir un único órgano de gestión para varias Figuras de Calidad de acuerdo con las peculiaridades organizativas de cada sector.

Es importante señalar que una de las vías de financiación de los consejos reguladores proviene de las cantidades que pudiera percibir en concepto de indemnizaciones por daños y perjuicios ocasionados a la denominación de calidad [(art. 151.1.c)].

La ley regula expresamente (art. 153) las marcas de calidad alimentaria que son las marcas de garantía y las colectivas que además de cumplir la legislación que las regula también cumplan los siguientes requisitos adicionales:

a) Contar con un reglamento de uso informado favorablemente por el órgano administrativo competente en atención a la naturaleza de los productos a los que la marca de garantía se refiera, que establezca obligaciones detalladas en relación con

métodos agroalimentarios que garanticen características específicas y una calidad del producto final que exceda de la calidad estándar del producto,

b) que un organismo de control compruebe lo establecido en el reglamento de uso,

c) que esas marcas estén abiertas a todos los productores que cumplan los requisitos establecidos, y

d) haber sido reconocida como Figura de Calidad Diferenciada de Productos Agroalimentarios por la consejería competente en materia agraria, con motivo de haber sido los productos a los que se refiere producidos, elaborados y/o transformados en el territorio de la Comunidad de Castilla y León.

Respecto a los tres primeros requisitos adicionales que han de cumplir las marcas de calidad en Castilla y León enumerados en el artículo 153 LACyL, letras a), b) y c), podemos considerarlos como “falsos requisitos” adicionales ya que éstos coinciden con lo establecido para las marcas de carácter colectivo (marcas colectivas y marcas de garantía) reguladas en la Ley de Marcas. En relación al último de los requisitos enumerado en la letra d), nos remite a las Figuras de Calidad Diferenciada de Productos Agroalimentarios de Castilla y León enumeradas en el artículo 133, por lo tanto es una remisión innecesaria y este artículo 153 en su conjunto podría haberse eliminado del articulado de la ley.

Aunque con posterioridad se analizará más detalladamente la marca de garantía “Tierra de Sabor”, la ley la regula expresamente (art. 154) e indica que el ITACyL es el titular de la marca de garantía y que la tiene inscrita en la OEPM. Al ser una marca de garantía, con ella se le garantiza al consumidor que la materia prima sustantiva con la que se elaboran los productos que ampara procede de explotaciones agrícolas y ganaderas de Castilla y León y/o ha sido transformada mediante procesos tradicionalmente vinculados al territorio en industrias agroalimentarias de Castilla y León, facilitando su comercialización y aportando mayor valor añadido a la producción agroalimentaria de esta Comunidad.

Esta marca tiene como finalidad distinguir en el mercado, garantizando su calidad diferenciada, determinados productos agroalimentarios destinados al consumo humano que, producidos, elaborados o transformados en el territorio de la Comunidad de Castilla

y León, reúnen las condiciones y cumplen los requisitos de calidad que se especifican en su reglamento, certificando dicho cumplimiento y permitiendo a los consumidores identificar dichos productos de forma precisa (art. 154.3).

En el Título II del Libro Tercero dedicado a la comercialización de la producción agraria, la ley regula los mercados de productos agrarios en origen que de entre todas sus finalidades es importante señalar la que se refiere a fomentar la mejora de la calidad de las producciones agroalimentarias [(art. 156.f)].

Este mismo Título también se ocupa de las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias que además tienen funciones relacionadas con la calidad agroalimentaria tales como desarrollar métodos e instrumentos para mejorar la calidad de los productos en todas las fases de la producción, la transformación y la comercialización y funciones de promoción de la producción integrada, la agricultura ecológica y otros métodos de producción respetuosos con el medio ambiente, así como las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas protegidas y cualquier otra forma de protección de calidad diferenciada [(art. 161. b) y l)].

Para fomentar y regular la participación de los agentes del sector agrario y agroalimentario de Castilla y León en el diseño y ejecución que la Administración de la Comunidad lleva a cabo en la política agraria y agroalimentaria, en el Libro Cuarto se crean los siguientes órganos colegiados de carácter consultivo: el Consejo Agrario de Castilla y León (arts. 180-181), los Consejos Agrarios Provinciales (arts. 182-183), el Comité Asesor Agroalimentario de Castilla y León (arts. 184-186), el Comité de Cooperativismo Agrario (arts. 187-188) y las Mesas Sectoriales (arts. 189-190).

De estos órganos colegiados es importante señalar, en relación con la calidad agroalimentaria, que el Comité Asesor Agroalimentario de Castilla y León tiene como una de sus funciones [(art. 186.c)] proponer medidas para la promoción de políticas de calidad en el sector agroalimentario, y de entre las funciones de las Mesas Sectoriales está el impulsar la modernización del sector asegurando la calidad en las producciones [(art. 190.2.h)].

En último lugar, la Ley recoge en el Libro Quinto el régimen sancionador y como norma común en materia sancionadora existe la obligación de facilitar la acción inspectora por parte de los organismos competentes (art. 191).

Las facultades de inspección corresponden a los inspectores de la consejería competente en materia agraria pero la inspección de los operadores inscritos en los registros de las Figuras de Calidad Diferenciada de Productos Agroalimentarios podrá corresponder (art. 192.2) al personal técnico habilitado por la consejería competente en materia agraria en lo que afecte al cumplimiento del su reglamento específico y los acuerdos del órgano de gestión.

La ley tipifica las infracciones en leves, graves y muy graves (art. 194.1) y dentro de los criterios de graduación de las sanciones, establece que podrá tomarse en consideración para la determinación concreta de la sanción que se imponga el efecto perjudicial que la infracción haya podido producir en el prestigio del nivel de protección de las Figuras de Calidad Diferenciada de Productos Agroalimentarios reguladas en el artículo 133 de la ley [(art. 195.1.c)].

La competencia general para incoar los expedientes sancionadores corresponde a los jefes de los servicios territoriales de la consejería competente en materia agraria en caso de comisión de infracciones leves y graves y a los Delegados Territoriales en caso de comisión de infracciones muy graves (art. 196.1.a) y b) respectivamente).

En el caso de expedientes sancionadores derivados de infracciones en materia de calidad alimentaria diferenciada la incoación e instrucción corresponderá (art. 196.2) al Consejo Regulador cuando así esté previsto en su norma reguladora específica, el presunto infractor esté inscrito en alguno de los registros del nivel de protección correspondiente y la presunta infracción afecte al cumplimiento de su reglamento específico o de los acuerdos del Consejo Regulador. Si no concurre ninguno de los requisitos anteriores, la incoación e instrucción de los expedientes corresponderá a los órganos que ostentan la competencia general en esta materia.

Dentro del Libro Quinto, el Capítulo IV está dedicado específicamente a las infracciones y sanciones en materia de calidad diferenciada de los productos agroalimentarios (arts. 203 a 209).

En primer lugar, la ley establece que el régimen sancionador de este Capítulo será de aplicación a las figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios recogidas en el artículo 133 y enumera tanto los tipos de infracciones que hay, leve, grave

y muy grave (arts. 204 a 206 respectivamente), como los sujetos infractores⁴¹⁵ que pueden cometerlas.

En relación a las infracciones leves, estas pueden ser cometidas por el operador inscrito en un nivel de protección y por la entidad independiente de inspección y certificación (art. 204.1 y 2). Además de estos dos sujetos infractores, las infracciones graves pueden ser cometidas por los organismos de control (art. 205.1, 2 y 3).

De todas las infracciones leves⁴¹⁶ y graves⁴¹⁷ que enumera la ley muchas de ellas están referidas a la calidad agroalimentaria, pero son algunas de las infracciones muy graves las que afectan a los distintivos de calidad agroalimentaria.

Los operadores inscritos en un nivel de protección podrán cometer como infracción muy grave⁴¹⁸ relacionada con los distintivos de calidad (art. 206.1) la no introducción en las etiquetas y presentación de los productos amparados de los elementos suficientes para diferenciar claramente su calificación y procedencia, para evitar

⁴¹⁵ Los operadores inscritos en un nivel de protección y las entidades independientes de inspección y certificación pueden cometer cualquier tipo de infracción (leve, grave o muy grave), los organismos de control pueden cometer infracciones graves o muy graves y los órganos de gestión sólo podrán cometer infracciones muy graves.

⁴¹⁶ Como infracciones leves relacionadas con la calidad cometidas por los operadores inscritos en un nivel de protección (art. 204.1) podemos destacar las inexactitudes u omisiones en los datos y comprobantes que en cada caso sean precisos en los registros del nivel de protección cuando la diferencia entre la cantidad consignada y la real no supere un cinco por ciento de esta última, la falta de comunicación de cualquier cambio que afecte a los datos suministrados en el momento de la inscripción en los registros cuando no haya transcurrido el plazo establecido, cualquier otra infracción de la norma reguladora del nivel de protección o de los acuerdos de su órgano de gestión que establezcan obligaciones adicionales a las generales de cualquier operador en materia de declaraciones, libros-registro, documentos de acompañamiento y otros documentos de control y por último, la ausencia de suministro o el suministro incompleto de la información o documentación requerida por el órgano de gestión del nivel de protección, incluida la solicitada con fines estadísticos y de seguimiento de la producción y comercialización. El otro sujeto que puede cometer infracciones leves son las entidades independientes de inspección y certificación (art. 204.2). Estas infracciones leves son la ausencia de comunicación dentro de los plazos establecidos reglamentariamente y la demora injustificada, por tiempo igual o inferior a un mes, en la realización de las comprobaciones solicitadas por el órgano competente.

⁴¹⁷ Constituyen infracciones graves para los operadores inscritos en un nivel de protección relacionadas con la calidad, las inexactitudes u omisiones en los datos y comprobantes que se necesiten en los registros del nivel de protección correspondiente o cuando afecte a las características del producto o mercancías consignados, el incumplimiento de las normas específicas del nivel de protección sobre prácticas de producción, elaboración, transformación, conservación, transporte, acondicionamiento, etiquetado, envasado y presentación, la expedición, comercialización o circulación de productos amparados sin estar provistos de las contraetiquetas, precintas numeradas o cualquier otro medio de control establecido por la norma reguladora del nivel de protección y la comisión de cualquier otra infracción de la norma específica del nivel de protección o de los acuerdos de su órgano de gestión en materia de producción, elaboración o características de los productos amparados (art. 205.1).

⁴¹⁸ Las infracciones muy graves relacionadas con la calidad de este sujeto infractor consisten en la elaboración, transformación o comercialización de los productos amparados mediante tratamientos, prácticas o procesos no autorizados siempre que existan riesgos para la salud y la falsificación de productos o la venta de productos falsificados siempre que no sean constitutivas de delito o falta.

confusión en los consumidores, derivada de la utilización de una misma marca, nombre comercial o razón social en la comercialización de los productos amparados correspondientes a distintos niveles de protección o procedentes de diferentes ámbitos geográficos.

En relación con las figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios recogidas en el artículo 133, la ley tipifica como infracciones muy graves (art. 206.2) la utilización, cuando no se tenga derecho a ello, de indicaciones, nombres comerciales, marcas, símbolos o emblemas que hagan referencia a los nombres amparados por un nivel de protección, o que, por su similitud fonética o gráfica con los nombres protegidos o con los signos o emblemas que les sean característicos puedan inducir a confusión sobre la naturaleza, calidad u origen de los productos, aunque vayan precedidos por los términos tipo, estilo, género, imitación, sucedáneo u otros análogos, el uso de los nombres protegidos en productos a los que expresamente se les haya negado así como la realización de las actuaciones prohibidas en los apartados 1 y 3 del artículo 134 de esta ley, y por último la indebida tenencia, negociación o utilización de los documentos, etiquetas, contraetiquetas, precintas y otros elementos de identificación propios del nivel de protección, así como la falsificación de los mismos, siempre que esto no sea constitutivo de delito o falta.

Además de esos sujetos infractores, la ley (art. 207.1 y 2) enumera los sujetos responsables, en materia de calidad diferenciada de productos agroalimentarios, de las infracciones que se produzcan en productos envasados y en productos a granel.

Respecto a las sanciones, vienen recogidas en el artículo 208⁴¹⁹ pero es importante señalar que cuando las infracciones graves o muy graves sean cometidas por operadores acogidos a un nivel de protección y afecten a éste, podrá imponerse como sanción accesoria no pecuniaria la pérdida temporal del uso del nombre protegido por un plazo máximo de tres años en caso de infracciones graves y de cinco años como máximo o

⁴¹⁹ Las infracciones leves se sancionarán con apercibimiento o multa de hasta 1.000 euros, pudiendo rebasarse dicho importe hasta alcanzar el valor de las mercancías, productos o superficies objeto de la infracción, las infracciones graves se sancionarán con multa de entre 1.001 y 10.000 euros, pudiéndose rebasarse esa cantidad hasta alcanzar un cinco por ciento del volumen de ventas del producto objeto de infracción correspondiente al ejercicio económico inmediatamente anterior al de la iniciación del procedimiento sancionador, y las infracciones muy graves con multa comprendida entre 10.001 y 100.000 euros, o hasta alcanzar el diez por ciento del volumen de ventas del producto objeto infracción correspondiente al ejercicio económico inmediatamente anterior al de la iniciación del procedimiento sancionador.

incluso la pérdida definitiva del tal uso si se tratase de infracciones muy graves (art. 208.5).

C) Ley 6/2015, de 24 de marzo, Agraria de Extremadura⁴²⁰.

Los sectores agrario y agroalimentario en Extremadura son fundamentales para la actividad económica de las zonas rurales y un factor clave para fijar su población. Al ser dos sectores estrechamente vinculados entre sí, cualquier actuación sobre el sector agrario debe abarcarse desde un ámbito global, que incluya también la producción agroalimentaria, con especial consideración a la producción de calidad diferenciada.

Por tanto, resulta necesario dotar a estos sectores de una capacidad de respuesta ante los nuevos desafíos que deben afrontar en un contexto cada vez más global y liberalizado, como son la adaptación a los marcos políticos comunitarios y acuerdos internacionales derivados de estos, la exigencia de una gestión sostenible de los recursos naturales, las expectativas del consumidor en orden a la calidad alimentaria, o la progresiva incorporación a la sociedad de la información.

El modelo agrario europeo de hoy día exige un elevado nivel de protección de la sanidad animal, la sanidad vegetal y del medio ambiente y también exige productos alimenticios de calidad, de ahí que la calidad agroalimentaria haya alcanzado una gran significación y se constituya como un pilar fundamental para garantizar la

⁴²⁰ La ley se estructura en un Título preliminar y nueve Títulos divididos en Capítulos, dieciocho Disposiciones adicionales, once Disposiciones transitorias, una Disposición derogatoria y dieciséis Disposiciones finales. La ley se ocupa de la ordenación de las producciones agrícolas y ganaderas estableciendo disposiciones sobre la producción agrícola ganadera y la sanidad animal y vegetal, regula la explotación agraria, La incorporación de jóvenes y de la mujer en el marco de las explotaciones agrarias y los «Bienes especiales adquiridos al amparo de las normas sobre colonización y reforma y desarrollo agrario». La calidad agroalimentaria la regula en el título III con un marco jurídico completo que comprende la calidad estándar u obligatoria y las figuras de calidad diferenciada o menciones de calidad facultativas, quedando fuera del ámbito de aplicación de esta ley los requisitos de seguridad alimentaria que cuentan con una regulación específica. Los demás títulos de la ley se ocupan de la importancia del regadío, de la concentración parcelaria, las infraestructuras rurales y los montes y aprovechamientos forestales (títulos IV a VII respectivamente). Los dos últimos títulos de la ley, los títulos VIII y IX regulan los órganos consultivos en el ámbito agrario y el régimen sancionador. Algunos aspectos han sido derogados o modificados por las siguientes normas: Decreto-ley 12/2020, de 19 de junio de medidas extraordinarias y urgentes para la reactivación de la actividad económica y social en la Comunidad Autónoma de Extremadura en el proceso hacia la "Nueva Normalidad", Ley 8/2019, de 5 de abril, para una Administración más ágil en la Comunidad Autónoma de Extremadura, Ley 9/2018, de 30 de octubre, de sociedades cooperativas de Extremadura, Ley 2/2018, de 14 de febrero de coordinación intersectorial y de simplificación de los procedimientos urbanísticos y de ordenación del territorio de Extremadura, Ley 6/2016, de 24 de junio de modificación de la Ley 6/2015, de 24 de marzo, agraria de Extremadura y por la Ley 2/2016, de 17 de marzo de modificación de la Ley 6/2015, de 24 de marzo, Agraria de Extremadura, y de derogación parcial y modificación de la Ley 4/2010, de 28 de abril, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de Calidad Agroalimentaria de Extremadura.

comercialización de los productos derivados de la agricultura y de la ganadería en garantía tanto de las normas de obligado cumplimiento como de las normas que regulan menciones facultativas de calidad que incorporan valores añadidos e identificaciones singulares a esos productos⁴²¹.

Aunque en 2010 ya empieza a regularse la calidad agroalimentaria en Extremadura⁴²², es en el Título III de la Ley 6/2015 cuando ya se regula específicamente.

El Título III, relativo a la calidad agroalimentaria, contempla un marco jurídico completo que comprende tanto la calidad estándar u obligatoria⁴²³ agroalimentaria como la calidad diferenciada o menciones de calidad facultativas (denominaciones de origen, indicaciones geográficas, especialidades tradicionales, producción ecológica, producción integrada, marcas de calidad reglamentarias y artesanía alimentaria).

En este Título se establecen las disposiciones generales sobre su objeto y ámbito de aplicación, se enumeran las obligaciones de los operadores y se fomenta la participación de entidades representativas.

También se establecen las disposiciones específicas sobre menciones de calidad diferenciada, DOP, IGP y ETG⁴²⁴, su control y las actuaciones oficiales de control de las autoridades competentes, las agrupaciones de productores o transformadores de productos amparados por estas menciones de calidad y una breve regulación de la producción ecológica, la artesanía agroalimentaria y la producción integrada y otras menciones de calidad diferenciada ya que nos remite a su normativa de desarrollo.

⁴²¹ Exposición de motivos I.

⁴²² El artículo 9.13 del Estatuto de Autonomía de Extremadura dentro del marco de las competencias exclusivas que tiene atribuidas prevé la creación y regulación de las denominaciones de origen y otras menciones de calidad. Para regular los Consejos Reguladores de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas de productos agrícolas y alimenticios y de productos vitícolas se creó la Ley 4/2010, de 28 de abril, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de Calidad Agroalimentaria de Extremadura. El artículo 1.1 de la Ley 2/2016, de 17 de marzo, de modificación de la Ley 6/2015, de 24 de marzo, Agraria de Extremadura, y de derogación parcial y modificación de la Ley 4/2010, de 28 de abril, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de Calidad Agroalimentaria de Extremadura ha modificado la denominación de la Ley 4/2010 que pasa ahora a denominarse Ley 4/2010, de 28 de abril, de Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de Calidad Agroalimentaria de Extremadura.

⁴²³ También se conoce como calidad comercial, artículo 5.2.b).

⁴²⁴ Aunque se regulan las DOP, IGP y ETG, la Ley nos remite a su regulación europea en el Reglamento (UE) 1151/2012 y en lo referente a los consejos reguladores, nos remite a la Ley 4/2010, de 28 de abril, de Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de Calidad Agroalimentaria de Extremadura.

Este Título regula la evaluación de la conformidad de la calidad y la protección de la calidad de los productos agroalimentarios así como la comprobación del cumplimiento de las normas sobre calidad agroalimentaria y las políticas públicas para fomentar la calidad agroalimentaria en Extremadura.

El objeto⁴²⁵ de la ley es establecer un marco general que se adapte a las necesidades y peculiaridades de Extremadura y regule la actividad de los sectores agrario y agroalimentario , así como el régimen jurídico de sus infraestructuras rurales de acuerdo con los principios y objetivos de la normativa europea, estatal y autonómica vigentes (art. 1).

Respecto de la calidad diferenciada [(art. 2. b)] enumera como un fin de esta Ley fomentar una producción agraria y agroalimentaria de calidad diferenciada.

El ámbito objetivo lo constituye la ordenación general de las actividades de los sectores agrario⁴²⁶ y agroalimentario en los aspectos relacionados con las explotaciones agrarias, las infraestructuras rurales, la producción agraria primaria y la calidad de los productos agroalimentarios, sin perjuicio de los ámbitos específicos consignados expresamente en determinados capítulos (art. 3.1). El ámbito territorial lo forma el territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura, atendiendo, según la materia de regulación, a la ubicación de las infraestructuras rurales y, en general, al lugar de realización de las actividades objeto de la Ley (art.4).

Las definiciones generales enumeradas (art. 5.2) hacen referencia a los conceptos básicos en materia de calidad agroalimentaria, aunque algunos de ellos (los términos Denominación de Origen Protegida, Indicación Geográfica Protegida, Especialidad Tradicional Garantizada, la Producción ecológica y la Producción integrada) se hacen por remisión a otras normas comunitarias o estatales⁴²⁷.

El concepto de “calidad agroalimentaria” incluye la calidad comercial y la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios [(art. 5.2.a)].

⁴²⁵ Es importante señalar que las Disposiciones finales segunda y tercera prevén la creación futura de la Ley de comercialización agroalimentaria y la Ley de la viña y el vino de Extremadura respectivamente.

⁴²⁶ A los efectos de esta Ley, se entenderá como actividad o sector agrario el agrícola, ganadero y forestal (art. 3.2).

⁴²⁷ La Producción integrada viene definida en el Real Decreto 1201/2002, de 20 de noviembre, por el que se regula la producción integrada de productos agrícolas.

La calidad comercial es el conjunto de propiedades y características de un producto agroalimentario que son consecuencia de las exigencias previstas en las disposiciones obligatorias relativas a su origen, composición, producción, elaboración, transformación, comercialización y presentación [art. 5.2.b)], y la calidad diferenciada [art. 5.2.c)] es el conjunto de propiedades y características de un producto agroalimentario, adicionales a las exigencias de calidad comercial, establecidas en disposiciones a las que pueden acogerse los operadores agroalimentarios para diferenciar o destacar elementos de valor añadido de los productos agroalimentarios relativas a un origen geográfico, materias primas, sustancias, elementos o ingredientes o a procedimientos utilizados en su producción, elaboración, transformación, comercialización y presentación.

Otro concepto a tener en cuenta es el de “producto agroalimentario” que lo define [(art. 5.2. d)] como aquel producto procedente de la actividad agraria (agrícola, ganadera y forestal), tanto si ha sido transformado entera o parcialmente como si no, así como el incluido en el ámbito de aplicación de las normas de calidad diferenciada a que se refiere esta ley.

Los últimos conceptos que se definen hacen referencia a los términos operadores (que son los responsables del cumplimiento de requisitos de calidad agroalimentaria según las normas de la Unión Europea o del Estado que los regulen), entidades de certificación, entidades de inspección y los laboratorios de ensayo [(art. 5.2 [letras j) a m)].

La Ley dedica el Título III, compuesto por seis capítulos, a la calidad agroalimentaria (arts. 44-89).

El objeto de este Título⁴²⁸ es ordenar, garantizar y promover la calidad, tanto la comercial como la diferenciada, de los productos agroalimentarios. Su ámbito de

⁴²⁸ Quedan fuera de la regulación de este Título los requisitos de seguridad alimentaria, los cuales cuentan con una regulación diferenciada tanto de la Unión Europea como del Estado, comprendida esencialmente en los Reglamentos de la Unión Europea números 178/2002, 852/2004, 853/2004, 854/2004 y 183/2005, así como en la Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición. Estas normas van dirigidas a garantizar esencialmente la salud humana y son cualitativamente distintas de las normas que regulan tanto los requisitos de comercialización obligatoria de los productos agroalimentarios como los requisitos de la calidad diferenciada, como reconoció la STC 6/2014, de 27 de enero. A este respecto, el Real Decreto 405/2010, de 31 de marzo, por el que se regula el logotipo “Letra Q” en el etiquetado de la leche y los productos lácteos se publicó con el objeto de regular en nuestro país el uso voluntario del citado logotipo. Su uso pretendía ofrecer la garantía de un sistema de trazabilidad completa que se extendía más allá de las obligaciones exigidas en la normativa reguladora de la identificación y registro del sector lácteo, pero el Tribunal Constitucional, en su Sentencia 6/2014, de 27 de enero, estimó el conflicto positivo de

aplicación se extiende a los requisitos establecidos en todas las etapas de la producción, transformación y distribución por las que pasa un producto agroalimentario, desde la producción primaria, incluyendo la cosecha, el ordeño y cría de animales de abasto, la caza, la pesca y la recolección de productos silvestres, hasta la venta y distribución de un producto contemplando la producción, fabricación, manipulación, acondicionamiento, conservación, almacenamiento y transporte.

Quedan excluidos del ámbito de aplicación de este Título los productos derivados de la uva o del vino⁴²⁹ y las bebidas espirituosas⁴³⁰, las propiedades nutricionales y saludables de los alimentos y las declaraciones sobre las mismas y el tabaco y los productos del tabaco⁴³¹, teniendo en cuenta que las disposiciones de este Título se entenderán sin perjuicio de las normas aplicables en materia de salud pública, sanidad y bienestar animal y sanidad y reproducción vegetal.

competencia número 6152-2010 promovido por el Gobierno de la Generalidad de Cataluña, declarando que determinados artículos (artículo 1, primer párrafo, artículo 2, artículo 3 apartados 1, 2, 3 y 4, artículo 4 apartados 1, 2, 3 y 5 y los artículos 5 y 7) y su disposición final primera vulneraban las competencias de la Comunidad Autónoma de Cataluña. El Real Decreto 405/2010 fue derogado por el Real Decreto 774/2014, de 12 de septiembre por el que se desarrolla la aplicación del artículo 167 del Reglamento (UE) n.º 1308/2013, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013 y se fijan los requisitos y el contenido de una norma de comercialización en el sector del vino, y se aprueban las medidas aplicables a la campaña 2013/2014 y se derogan determinadas normas en materia agraria y pesquera.

⁴²⁹ Estos productos están incluidos en el ámbito de ampliación de la Ley 24/2003, 10 de julio, de la Viña y del Vino, en el Anexo I Parte XII así como en el Anexo VII Parte II del Reglamento (UE) n.º 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios y por el que se derogan los Reglamentos (CEE) n.º 922/72, (CEE) n.º 234/79, (CE) n.º 1037/2001 y (CE) n.º 1234/2007 y en el artículo 3 del Reglamento (UE) n.º 251/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, sobre la definición, descripción, presentación, etiquetado y protección de las indicaciones geográficas de los productos vitivinícolas aromatizados, y por el que se deroga el Reglamento (CEE) n.º 1601/91 del Consejo. La Disposición final primera en su primer apartado establece que hasta que no se dicte normativa específica para las denominaciones de origen e indicaciones geográficas de productos vitícolas protegibles de conformidad con el Reglamento (UE) n.º 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013 les será de aplicación esta ley (incluido el régimen sancionador, sin perjuicio de lo establecido en normas sancionadoras básicas estatales aplicables) y la Ley 4/2010, de 28 de abril, de Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de Calidad Agroalimentaria de Extremadura en lo que no resulte incompatible con su naturaleza, con las normas de la Unión Europea aplicables o con las normas básicas estatales.

⁴³⁰ La Disposición final primera, en su apartado 2, dispone que en tanto no se dicte normativa específica para las indicaciones geográficas de bebidas espirituosas susceptibles de registro de conformidad con el Reglamento (CE) n.º 110/2008, del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de enero de 2008, se aplicará lo establecido en esta Ley en lo que no resulte incompatible con su naturaleza, con las normas de la Unión Europea aplicables o con las normas básicas estatales.

⁴³¹ Excepto en lo que se refiere a las normas de producción de la planta del tabaco y las normas relativas a la producción integrada.

Los operadores son los responsables del cumplimiento de los requisitos de calidad de sus productos y deberán poder demostrar que gestionan su actividad de forma que puedan cumplirse dichos requisitos (art. 46.1).

Para ello, deberán tener establecidos sistemas de gestión de la calidad eficaces, adecuados a las diferentes disposiciones que resulten de aplicación y proporcionados en sus exigencias a la actividad realizada.

Para permitir la comprobación del cumplimiento de las normas de calidad agroalimentaria, los operadores están obligados⁴³² a facilitar el acceso a los lugares, instalaciones o medios de transporte, conservar los datos, documentos y registros durante al menos cinco años⁴³³, suministrar información a los órganos competentes autonómicos para el conocimiento de la realidad extremeña de la producción y la comercialización de productos agroalimentarios en los términos exigidos por la normativa vigente y por último, someterse a las comprobaciones, controles e inspecciones y actuaciones legalmente establecidos (art. 46.2).

Los operadores, también están obligados (artículo 46.4) a presentar declaraciones responsables con los requisitos que resulten imprescindibles para posibilitar las actuaciones de control oficial, defender a los consumidores y la leal competencia entre operadores, responder a obligaciones establecidas por normas básicas estatales o de la Unión Europea y conocer los datos de producción y comercialización de alimentos, especialmente amparados por menciones de calidad o de especial trascendencia para el desarrollo socioeconómico de Extremadura.

La última obligación de los operadores (art. 46.5) consiste en que éstos sólo utilizarán las menciones, abreviaturas, símbolos o cualesquiera otros signos referentes a menciones de calidad que se produzcan de conformidad con las normas del régimen de calidad al que correspondan.

Es importante señalar que la Administración autonómica establecerá los instrumentos y medidas necesarias para que las entidades representativas de la cadena

⁴³² Estas obligaciones también se extenderán a las entidades de evaluación de la conformidad y de acreditación, cuando estas deban intervenir, en la medida que dichas obligaciones sean necesarias para que estas entidades puedan desempeñar sus funciones de garantía de la calidad de los productos agroalimentarios, último párrafo del artículo 46.2.

⁴³³ Salvo que se establezca un plazo distinto en la normativa estatal o europea.

agroalimentaria tengan mayor importancia y una participación decisiva en la elaboración de normas, definición de políticas públicas y en su ejecución.

El Capítulo II hace referencia a las disposiciones sobre menciones de calidad diferenciada y está dividido en siete secciones:

La Sección 1ª la dedica a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas⁴³⁴, que son bienes de dominio público de titularidad de la Comunidad Autónoma de Extremadura⁴³⁵ no susceptibles de apropiación individual, venta, enajenación o gravamen.

Cada denominación de origen o indicación geográfica protegida se regirá por un reglamento aprobado por Decreto del Consejo de Gobierno de la Junta de Extremadura y los estatutos de cada denominación de origen o indicación geográfica, así como sus modificaciones, se aprobarán por una Orden del titular de la Consejería competente y a propuesta de la agrupación solicitante o de la entidad de gestión, previo informe preceptivo de la Abogacía General (art. 50.2 y 3).

La Comunidad Autónoma de Extremadura delegará, siempre que concurren las condiciones legales exigidas, la verificación del pliego de condiciones de estas figuras de calidad a los consejos reguladores, los cuales están sujetos a las obligaciones y responsabilidades de las entidades de evaluación de la conformidad previstas en esta Ley, sin perjuicio de las responsabilidades que resulten exigibles y de las medidas que la Administración autonómica tuviera que tomar para hacer cumplir la legalidad, entre ellas la suspensión o la revocación de la delegación.

Las DOP e IGP estarán protegidas según lo dispuesto en la normativa comunitaria⁴³⁶, pero la protección de las DOP e IGP utilizadas como ingredientes se adecuarán a la comunicación de la Comisión que lleva por título “Directrices sobre el

⁴³⁴ Respecto a su régimen jurídico, la Ley establece que los productores o transformadores que quieran ampararse en una denominación de origen o una indicación geográfica, sin perjuicio de las demás normas aplicables, habrán de cumplir con carácter fundamental lo establecido en el Reglamento (UE) 1151/2012 (art. 50.1).

⁴³⁵ Las DOP e IGP serán regidas por corporaciones de derecho público denominadas consejos reguladores, los cuales están facultados para adoptar acuerdos vinculantes respecto de todos los operadores interesados en el uso de la figura de calidad diferenciada. En relación a los consejos reguladores, además de lo dispuesto para ellos en esta Ley, hay que tener en cuenta la Ley 4/2010, de 28 de abril de Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de Calidad Agroalimentaria de Extremadura.

⁴³⁶ Artículo 13 del Reglamento (UE) 1151/2012.

etiquetado de los productos alimenticios que utilizan como ingredientes DOP e IGP⁴³⁷, sin perjuicio de lo que pueda resultar del derecho de la Unión Europea y su interpretación por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (art. 53).

La sección 2ª y 3ª de este Capítulo II está dedicada a las ETG y al control y las actuaciones oficiales de control de las autoridades competentes con relación a las DOP, IGP y ETG respectivamente, pero la Ley nos remite a lo establecido para ellas en su normativa específica.

Esta sección 3ª también regula (art. 59.1) la verificación del cumplimiento de los pliegos de condiciones de estas figuras de calidad antes de la comercialización que corresponderá a las personas físicas o jurídicas que reúnan los requisitos establecidos por las normas de la Unión Europea para actuar como organismos de control, aunque excepcionalmente la verificación podrá ser realizada por la Administración autonómica o su Administración institucional.

Las agrupaciones de productores o transformadores⁴³⁸ de productos agroalimentarios amparados por una DOP, IGP o ETG aparecen regulados en la sección 4ª⁴³⁹.

Para visibilizar y poner en valor los productos producidos en la región, la Junta de Extremadura ha ido desarrollando marcas promocionales aprovechando su asociación con la imagen de marca Extremadura.

Estas marcas promocionales son un instrumento sencillo para desarrollar estrategias de apoyo a la comercialización, contribuyen a proyectar la imagen y la reputación de los productos extremeños, tienen como finalidad indicar la procedencia

⁴³⁷ El texto puede consultarse en el siguiente enlace: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52010XC1216%2801%29>

⁴³⁸ Se considera agrupación de productores o transformadores cualquier asociación, independientemente de su forma jurídica, que esté compuesta principalmente por productores o transformadores que trabajen con el mismo producto amparado por una DOP, IGP o ETG (art.60.1). La existencia de dichas agrupaciones será de conocimiento público de acuerdo con lo establecido en el artículo 45.2 del Reglamento (UE) 1151/2012 (art. 60.3).

⁴³⁹ Sin perjuicio de las demás normas aplicables, se estará a lo establecido en el artículo 45 del Reglamento (UE) 1151/2012.

geográfica de los productos que amparan y no requieren ser implementadas con estructuras costosas de gestión⁴⁴⁰.

Como marcas promocionales, el Decreto 3/2020 de 12 de febrero, por el que se establecen las condiciones de uso de las marcas promocionales de titularidad de la Junta de Extremadura y se establecen las condiciones mínimas de los Reglamentos de uso, enumera en su Anexo I⁴⁴¹ las marcas “Organics Extremadura” (para identificar los productos agroalimentarios ecológicos) y “Artesanía de Extremadura”.

Respecto a estas marcas promocionales, la producción ecológica⁴⁴² está regulada en la sección 5ª y la Administración autonómica fomentará este sistema general de gestión agrícola y producción de alimentos que combina las mejores prácticas ambientales, un elevado nivel de biodiversidad, la preservación de recursos naturales, la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal y una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales.

La Junta de Extremadura, en 2014, creó la marca mixta “Organics. Productos ecológicos de Extremadura”⁴⁴³ para identificar los productos ecológicos del sector agroalimentario.

En relación a la artesanía alimentaria, ésta es entendida como un valor añadido de identificación del producto agroalimentario producido de manera artesana y reconocible por los consumidores como un elemento de calidad diferenciado, y aunque está regulada en la sección 6ª, el artículo 62 nos remite a su desarrollo reglamentario⁴⁴⁴.

⁴⁴⁰ Introducción del Decreto 3/2020, de 12 de febrero, por el que se establecen las condiciones de uso de las marcas promocionales de titularidad de la Junta de Extremadura y se establecen las condiciones mínimas de los Reglamentos de uso.

⁴⁴¹ Las otras marcas promocionales que enumera el Anexo I son las marcas “Alimentos de Extremadura”, “Piedra Natural de Extremadura” y “Hábitat Natural de Extremadura”.

⁴⁴² La normativa sobre producción ecológica puede consultarse en el siguiente enlace: <http://www.juntaex.es/con03/agricultura-ecologica>

⁴⁴³ Este distintivo se encuentra registrado en la OEPM como marca mixta con el número M3536316 para los productos de la clase 29. Para más información puede consultarse el siguiente enlace: <https://www.alimentosextemadura.com/es/organics/>. Antes de este distintivo, la Junta de Extremadura registró la marca promocional “Organics Extremadura” con el número M2921303 para los mismos productos que el anterior.

⁴⁴⁴ La artesanía en Extremadura está regulada en la Ley 3/1994, de 26 de mayo, de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Para identificar los productos artesanales de la región, la Junta de Extremadura es titular de la marca promocional denominativa “Artesanía de Extremadura”⁴⁴⁵.

La sección 7ª está dedicada a la producción integrada y otras menciones de calidad diferenciada (art. 63.1 y 2 respectivamente).

Con respeto de las normas de la Unión Europea y de las dictadas por el Estado en ejercicio de sus competencias, la Comunidad Autónoma de Extremadura regulará reglamentariamente⁴⁴⁶ y fomentará los sistemas de producción integrada de productos vegetales y sus transformados, por su valiosa contribución al desarrollo sostenible de los recursos naturales y a la obtención de productos de calidad y saludables para el consumidor.

Para identificar estos productos en el mercado, la Junta de Extremadura es titular de la marca mixta “Extremadura Producción Integrada Integrated Production”⁴⁴⁷.

Las otras menciones de calidad diferenciada propias de la Comunidad de Extremadura, respetando las normas de la Unión Europea y las dictadas por el Estado en el ejercicio de sus competencias, podrán ser reguladas reglamentariamente.

El Capítulo III recoge la evaluación de la conformidad de la calidad⁴⁴⁸ y la Ley establece que las entidades de evaluación de la calidad⁴⁴⁹ están obligadas a facilitar a la Administración autonómica, con ocasión de actuaciones administrativas de control e inspección, los datos, documentos, comunicaciones e informes que resulten necesarios para comprobar el cumplimiento de las normas que las regulan y la corrección del ejercicio de su actividad evaluadora, así como comunicar con periodicidad semestral la

⁴⁴⁵ Esta marca promocional está registrada en la OEPM con el número M2903412 para los productos de la clase 20 y puede consultarse en el siguiente enlace: <http://www.juntaex.es/comercioextremadura/36>

⁴⁴⁶ Toda la normativa sobre producción integrada, así como las normas técnicas específicas para los productos pueden consultarse en el siguiente enlace: <http://www.juntaex.es/con03/normativa-produccion-integrada>.

⁴⁴⁷ Marca registrada en la OEPM con el número M2664475 para los productos de la clase 30.

⁴⁴⁸ Sin perjuicio de la aplicación de las normas dictadas por la Unión Europea y de las dictadas por el Estado en el ejercicio de sus competencias tanto con relación a la evaluación de la conformidad de calidad comercial como de la evaluación de la calidad diferenciada (art.64).

⁴⁴⁹ Las entidades de evaluación de la calidad son las entidades de certificación, las entidades de inspección y los laboratorios de ensayo, que deberán de actuar con imparcialidad y llevar a cabo sus funciones con una solvencia técnica debiendo cumplir las condiciones y requisitos establecidos en los artículos 66 (entidades de certificación), 67 (entidades de inspección) y 68 (laboratorios de ensayo).

relación de operadores sometidos a su control y los volúmenes de productos certificados producidos o comercializados por cada uno de ellos (art. 69).

La Ley prevé (art. 70.1) la posibilidad de conceder una autorización provisional⁴⁵⁰ a las entidades de evaluación de la conformidad sujetas al requisito de la acreditación en tanto obtienen esta y se inscribirán de oficio en el Registro⁴⁵¹ correspondiente creado a tal efecto.

En caso de que estas entidades incurran en graves incumplimientos de la normativa relativa a su funcionamiento que pongan en peligro la leal comercialización agroalimentaria así como los derechos e intereses legítimos de los operadores y los consumidores⁴⁵², la Administración autonómica, previo procedimiento contradictorio, podrá suspender cautelarmente el funcionamiento de estas entidades por el tiempo necesario hasta que se justifique su subsanación o se adopte, por la autoridad competente, la resolución que corresponda.

La protección de la calidad de los productos agroalimentarios viene recogida en el Capítulo IV y la Administración autonómica velará para que la información alimentaria en los aspectos de calidad no induzca a error en los consumidores (art. 74) y podrá exigir reglamentariamente menciones obligatorias adicionales de calidad para tipos o categorías específicos de alimentos producidos o elaborados en Extremadura (art. 76.1).

Sólo en el caso de que se haya demostrado la existencia de una relación entre determinadas cualidades del alimento y su origen o procedencia (art. 76.2) la Comunidad Autónoma de Extremadura podrá exigir reglamentariamente menciones sobre la indicación obligatoria de la región extremeña o del lugar de procedencia en Extremadura de los alimentos producidos o elaborados en Extremadura.

⁴⁵⁰ La autorización provisional no podrá exceder de dos años durante los cuales la Administración autonómica supervisará sus funciones y la autorización será revocada si la entidad deja de cumplir los requisitos exigidos. Reglamentariamente se regularán los requisitos para conceder la autorización, las obligaciones de las entidades autorizadas, la suspensión cautelar de sus funciones y su revocación.

⁴⁵¹ Se regulará reglamentariamente, tiene carácter informativo, no condicionará el ejercicio de la actividad de las entidades de evaluación y los datos serán accesibles telemáticamente (art. 71).

⁴⁵² Sin perjuicio de las responsabilidades civiles o administrativas que puede haber, la inexactitud, falsedad u omisión de carácter esencial en cualquier dato de la comunicación previa exigida a las entidades de evaluación de la conformidad o la no presentación ante la Administración autonómica de la misma, determinará la imposibilidad de continuar con el ejercicio de la actividad afectada desde el momento en que se tenga constancia de tales hechos (art.73).

En materia de comercialización de productos agroalimentarios e información alimentaria de productos reconocidos como DOP, IGP y ETG, por norma reglamentaria, se regulará la utilización en el etiquetado, presentación y publicidad de los productos agroalimentarios de menciones como “producido en Extremadura”, “producto de Extremadura”, “producto extremeño”, “extremeño” o similares (art. 77.1).

Por tanto, estas menciones ya no son exclusivas de los productos reconocidos como DOP o IGP, sino que en virtud de lo establecido en el artículo 76.2 dichos términos podrán emplearse para identificar otros productos agroalimentarios cuando así se establezca reglamentariamente y su uso esté justificado por alguno de los siguientes motivos: protección de la salud pública, protección de los consumidores, prevención del fraude, protección de la propiedad industrial y comercial, indicaciones de procedencia, denominaciones de origen y de prevención de la competencia desleal (art. 76.1)..

Por último, la Administración autonómica será la encargada de la protección de la calidad de los productos agroalimentarios de Extremadura así como las menciones de calidad extremeños y no extremeños con recursos adecuados y suficientes y velará especialmente para que los términos “Extremadura”, “extremeño” o “extremeña” no sean utilizados en la información de los productos agroalimentarios contraviniendo la normativa vigente (art. 77.2).

El Capítulo V está dedicado a la comprobación del cumplimiento de las normas sobre calidad alimentaria y además de regular el ejercicio de las funciones inspectoras y el control oficial, en él se recogen las obligaciones de los operadores⁴⁵³ en general y en inspecciones y controles administrativos, las obligaciones de las agrupaciones de productores o transformadores de productos agroalimentarios amparados por una DOP, IGP o ETG y de las entidades de evaluación de la conformidad, y las obligaciones en inspecciones o controles administrativos de los titulares o responsables de establecimientos comerciales relativas a los productos agroalimentarios.

Respecto a la calidad agroalimentaria, los operadores están obligados a consentir la realización de las visitas de inspección y dar toda clase de facilidades para la

⁴⁵³ Los operadores vienen definidos en el artículo 5.2 letra j) como las personas físicas o jurídicas, o sus agrupaciones o asociaciones, cualesquiera que fuere su forma jurídica que, con o sin ánimo de lucro, llevan a cabo actividades relacionadas con las etapas de producción, transformación y distribución de los productos agroalimentarios. Serán también considerados operadores los responsables del cumplimiento de requisitos de calidad agroalimentaria según las normas de la Unión Europea o del Estado que los regulen.

comprobación durante las mismas del cumplimiento de las normas de calidad agroalimentaria [art. 79. f)].

En general, los operadores están obligados⁴⁵⁴ a cooperar plenamente con las autoridades competentes y los organismos delegados para garantizar que los controles oficiales se realicen sin obstáculos y para permitir que las autoridades competentes lleven a cabo las demás actividades oficiales (art. 87).

Las agrupaciones de productores o transformadores de productos agroalimentarios amparados por una DOP, IGP o ETG, las entidades de evaluación de la conformidad⁴⁵⁵ y los titulares o responsables de establecimientos comerciales en relación a los productos agroalimentarios⁴⁵⁶ deberán, en general, consentir la realización de las inspecciones y controles dando toda clase de facilidades para ello.

Para garantizar que se cumplen las normas sobre calidad agroalimentaria, los controles oficiales se llevarán a cabo en la Comunidad autónoma de Extremadura.

En relación a las políticas públicas para fomentar la calidad agroalimentaria en Extremadura (recogidas en el Capítulo VI de este Título III) se pretenden desarrollar con la participación plena y eficaz de personas físicas y jurídicas que puedan realizar aportaciones significativas por su preparación, formación, actividades y representatividad de los sectores implicados para ordenar, impulsar y desarrollar la calidad agroalimentaria en Extremadura (art. 88).

⁴⁵⁴ Los operadores tienen las obligaciones establecidas en el artículo 15 del Reglamento (UE) 2017/625 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de marzo de 2017, relativo a los controles y otras actividades oficiales realizados para garantizar la aplicación de la legislación sobre alimentos y piensos, y de las normas sobre salud y bienestar de los animales, sanidad vegetal y productos fitosanitarios y por el que se modifican los Reglamentos (CE) 999/2001, (CE) 396/2005, (CE) 1069/2009, (CE) 1107/2009, (UE) 1151/2012, (UE) 652/2014, (UE) 2016/429 y (UE) 2016/2031 del Parlamento Europeo y del Consejo, los Reglamentos (CE) 1/2005 y (CE) 1099/2009 del Consejo, y las Directivas 98/58/CE, 1999/74/CE, 2007/43/CE, 2008/119/CE y 2008/120/CE del Consejo, y por el que se derogan los Reglamentos (CE) 854/2004 y (CE) 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 89/608/CEE, 89/662/CEE, 90/425/CEE, 91/496/CEE, 96/23/CE, 96/93/CE y 97/78/CE del Consejo y la Decisión 92/438/CEE del Consejo (Reglamento sobre controles oficiales).

⁴⁵⁵ Las otras obligaciones enumeradas en el artículo 80 son permitir el acceso a sus instalaciones, sedes, dependencias o establecimientos, facilitar la exhibición y la obtención de copia de la documentación, archivos informáticos e informes sobre sus actividades, que deberán conservar por tiempo mínimo de cinco años y comparecer en la sede del órgano administrativo actuante a tales efectos.

⁴⁵⁶ El resto de las obligaciones de los titulares o responsables de establecimientos comerciales en relación con los productos agroalimentarios enumerados en el artículo 81 son suministrar toda clase de información, permitiendo la directa comprobación de los inspectores, justificar las verificaciones y controles efectuados, exhibir la documentación que sirva de justificación de las transacciones efectuadas, facilitar que se obtenga copia o reproducción de la referida documentación y permitir el acceso a los establecimientos, locales, instalaciones y a los vehículos de transporte.

Para ello, reglamentariamente podrá crearse un registro de inspección voluntaria de personas, entidades, grupos investigadores u otras agrupaciones de personas con o sin personalidad jurídica interesadas en dicha participación institucional.

Como principios rectores en materia de calidad agroalimentaria (art. 89) y dentro de las disponibilidades presupuestarias, podemos destacar contribuir a la promoción de productos agroalimentarios extremeños de calidad en el mercado, realzar el valor del patrimonio de los productos agroalimentarios de calidad de Extremadura e incorporar la política de promoción de productos de calidad en las políticas de desarrollo rural, turística y cultural.

Otros principios complementarios a los anteriores consisten en propiciar las iniciativas públicas y privadas para vincular la dehesa extremeña con alimentos de calidad, financiar campañas de información y promoción de alimentos de calidad y recomendar su consumo y por último, difundir e informar sobre la calidad de los productos agroalimentarios impulsando su conocimiento tanto en el mercado interior como en el exterior destacando los aspectos históricos, tradicionales, culturales, su vinculación con el territorio, las innovaciones y nuevas elaboraciones.

El Título VIII está dedicado a los órganos consultivos en el ámbito agrario: El Consejo Asesor Agrario de Extremadura (CAEX)⁴⁵⁷ y el Comité Asesor Agroalimentario de la Comunidad Autónoma de Extremadura (CADECAEX)⁴⁵⁸ que se configura como un órgano colegiado de carácter consultivo cuya finalidad principal (art. 295) es la de asesorar a la Comunidad Autónoma de Extremadura en materia agroalimentaria.

⁴⁵⁷ Es un órgano colegiado permanente de participación, asesoramiento, diálogo y consulta en materia agraria (art. 289) al que tienen acceso los representantes de las organizaciones profesionales agrarias más representativas (art. 291.1). En el Capítulo III se establece el procedimiento de consulta para la determinación de la representatividad de las Organizaciones Profesionales Agrarias en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

⁴⁵⁸ El CADECAEX estará compuesto, de forma paritaria, además de por la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura y de las Organizaciones Profesionales Agrarias más representativas, por otras entidades sociales significativas en el ámbito agroalimentario como las asociaciones más representativas del cooperativismo agrario y de la industria agroalimentaria con mayor implantación en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura, así como por las organizaciones sindicales y empresariales más representativas en el ámbito de la Comunidad Autónoma. También podrán incorporarse al Comité organizaciones de ámbito autonómico representativas de otros intereses y siempre que se traten temas que se refieran específicamente a su ámbito de actuación sectorial, en la forma y condiciones que reglamentariamente se establezcan (art. 296.2 y 3).

De entre todas las funciones que tiene encomendadas el CADECAEX, en materia de calidad agroalimentaria, se encuentra la de proponer medidas para la promoción de políticas de calidad en el sector agroalimentario extremeño [(art. 297. e)].

El último título de la Ley, el Título IX, contiene el régimen sancionador, regulando el procedimiento sancionador y contemplando las infracciones y sanciones en materia de calidad agroalimentaria en el Capítulo II.

La Ley, después de establecer quienes son las personas responsables⁴⁵⁹, tipificar las infracciones⁴⁶⁰ y regular los plazos de prescripción⁴⁶¹ de las infracciones y sanciones, establece los criterios de graduación de las sanciones (art. 318).

Además de los criterios generales de graduación de las sanciones (art. 318.1)⁴⁶², la Ley [(art. 381.2. a)] establece como criterios de graduación específicos en materia de calidad agroalimentaria los perjuicios causados en el prestigio de la mención de calidad, el volumen de ventas o de producción y la posición de la empresa infractora en el sector, la extensión de la superficie de cultivo, el número de animales de la explotación y el valor y el volumen o cantidad de las mercancías o productos afectados por la infracción y por último, la falta de controles y precauciones exigibles en la actividad, servicio o instalación de que se trate.

El Capítulo II contempla un régimen específico de infracciones y sanciones en materia de calidad agroalimentaria.

Además de enumerar las medidas cautelares que se pueden tomar en materia de calidad agroalimentaria (art. 324.1)⁴⁶³, la ley [(art. 324.1.g)] contiene una medida cautelar

⁴⁵⁹ En caso de que no sea posible determinar el grado de participación de las distintas personas que hubiesen intervenido en la realización de la infracción, la responsabilidad será solidaria (art. 315.3)

⁴⁶⁰ El artículo 316 tipifica las infracciones en leves, graves y muy graves.

⁴⁶¹ Los plazos de prescripción de las infracciones y sanciones son uno, dos y cuatro años para infracciones y sanciones leves, graves y muy graves respectivamente, pero los plazos de prescripción de infracciones y sanciones en materia de vías pecuarias y de montes y aprovechamientos forestales se ajustarán a lo dispuesto en la legislación básica del Estado.

⁴⁶² De acuerdo con el principio de proporcionalidad, para la determinación correcta de la sanción a imponer para cada tipo de infracción, se deberá guardar la debida adecuación entre la gravedad del hecho constitutivo de la infracción y la sanción aplicada. Para ello, hay que tener en cuenta el grado de participación y el de culpabilidad, la naturaleza de los perjuicios causados, la reiteración o reincidencia de infracciones o los beneficios que se hayan obtenido o pudiera obtener el infractor o un tercero como consecuencia de la comisión de la infracción.

⁴⁶³ Además de las medidas provisionales (art. 322) en materia de calidad agroalimentaria también se pueden adoptar como medidas cautelares (art. 324.1) son la inmovilización de los productos agroalimentarios materias o elementos para la producción y la comercialización agroalimentaria, así como la retirada de cualquier forma de publicidad difundida a través de cualquier medio (el destino de los

específica para los operadores agroalimentarios voluntariamente acogidos a una mención de calidad que consiste en la suspensión del derecho al uso de la denominación, marca o elemento identificativo de que se trate o la baja del registro correspondiente.

Si el órgano competente para iniciar el procedimiento sancionador confirma la inmovilización cautelar de los productos agroalimentarios, materias o elementos para la producción y la comercialización agroalimentaria [art. 324.1.a)], le comunicará a la persona responsable o titular de los derechos sobre los productos o mercancías inmovilizados que dispone de un plazo de quince días para optar por algunas de las siguientes actuaciones (art. 325.1, apartado 1.1):

- a) Regularizar y subsanar la deficiencia de los productos o mercancías⁴⁶⁴.
- b) Destinar los productos o mercancías para uso industrial, con exclusión de la alimentación humana o animal o a entidades benéficas siempre que no haya riesgo para la salud.
- c) Reenviar o devolver los productos o mercancías a su lugar de origen, en cuyo caso establecer una fianza suficiente que cubra la responsabilidad civil y la posibilidad de sanción.
- d) Hasta que no se resuelva el procedimiento sancionador, deberán destruir o mantener en depósito los productos o mercancías.

Si el responsable o titular de los derechos sobre los productos o mercancías inmovilizados no realiza ninguna de las acciones anteriores en el plazo establecido (art. 325.1, apartado 1.2) o las circunstancias o características del producto o mercancía inmovilizados exigen adoptar una decisión sobre su destino que no permita esperar al transcurso del plazo establecido (art. 325.2), el órgano competente que inició el

productos sometidos a inmovilización cautelar viene regulado en el artículo 325), el control previo de los productos que se pretendan comercializar y respecto de los que con anterioridad se haya detectado alguna irregularidad que haya sido subsanada, la paralización de los vehículos que transporten productos agroalimentarios o materias y elementos para la producción y la comercialización agroalimentaria, la retirada del mercado de productos, materias y elementos para la producción y la comercialización agroalimentaria y pesquera, la suspensión temporal del funcionamiento de un área, elemento o una actividad del establecimiento inspeccionado y la suspensión provisional de la comercialización, compra o adquisición de productos agroalimentarios o materias y elementos para la producción y la comercialización agroalimentaria.

⁴⁶⁴ Para ello, deberá aplicar las prácticas o tratamientos autorizados para adaptarlos a la normativa vigente.

procedimiento sancionador podrá decidir el destino de los productos o mercancías inmovilizados⁴⁶⁵.

En relación a las infracciones específicas en materia de calidad agroalimentaria, de todas las infracciones tipificadas como leves en la ley (art. 327) además de las que hacen referencia a la calidad⁴⁶⁶ es importante señalar las que afectan directamente a los distintivos de calidad como es la utilización de las menciones de calidad diferenciada reguladas por disposiciones reglamentarias autonómicas infringiendo sus normas (siempre y cuando dicha utilización no sea constitutiva de infracción grave) y el incumplimiento de las disposiciones reglamentarias sobre menciones adicionales obligatorias de calidad agroalimentaria para tipos o categorías específicos de productos agroalimentarios producidos o elaborados en Extremadura [(art. 327. s) y t)].

Una vez vistas las infracciones leves, la Ley tipifica como infracciones graves (art. 328) una serie de comportamientos que pueden influir negativamente tanto en la calidad⁴⁶⁷ de los productos agroalimentarios como en los distintivos de calidad de los mismos.

⁴⁶⁵ En cualquier caso los gastos generados como consecuencia de la inmovilización cautelar correrán a cargo de la persona responsable o titular de los derechos sobre los productos o mercancías (art. 325.3).

⁴⁶⁶ Como infracciones leves relacionadas con la calidad alimentaria podemos destacar [(art. 327 u) y v)] el incumplimiento de las normas y prohibiciones establecidas por norma autonómica para proteger la correcta información a los consumidores relativa a los productos agroalimentarios de origen o procedencia de Extremadura (cuando no constituya infracción grave) e infringir las obligaciones sobre la información de la calidad de los productos agroalimentarios y las prohibiciones, así como realizar conductas susceptibles de inducir a error al consumidor con vulneración de lo establecido en las normas de la Unión Europea sobre información alimentaria facilitada al consumidor cuando tampoco sea una infracción grave.

⁴⁶⁷ Las infracciones graves que afectan a la calidad de los productos consisten en no tener los preceptivos sistemas de gestión de la calidad o que estos tengan graves defectos que no puedan garantizar el cumplimiento de los requisitos de calidad de los productos agroalimentarios, cometer inexactitudes, errores u omisiones en los datos o informaciones en el etiquetado, los documentos de acompañamiento, documentos comerciales, registros, rotulación, presentación y embalajes de los productos agroalimentarios cuando se refieran a indicaciones obligatorias o afecten a su naturaleza, identidad, naturaleza, nivel, categoría o mención de calidad, características, composición, procedencia u origen o el hecho de incluir en el etiquetado y demás documentación del producto cualquier tipo de información que no se corresponda al producto o que por su similitud fonética, gráfica u ortográfica pueda inducir a confusión aunque se incluyan los términos tipo, estilo, género, imitación, sucedáneo o análogos ni se corresponda al verdadero lugar de producción, fabricación, elaboración, envase o comercialización o distribución [(art. 328. a), j) y m)]. Otras infracciones graves relacionadas con la calidad consisten en cometer fraude en las características de los productos agroalimentarios o la discrepancia existente entre las características reales del alimento o producto y las que ofrece el operador cuando afecte a la calidad del producto e infringir las obligaciones sobre la información de la calidad de los alimentos y realizar comportamientos que puedan inducir a error al consumidor por vulnerar la normativa europea sobre información alimentaria [(art. 328. o) y g')].

Las conductas relacionadas con las DOP, IGP y ETG que afectan negativamente a los distintivos de calidad consisten en infringir la protección que los artículos 13 y 24 del Reglamento UE 1151/2012 le otorga a estas figuras de calidad o la infracción de lo establecido en el artículo 53 de esta ley en relación a las condiciones para el uso de estas figuras de calidad en productos agrícolas y alimenticios utilizados como ingredientes [(art. 328. x) y) y z)].

Otro grupo de infracciones graves relacionadas con los distintivos de calidad están basadas en el uso de menciones, abreviaturas, símbolos o cualesquiera otros signos referentes a menciones de calidad sin que los productos sean conformes con las normas del régimen de calidad correspondiente y en la utilización de menciones de calidad sobre productos agroalimentarios tradicionales o artesanales sin cumplir los requisitos establecidos en las disposiciones reglamentarias que las regulen [(art.328. w) y a’)].

Como últimas infracciones graves destacables es importante señalar el uso, sin tener derecho a ello, de indicaciones, nombres, comerciales, marcas, símbolos o emblemas referidos a los nombres protegidos por una DOP, IGP, ETG, una denominación geográfica o una mención de calidad de titularidad pública, tener, negociar o utilizar de forma indebida los documentos, etiquetas, precintos, marchamos y demás signos de identificación propios de las DOP, IGP y ETG o que la agrupación de productores o transformadores de estas figuras de calidad europeas obstruyan, dilaten o no faciliten los controles, supervisión, auditorias e inspecciones de los órganos administrativos competentes [(art. 328.i’, h’) y b’) respectivamente)].

Por último, constituyen infracciones muy graves relacionadas con los distintivos de calidad, falsificar los documentos, marchamos, precintos, logotipos, marcas, etiquetas, contraetiquetas y demás elementos o signos de identificación propios de las DOP, IGP y ETG y realizar acciones con publicidad o comportamientos que causen un grave desprestigio o perjuicio a éstas figuras de calidad [(art. 329. a), b) y c)].

La Ley establece como criterio general sobre responsabilidad de infracciones que son responsables aquellos quienes que por acción u omisión hubiesen participado en las mismas (art. 330).

Además de las sanciones pecuniarias que la ley prevé por la comisión de infracciones leves, graves o muy graves (art. 331)⁴⁶⁸ para las infracciones graves o muy graves también se podrán imponer sanciones accesorias⁴⁶⁹.

Si estas infracciones graves o muy graves son cometidas por operadores de menciones de calidad diferenciada (art. 331.4) puede acordarse como sanción accesoria la suspensión temporal⁴⁷⁰ del derecho de uso de la denominación, figura, mención, logotipo o marca, por un plazo máximo de tres años o de cinco según la infracción sea grave o muy grave.

De entre todas las Disposiciones adicionales que tiene la Ley, es importante señalar las cuatro primeras.

La primera garantiza que el 25% del importe total de los Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de Extremadura se destine a los sectores agrario y agroalimentario y al medio natural⁴⁷¹ y la segunda establece que se aplicará lo establecido en esta Ley a menciones de calidad no incluidas en su ámbito en aquellos aspectos compatibles con su regulación y en la medida que ello resultara exigido por normas de la Unión Europea.

La tercera disposición adicional recoge el carácter prevalente de los Reglamentos que se mencionan en esta disposición y sus futuras modificaciones y Reglamentos de desarrollo sobre el contenido de la esta Ley y la cuarta dispone que corresponderá al órgano competente según determine la normativa autonómica sobre patrimonio⁴⁷², sin

⁴⁶⁸ Las infracciones leves serán sancionadas con apercibimiento o multa de hasta 3.000 euros, las graves con multa comprendida entre 3.001 y 60.000 euros y las muy graves con multa comprendida entre 60.001 y 1.200.000 euros. Cuando el beneficio obtenido por la infracción grave o muy grave excediera de dicho umbral máximo, el límite superior será dicho beneficio incrementado en un 50 por 100.

⁴⁶⁹ Las sanciones accesorias pueden consistir en el decomiso de mercancías, productos, envases, etiquetas y demás objetos relacionados con la infracción, o cuando se trate de productos no identificados, la clausura temporal, parcial o total, de la empresa sancionada, por un período máximo de cinco años, la suspensión de los organismos de evaluación de la conformidad, de forma definitiva o por un período máximo de diez años, la inhabilitación para el desarrollo de sus funciones del personal técnico así como de las personas directivas de los organismos de evaluación de la conformidad que hayan sido declarados responsables de las infracciones cometidas por período máximo de cinco años, la retirada de la autorización tanto de los órganos de gestión como de los organismos de evaluación de la conformidad y la denegación, supresión, cancelación o suspensión total o parcial del acceso a las ayudas, créditos o subvenciones públicas reconocidas o solicitadas por período máximo de cinco años (art. 331.2).

⁴⁷⁰ La suspensión temporal del derecho de uso de la denominación o marca supone la suspensión del derecho de utilizar etiquetas y otros documentos de la denominación.

⁴⁷¹ Esta medida está supeditada a la evolución general de la economía y a su concreción en disponibilidades presupuestarias futuras.

⁴⁷² Ley 2/2008, de 16 de junio, de Patrimonio de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

perjuicio de la colaboración que deba prestar el órgano competente en materia de calidad agroalimentaria, cuando compete a la Comunidad Autónoma, las actuaciones en materia de marcas relacionadas con una mención de calidad agroalimentaria diferenciada de titularidad de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

D) Ley 5/2018, de 6 de marzo, de la Huerta de Valencia⁴⁷³.

La Comunidad Valenciana no tiene una única norma que regule la actividad agraria sino que esta materia se encuentra regulada en diversas normas.

Desde el punto de vista de la actividad agraria, ésta se encuentra regulada a nivel autonómico en la Ley 5/2019, de 28 de febrero, de estructuras agrarias de la Comunidad Valenciana⁴⁷⁴, la Ley 3/2013, de 26 de julio, de los contratos y otras relaciones jurídicas agrarias⁴⁷⁵ y la Ley 35/2011, de 4 de octubre, sobre titularidad compartida de las explotaciones agrarias⁴⁷⁶.

Estas leyes autonómicas pueden tener carácter supletorio a la Ley 5/2018, de 6 de marzo, de la Huerta de Valencia que regula la actividad agraria de la Comunidad valenciana de un modo más específico y cuyo objeto (art.1.1) es la preservación, recuperación y dinamización de la Huerta como espacio con reconocidos valores agrarios, ambientales, paisajísticos, arquitectónicos, históricos, culturales y antropológicos, que son determinantes para el progreso económico, la calidad de vida de los ciudadanos y la

⁴⁷³ La ley está estructurada en un título preliminar, ocho capítulos (que regulan las disposiciones generales, los elementos constitutivos de la Huerta de Valencia, el plan de ordenación territorial de ordenación y dinamización de la Huerta de Valencia y su régimen jurídico. También se regula el régimen jurídico agrario infrautilizado, la clasificación y zonificación del suelo, el consejo de la Huerta, el plan de desarrollo agrario y por último las explotaciones agrarias profesionales y la transmisión de campos de cultivo) y tres disposiciones adicionales, 4 transitorias, dos finales y un anexo que delimita el ámbito de aplicación de la ley, La ley ha sido modificada en algunos artículos por la Ley 9/2019, de 23 de diciembre, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat.

⁴⁷⁴ El objeto de la Ley, según el artículo 1, es establecer un marco general que impulse la mejora de las estructuras agrarias en la Comunidad Valenciana para garantizar la viabilidad y sostenibilidad del sector agrario. En relación a los productos agrarios de calidad diferenciada la ley (art. 36) establece como uno de los objetivos de los proyectos de iniciativas de gestión en común el promover la calidad alimentaria de los productos de la Comunidad Valenciana.

⁴⁷⁵ Esta Ley regula las modalidades especiales del contrato de compraventa de la venta a ojo y venta al peso, la figura del corredor o corredora y/o alfarrassador o alfarrassadora, el arrendamiento rústico histórico, los censos que aún perviven en los libros registrales, la regulación de la costumbre del tornallom, la creación y funciones del Registro de Operadores, Contratos y otras Relaciones Jurídicas Agrarias, el fomento del arbitraje y la mediación en el ámbito de los contratos que regula la ley y por último el régimen de infracciones y sanciones.

⁴⁷⁶ La finalidad de esta ley (art. 1) es adaptar el marco jurídico a la realidad social, garantizando así la igualdad entre hombres y mujeres en el mundo rural.

gestión sostenible del área metropolitana de Valencia, promoviendo la rentabilidad y viabilidad económicas de la actividad agraria.

Para alcanzar estos fines, se establece un marco regulador de los usos del suelo y medidas de gestión y financiación de la actividad agraria que fomentan el mantenimiento de la actividad productiva, la mejora de las condiciones de vida de las personas que se dedican a la agricultura y la preservación de la Huerta de Valencia frente a las presiones de naturaleza urbanística que amenacen su sostenibilidad (art. 1.2).

La ley hace referencia a la calidad de los productos agroalimentarios [(art. 41.e)] cuando establece como función del Consejo de la Huerta de Valencia⁴⁷⁷ la promoción y gestión de las marcas de calidad de los productos de la huerta que los doten de un mayor valor añadido y los diferencien del resto del mercado, y dentro del Plan de desarrollo agrario de la Huerta de Valencia cuando establece como uno de los objetivos que deben conseguirse con las líneas estratégicas del Plan es la incentivación de las producciones de calidad, incluyendo las marcas de calidad, el consumo, la proximidad, la agroecología, la sostenibilidad, el uso de variedades locales o cualquier acción que contribuya a la diferenciación de la Huerta de Valencia y sus productos [(art. 45.4 c)].

En la Comunidad Valenciana, la legislación a tener en cuenta en materia de calidad agroalimentaria es la Ley 10/2006, de 26 de diciembre, de la Generalitat, de Medidas Fiscales, de Gestión Administrativa y Financiera y de Organización de la Generalitat que su Capítulo XVII formado únicamente por el artículo 53 lo dedica a la protección de los sistemas de calidad agroalimentaria estableciendo el marco general constituido por las figuras de calidad agroalimentarias conforme a la normativa europea.

En primer lugar se define a los sistemas o figuras de calidad⁴⁷⁸ como la protección sobre los productos agrarios y alimentarios con un diferencial de calidad debido a sus características específicas que pueden resultar muy beneficiosas para el mundo rural, que

⁴⁷⁷ El objeto del Consejo de la Huerta de Valencia es garantizar la pervivencia y promover la dinamización de las actividades agrarias en la Huerta de Valencia. LÓPEZ PÉREZ, F., “Ley 5/2018, de 6 de marzo, de la Generalitat, de la Huerta de Valencia”, *Actualidad Jurídica Ambiental*, núm. 78 (Abril), 2018, pg. 84.

⁴⁷⁸ RAMON FERNANDEZ, F., “Las marcas de calidad y las denominaciones de origen de los productos agrarios y agroalimentarios” en “*El derecho agrario valenciano y su aplicación a la empresa familiar agroalimentaria y los usos del suelo. Aspectos jurídicos y económicos*”, Coor. por Ramón Fernández, F., ed. Tirant Lo Blanch, Valencia, 2013, pg. 182.

se deben a su origen geográfico o a métodos y técnicas respetuosos con el medio ambiente.

Las figuras de calidad agroalimentaria de la Comunidad Valenciana que se enumeran⁴⁷⁹ son las DOP, IGP, ETG, la agricultura ecológica⁴⁸⁰, la marca de calidad “CV”⁴⁸¹ como marca de garantía propia, la artesanía agroalimentaria y aquellas otras figuras derivadas de la aplicación de Programas de Calidad de la propia Comunidad⁴⁸².

Respecto a las figuras de calidad europeas (DOP, IGP y ETG y la agricultura ecológica) establece en la sección 2ª, Dos. 2, que los nombres geográficos o cualquiera de las menciones de las indicaciones de calidad de esta Ley son bienes de titularidad pública de la Generalitat y por tanto no pueden ser objeto de apropiación particular, enajenación o gravamen.

La gestión de las figuras de calidad se llevará a cabo por los denominados órganos de gestión⁴⁸³ o consejo regulador, cuyas principales funciones son la representación, defensa, garantía, promoción y el desarrollo de mercados de los productos amparados.

Respecto al sistema de control y certificación⁴⁸⁴ de los productos agrarios y agroalimentarios con distintivo DOP, IGP o agricultura ecológica éste puede ser realizado:

- a) por un organismo público,
- b) por el propio órgano de gestión siempre y cuando se encuentren adecuadamente separadas las funciones de gestión y control,

⁴⁷⁹ RAMON FERNANDEZ, F., “Las marcas de calidad y las denominaciones de origen de los productos agrarios y agroalimentarios”, op. cit., pgs. 182-183.

⁴⁸⁰ La normativa autonómica básica en agricultura ecológica puede consultarse en el siguiente enlace: http://www.agroambient.gva.es/es/web/_/desarrollo-rural/cae-cv

⁴⁸¹ Esta marca será analizada con posterioridad y está regulada en el Decreto 91/1998, de 16 de junio, del Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el Reglamento de la Marca de Calidad “CV” para Productos Agrarios y Agroalimentarios.

⁴⁸² Lo dispuesto en este capítulo será de aplicación a todas las figuras de calidad ya existentes en la Comunidad Valenciana o que puedan crearse en el futuro así como a las estrategias derivadas de la implantación de política de calidad y a las bebidas espirituosas y tradicionales.

⁴⁸³ Tienen personalidad jurídica propia, plena capacidad de obrar y como pueden tener naturaleza pública o privada pueden funcionar en régimen de derecho público o privado. Los órganos de gestión también están facultados para asociarse, constituir o ser partícipes de asociaciones, fundaciones y sociedades civiles y mercantiles con el objeto de conseguir sus fines.

⁴⁸⁴ Este aspecto ha sido modificado por el artículo 99 de la Ley 16/2010, de 27 de diciembre, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera, y de organización de la Generalitat.

c) por un organismo independiente de control inscrito como tal en el registro correspondiente,

d) o por un organismo independiente de inspección acreditado en el cumplimiento de la norma sobre criterios para el funcionamiento de los diversos tipos de organismos que realizan inspección.

En relación a las ETG el control será llevado a cabo por organismo independiente de control, con la correspondiente autorización por la autoridad competente en materia de calidad agroalimentaria.

Respecto a la Artesanía agroalimentaria, aunque la Ley nos remite a su reglamento de desarrollo⁴⁸⁵, la sección 4ª. Siete, la define como la actividad de elaboración, manipulación y transformación de productos alimentarios que cumpliendo los requisitos que establece la normativa vigente están sujetos a unas condiciones durante todo su proceso productivo, que siendo respetuosas con el medio ambiente, garantizan al consumidor un producto final individualizado, de calidad y con características diferenciales obtenido gracias a las pequeñas producciones controladas por la intervención personal del artesano.

Otra figura de calidad reconocida en la Comunidad Valenciana son los productos agrarios obtenidos por técnicas de producción integrada.

En último lugar, la producción integrada, regulada en el Decreto 121/1995, de 19 de junio, del Gobierno Valenciano, sobre valorización de productos agrarios obtenidos por técnicas de agricultura integrada⁴⁸⁶, es una técnica que consiste en producir

⁴⁸⁵ La Artesanía agroalimentaria está regulada en Ley de la Generalitat Valenciana 1/1984, de 18 de abril, de ordenación de la artesanía, en el Decreto 172/2013, de 15 de noviembre, del Consell, por el que se regula la Comisión de la Artesanía de la Generalitat y en las Órdenes de 4 de junio de 1985, 9 de septiembre de 1994, 22 de febrero de 2007, la Orden 37/2014 de 29 de diciembre y la Orden 9/2019 de 4 de octubre que incluyen nuevas actividades en el Repertorio de Oficios Artesanos de la Comunidad Valenciana. Para más información, consultar el siguiente enlace: <https://www.centroartesianiacv.com/?acceso=artesanos&menu=legislacion>

⁴⁸⁶ Hay que tener en cuenta la Orden de 23 de mayo de 1997, de la Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación, sobre reglamentación de las producciones obtenidas por técnicas de agricultura integrada y de las condiciones de autorización de las Entidades de control y certificación, la Orden 44/2010, de 14 de diciembre, de la Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación, sobre la reglamentación de las producciones obtenidas por técnicas de agricultura integrada y de las condiciones de autorización de entidades de control y certificación y las Órdenes 1/2012, de 30 de enero y 13/2012, de 2 de octubre de la Conselleria de Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua, que modifican la Orden 44/2010.

alimentos⁴⁸⁷ utilizando al máximo los recursos y los mecanismos de regulación naturales y asegura a largo plazo una agricultura viable. En ella los métodos biológicos, químicos y otras técnicas son cuidadosamente elegidos y equilibrados, teniendo en cuenta la protección del medio ambiente, la rentabilidad y las exigencias sociales (art. 1.2).

E) Ley 3/2019, de 31 de enero, Agraria de las Illes Balears⁴⁸⁸.

La exposición de motivos de la ley señala que la actividad agraria cumple una función estratégica en la sociedad y en la economía de las Islas Baleares desde las perspectivas social, ambiental y económica porque aunque su finalidad principal es la producción de alimentos, el mantenimiento de los sistemas agrarios es imprescindible para la seguridad alimentaria de la población residente y para la contribución a la conservación del territorio, el paisaje, el medio y la biodiversidad rurales.

Un aspecto importante recogido en esta Ley que destaca por su especial trascendencia, es el reconocimiento y la plasmación de la insularidad⁴⁸⁹ en el ámbito de la agricultura como un hecho diferencial y merecedor de protección especial y prioritaria con la finalidad de compensar los efectos negativos en los sectores agrario y agroindustrial para competir en igualdad de condiciones y derechos con el resto del Estado y la Unión Europea.

El objeto de la Ley (art. 1) es la ordenación general de los sectores agrícola, ganadero, agroalimentario, forestal y el desarrollo rural de las Islas Baleares, a los que se les reconoce el carácter estratégico y multifuncional en el marco de la política agraria común europea y la legislación del Estado.

⁴⁸⁷ El reglamento específico de cada producto puede consultarse en el siguiente enlace: <http://www.agroambient.gva.es/es/web/agricultura/reglamentos-especificos-de-produccion-integrada-en-la-comunitat-valenciana>

⁴⁸⁸ Esta ley ha sido objeto de un Acuerdo de la Comisión Bilateral de Cooperación Administración General del Estado-Comunidad Autónoma de las Islas Baleares para solucionar las discrepancias surgidas en los artículos 38, 39 y 107.2 y en la Disposición adicional tercera. Consta de ciento noventa y nueve artículos, divididos en un título preliminar que regula las disposiciones generales de la ley y once títulos dedicados a al ejercicio y registro de la actividad agraria y los derechos y obligaciones de los titulares de las explotaciones agrarias, las competencias en materia agraria, la producción agraria, la actividad complementaria y los usos agrarios. En estos títulos también se regulan el reconocimiento de los valores agrarios y los servicios ambientales, la transformación y la comercialización, la mejora del conocimiento agrario, la función social y preventiva, el asociacionismo agrario y el régimen de inspección y de infracciones y sanciones en materia agraria y agroalimentaria. La ley también cuenta con dos disposiciones adicionales, cuatro disposiciones transitorias, una disposición derogatoria, seis disposiciones finales y un anexo.

⁴⁸⁹ La insularidad está expresamente regulada en el artículo 4 de la Ley, de conformidad con el artículo 174 TFUE, el artículo 138.1 CE y el artículo 3 del Estatuto de Autonomía de las Islas Baleares.

El ámbito material (art. 2) comprende la regulación y el registro del ejercicio de las actividades agraria y complementaria, la producción, transformación y comercialización agraria y agroalimentaria, los usos agrarios y otras materias relacionadas. En relación al ámbito territorial (art. 3 según lo previsto en el art. 2 del Estatuto de Autonomía) la ley es de aplicación en todo el territorio de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares formado por las islas de Mallorca, Menorca, Ibiza, Formentera y Cabrera y las demás islas menores adyacentes.

De entre todos los conceptos que define a ley (art. 5)⁴⁹⁰, en relación con la calidad alimentaria, es importante señalar la venta en circuito corto [(art. 5. mm)] entendiéndose por ésta la venta de productos agrarios de calidad diferenciada de ámbito geográfico autonómico o de un ámbito geográfico de radio inferior a 90 kilómetros, que realizan los productores o las agrupaciones de productores agrarios para los consumidores finales, con la intervención, como máximo, de un agente económico intermediario, dedicado a la cooperación, al desarrollo económico local y las relaciones socioeconómicas justas entre productores y consumidores.

Los objetivos de esta ley relacionados con la calidad alimentaria hacen referencia al fomento de la producción ecológica, de la producción diferenciada y de calidad y, en general, de la producción local, de manera que se cubran las expectativas de los consumidores a precios justos y se garanticen la suficiencia y la seguridad alimentarias, la sanidad animal y vegetal y el bienestar de los animales, y a la valorización de la peculiaridad de los productos agrarios tradicionales e innovadores de las Islas Baleares, fomentando los signos distintivos de origen y calidad y el prestigio y la rentabilidad de su industria agroalimentaria como instrumento básico de una renta agraria adecuada y del desarrollo económico en el medio rural [(art. 6 g) y j)].

Los Consejos Insulares (art. 12.1) mantendrán un registro agrario⁴⁹¹ en el que se inscribirán preceptivamente las explotaciones agrarias que lleven a cabo las actividades agraria y complementaria definidas en el artículo 5.

⁴⁹⁰ De acuerdo con la Ley 19/1995, de 4 de julio, de modernización de las explotaciones agrarias, las definiciones que contiene este artículo se consideran imprescindibles para una adecuada aplicación de la Ley, de la legislación autonómica de las Islas Baleares y de los instrumentos de ordenación económica, territorial, urbanística y medioambiental de competencia autonómica, insular o local (Exp. de motivos III).

⁴⁹¹ La inscripción en el registro es un requisito indispensable para el inicio y ejercicio de las actividades agraria y complementaria en las explotaciones agrarias previstas en el artículo 13.1.a) y b) y es el instrumento básico estadístico y directorio para aplicar la política agraria de las administraciones públicas

Respecto a la información que debe contener el registro agrario la ley (art. 12.4) también establece cuáles son los datos que el agricultor debe facilitar a la Administración⁴⁹². En los registros insulares agrarios deberán constar los datos recogidos en otros registros administrativos referidos a las actividades agraria y complementaria de los titulares, las marcas y los distintivos de calidad, las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas⁴⁹³.

El registro incluirá los datos recogidos en otros registros administrativos referidos a esas actividades, como las relativas a los diversos métodos de producción y cultivos, la ganadería y los censos ganaderos, las marcas y los distintivos de calidad, las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas, la maquinaria, las actividades de agroturismo, agrocultura, agroocio, y cualquier otra acción relativa a las actividades de la explotación agraria.

Respecto al régimen competencial, la Ley le dedica el Título II, el cual se divide en dos Capítulos:

El primero de ellos está dedicado a las competencias en materia agraria y para destacar el carácter pluriinsular de la Comunidad Autónoma, la ley distribuye las competencias reglamentarias y ejecutivas y de gestión entre los consejos insulares y el Gobierno y la Administración de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares.

Mientras que en materia de agricultura y ganadería, calidad, trazabilidad y condiciones de los productos agrarios y ganaderos y de los productos alimentarios derivados, las competencias corresponden a los Consejos insulares (arts. 17 y 18.1), el resto de las materias son competencia del Gobierno y de la Administración de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares (art. 18.2). Además, este capítulo recoge los mecanismos de cooperación, colaboración y coordinación entre ellos⁴⁹⁴ y crea (art. 24) la

de las Islas Baleares para disponer de manera permanente, integrada y actualizada de toda la información necesaria para el desarrollo, planificación y ordenación del sector agrario de cada isla (art. 12.2 y 3). Además del registro insular agrario, el artículo 14 prevé que la administración de las Islas Baleares gestionará el registro interinsular agrario que contiene la información remitida de forma telemática, periódica y actualizada por los consejos insulares.

⁴⁹² COSIALLS UBACH, A. M., “La Ley Agraria de Baleares”, *Revista de derecho agrario y alimentario*, año núm. 31, núm. 66, 2015, pg. 81.

⁴⁹³ Los datos se recogerán segregados por sexo y el agricultor también deberá facilitar a la Administración los métodos de producción y cultivos, la ganadería y los censos ganaderos, la maquinaria, las actividades de agroturismo, agrocultura, agroocio y cualquier otra acción relativa a las actividades de la explotación agraria.

⁴⁹⁴ Es importante señalar la previsión de las dotaciones económicas necesarias para que ambas instituciones puedan atender a la política agraria y a los planes de desarrollo rural (art. 20.2).

Conferencia Sectorial de Consejeros Competentes en Materia Agraria de los Consejos insulares y de la Administración de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares⁴⁹⁵.

El segundo capítulo regula los órganos colegiados de consulta y asesoramiento en materia agraria y forestal, que son los Consejos Agrarios Insulares, el Consejo Agrario Interinsular, el Consejo Forestal Interinsular de las Islas Baleares y los Consejos Agrarios Locales (arts. 25-29).

Dentro de la regulación que la ley (art. 31) hace de la producción agraria⁴⁹⁶, incluye como principios de la producción agraria en materia de calidad alimentaria las siguientes medidas de fomento:

a) La producción de alimentos seguros y de calidad, adaptados a las demandas del mercado.

b) El fomento de la producción local y, en especial, la ecológica, de la producción diferenciada y de los diversos signos distintivos de calidad, y

c) El fomento de las agrupaciones de productores para facilitar la implantación de innovaciones y el desarrollo de acciones para la mejora de la sanidad, la seguridad, la calidad y la sostenibilidad de la producción agraria.

La ganadería, desarrollada de manera sostenible, constituye una actividad estratégica para la seguridad alimentaria local y para garantizar el mantenimiento de los recursos naturales que la sostienen. De entre las disposiciones específicas que en esta materia la ley contiene [(art. 66. c)], es importante señalar como medida para hacer efectivo el carácter estratégico de la ganadería, el impulso de los distintivos de calidad que puedan amparar las producciones ganaderas de las Islas Baleares.

La transformación y la comercialización agraria⁴⁹⁷ en las Islas Baleares tienen que ajustarse a los objetivos enumerados en el artículo 125, de entre los que cabe destacar, en

⁴⁹⁵ Es el órgano de cooperación y coordinación en materia agraria y agroalimentaria de la comunidad Autónoma de las Islas Baleares en materias o asuntos de interés común.

⁴⁹⁶ La producción agraria en las Islas Baleares se rige por la normativa comunitaria, la del Estado, esta ley y la legislación sectorial que sea aplicable, e incluye la producción agrícola, ganadera y forestal, una referencia al régimen hídrico de las explotaciones agrarias, a las energías renovables y unas disposiciones relativas a los productos, subproductos y envases de origen agrario y al estiércol.

⁴⁹⁷ La transformación y la comercialización agraria en las Islas Baleares está regulada en el Título VII, el cual se divide en tres Capítulos: el Capítulo I enumera los principios generales, el Capítulo II regula la calidad diferenciada y el Capítulo III se dedica a la transformación de productos agrarios y agroalimentarios.

materia de calidad de los productos agroalimentarios, el recogido en la letra d) que hace referencia la identificación, la seguridad, la trazabilidad y la calidad de los productos agrarios y agroalimentarios.

Especialmente en el ámbito agrario, sanitario y educativo, las administraciones de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares deben desarrollar programas de incentivación de la mejora de la calidad de los productos agrarios y alimentarios producidos en su territorio de manera que el mercado reconozca sus buenas cualidades físicoquímicas, organolépticas y nutritivas.

Se deberá incentivar la obtención de productos con origen y calidad diferenciados y fomentar el patrimonio agrario y agroalimentario y además la administración agraria publicará un listado autonómico de productos de temporada con el objetivo de garantizar el conocimiento y fomentar su comercialización y distribución en los períodos adecuados (art. 130).

El Capítulo II del Título VII regula la calidad diferenciada, siendo las Administraciones públicas competentes en materia agraria de las Islas Baleares las que deben potenciar, fomentar y promover medidas de incentivación para la implantación de sistemas de gestión y mejora de la calidad en relación con las empresas agraria y agroalimentarias (art. 131).

La ley define el concepto de denominación de calidad diferenciada (art. 132.1) como la figura que sirve para identificar un producto agrario o alimentario con características diferenciales, que tiene un reglamento o un pliego de condiciones y que dispone de un sistema para controlarla.

Las figuras de calidad diferenciadas que enumera la ley (art. 132.2) son las DOP, IGP y ETG, la producción integrada⁴⁹⁸, la producción ecológica⁴⁹⁹, los alimentos

⁴⁹⁸ La normativa que regula la producción integrada en las Islas Baleares puede consultarse en el siguiente enlace: http://www.caib.es/sites/producciovegetal/es/normativa_y_cuaderno_de_campo-80583/

⁴⁹⁹ Según el artículo 133 de la Ley, “la producción agraria ecológica tiene la consideración de estratégica como sistema de producción transversal con reconocimiento internacional, incluido en el *Codex Alimentarius*, por su contribución a la conservación del medio, la internalización de costes ambientales y la generación de beneficios públicos tanto sociales como ambientales”.

tradicionales⁵⁰⁰, las marcas de garantía y otros distintivos autorizados y por último la producción agraria y agroalimentaria artesanal⁵⁰¹.

Las denominaciones de calidad diferenciada pueden ser gestionadas y controladas por entidades públicas o privadas⁵⁰², que deben velar por el cumplimiento de los reglamentos de estas denominaciones.

En todos los casos, las entidades de gestión y control deberán cumplir la normativa sobre requisitos generales de las entidades de certificación de productos y el Reglamento (UE) 2017/625, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de marzo, relativo a los controles y otras actividades oficiales realizados para garantizar la aplicación de la legislación en materia de alimentos y de piensos, y de las normas sobre salud animal y bienestar de los animales, sanidad vegetal y productos fitosanitarios⁵⁰³.

Las Administraciones públicas competentes en materia agraria velarán por la certificación correcta de los productos agrarios y agroalimentarios que tengan denominación de calidad diferenciada y establecerán la supervisión adecuada del funcionamiento regular de las entidades certificadoras.

De entre los derechos y obligaciones de las personas físicas o jurídicas que ejerzan la actividad agroindustrial relacionados con la calidad alimentaria es importante señalar [(art. 137.2. a)] la obligación que consiste en el cumplimiento de los requisitos de buenas

⁵⁰⁰ En el artículo 135 de la Ley se crea el Catálogo de alimentos tradicionales de las Islas Baleares, con el objetivo de preservar y revalorizar su patrimonio alimentario, en el que se incluyen los alimentos típicos y tradicionales de las Islas. A los efectos de esta ley, se entiende que un alimento es tradicional de las Islas Baleares cuando se acredite un mínimo de treinta años de producción, elaboración o comercialización en las Islas Baleares. Los productos que forman parte de este catálogo pueden consultarse en el siguiente enlace: <http://www.illesbalearsqualitat.es/iquafront/aliment-tradicional/list?lang=es>

⁵⁰¹ La legislación básica sobre la artesanía en las Islas Baleares es la Ley 4/1985, de 3 de mayo, de Ordenación de la Artesanía.

⁵⁰² La ley califica a los consejos reguladores u otros organismos de gestión y control de las denominaciones de calidad como corporaciones de derecho público de base asociativa, con autonomía y capacidad de obrar para el cumplimiento de sus funciones, que deberán ajustar la actividad propia al ordenamiento jurídico privado, sin perjuicio de la aplicación del ordenamiento jurídico público en lo relativo al ejercicio de las potestades administrativas que tengan atribuidas y otros supuestos que prevea la ley (art. 134).

⁵⁰³ Este Reglamento modifica los reglamentos (CE) 999/2001, (CE) 395/2005, (CE) 1069/2009, (CE) 1107/2009, (UE) 1151/2012, (UE) 652/2014, (UE) 2016/429, (UE) 2016/2031 del Parlamento Europeo y del Consejo; los Reglamentos (CE) 1/2005 y (CE) 1099/2009 del Consejo; las Directivas 98/58/CE, 1999/74/CE, 2007/43/CE, 2008/119/CE y 2008/120/CE del Consejo, y por el que se derogan los Reglamentos (CE) 854/2004 y (CE) 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 89/608/CEE, 89/662/CEE, 90/425/CEE, 96/23/CE, 96/93/CE y 97/78/CE del Consejo y la Decisión 92/438/CEE del Consejo (Reglamento sobre controles oficiales).

prácticas en la actividad industrial y empresarial, en su caso, y también de la legislación vigente en materia de seguridad, trazabilidad y calidad alimentaria.

El Capítulo IV de este Título VII está dedicado a la promoción y la comercialización de los productos agrarios y agroalimentarios de las Islas Baleares. En este sentido, las Administraciones públicas competentes en materia agraria deberán apoyar la presencia en el mercado de los productos agrarios y agroalimentarios de las Islas Baleares mediante acciones de promoción, especialmente de las denominaciones de calidad diferenciada de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares y sus producciones amparadas. También deberán fomentar la implantación de sistemas y canales de comercialización que permitan acortar la distancia entre productores y consumidores priorizando la venta de proximidad⁵⁰⁴ (venta en circuito corto y venta directa⁵⁰⁵), los alimentos frescos, de temporada y de calidad diferenciada (art. 140. 2 y 3).

También se fomentarán prioritariamente las iniciativas y proyectos orientados a mejorar la comercialización de las denominaciones de calidad de la comunidad Autónoma de las Islas Baleares y sus producciones amparadas [(art. 141.2. a)].

La ley regula el suministro a las instituciones públicas de las Islas Baleares de productos agrarios y agroalimentarios y establece que los contratos de suministro de productos agrarios y alimentarios del sector público autonómico deberán valorar los aspectos sociales, ambientales y de calidad diferenciada de conformidad con la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (art. 144.1).

Atendiendo a criterios ambientales⁵⁰⁶, los contratos de suministro de productos agroalimentarios en los que haya una vinculación entre los criterios ambientales y el objeto del contrato, deberán establecer mecanismos para favorecer la presencia de los

⁵⁰⁴ La venta de proximidad hace referencia (art. 143) a la venta de productos agrarios, procedentes de la tierra o de la ganadería o resultado de un proceso de elaboración o de transformación, al consumidor final, realizada por productores o por agrupaciones de productores agrarios, directamente o mediante la intervención, como máximo, de un agente económico intermediario dedicado a la cooperación, el desarrollo económico local y las relaciones socioeconómicas justas entre productores y consumidores. La venta de proximidad incluye la venta directa y la venta en circuito corto.

⁵⁰⁵ La venta directa se regula en el Capítulo VI del Título III y la Resolución de 20 de abril de 2016 de la Consejería de Medio Ambiente, Agricultura y Pesca establece y regula el logotipo.

⁵⁰⁶ Los criterios ambientales son de preservación del medio, de lucha contra el cambio climático, de reducción del consumo energético y de mejora de la eficiencia de la cadena alimentaria (art. 144.2).

siguientes productos: productos de calidad diferenciada, productos ecológicos, productos de venta de proximidad, productos frescos, productos de temporada, productos producidos por cooperativas agrarias y productos producidos por organizaciones que tengan un 50% o más de mujeres asociadas.

Otro aspecto importante plasmado en el Título IX de la Ley es la función social y preventiva de los jóvenes, las mujeres y las personas con discapacidad. Se establece el principio de discriminación positiva con la finalidad de favorecer que se integren en el sector agrario y agroalimentario y, en especial, en el acceso a la titularidad de una explotación agraria para facilitar el relevo generacional (art. 159).

En materia de igualdad de género, los principios básicos (art. 160.2) que regirán las actuaciones de las administraciones competentes en esta ley son la igualdad de trato entre hombres y mujeres (sin perjuicio de discriminación positiva hacia las mujeres), la igualdad de oportunidades (considerando la discriminación positiva hacia las mujeres en casos en que la situación de partida de la mujer en el mundo rural sea de desigualdad), la integración de la perspectiva de género y los criterios de priorización para la incorporación de las mujeres a las actividades agraria y agroalimentaria y el acceso a las actividades formativas.

Se elaborará un plan de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres según la normativa aplicable en esta ley, que deberá tener en cuenta la participación y la integración de las mujeres en los órganos de gobierno de las cooperativas y sociedades agroalimentarias, consejos reguladores y otros órganos de gestión de signos distintivos y marcas de calidad diferenciada, grupos de desarrollo rural y organizaciones de productores e interprofesionales (art. 160.3)

El asociacionismo agrario, con mención especial al cooperativismo, está regulado en el Título X y es importante señalar el apoyo de las administraciones públicas competentes en materia agraria a las cooperativas y las sociedades agrarias de transformación en la mejora de la calidad de la producción mediante la formación, la experimentación agraria y la implantación de procesos de calidad en el sector (art. 170.2. d).

Por último, el Título XI de la Ley está dedicado al régimen de inspección y de infracciones y sanciones en materia agraria y agroalimentaria. El régimen de inspección

y de infracciones⁵⁰⁷ y sanciones de las materias que regula esta Ley se rige por este Título, salvo el régimen de inspecciones, infracciones y sanciones en materia de producción y comercialización agroalimentaria que es el que prevé la Ley 1/1999, de 17 de marzo, del Estatuto de los productores y los industriales agroalimentarios de las Islas Baleares y el régimen de inspecciones, infracciones y sanciones en materia de sanidad animal que es el que prevé la Ley 8/2003, de 24 de abril, de sanidad animal. En ambos casos deberá aplicarse supletoriamente la Ley agraria.

La Ley 1/1999, de 17 de marzo⁵⁰⁸ tiene por objeto garantizar la lealtad de las transacciones comerciales agroalimentarias y la protección de los derechos y los legítimos intereses de los productores agrarios y de los industriales agroalimentarios en las Islas Baleares y se aplicará a todas las infracciones administrativas que se cometan en materia de producción y comercialización agroalimentaria (arts. 1 y 2).

Además de enumerar los derechos y deberes de los productores agrarios e industriales agroalimentarios, prohíbe la venta a pérdida y la utilización de nombres y marcas que por su similitud fonética, gráfica u ortográfica con denominaciones de calidad reconocidas por la Administración puedan inducir a confusión sobre el origen del producto (arts. 9 y 11).

En relación a las actuaciones de inspección (art. 18.2), la administración autonómica tendrá como objetivo preferente el control de la calidad y publicidad de los medios de producción y productos agroalimentarios y el adecuado uso de las denominaciones de calidad y de las referencias a zonas o sistemas de producción o de elaboración.

⁵⁰⁷ Ley agraria considera infracción administrativa en materia agraria cualquier acción u omisión tipificada en esta Ley (art. 178) y las clasifica en muy graves, graves o leves según la materia en infracciones administrativas en materia de inicio y ejercicio de la actividad y de registro agrario, infracciones en materia de producción agraria, infracciones relativas a la actividad complementaria, infracciones relativas a los usos agrarios e infracciones relativas a la venta directa e inspección (art. 183.1 y 2). Los criterios de responsabilidad de las infracciones vienen establecidos en el artículo 179, siendo la responsabilidad solidaria cuando el cumplimiento de las obligaciones previstas en esta Ley corresponde a varias personas conjuntamente o si la infracción fuera imputable a varias personas y no resultara posible determinar el grado de participación de cada una de ellas (art. 179.2) y subsidiaria para las personas físicas y jurídicas sobre las cuales recaigan las obligaciones de vigilancia que establece la Ley para prevenir que otras personas cometan infracciones administrativas (art. 179.3). El apartado 4 de este artículo 179 establece la responsabilidad de los titulares de la explotación de las infracciones relativas a las explotaciones agrarias y de las derivadas de la actividad agraria.

⁵⁰⁸ La Disposición Final Tercera de la Ley agraria modifica algunos aspectos de las infracciones y sanciones de la Ley 1/1999.

La potestad sancionadora en materia de producción y comercialización agroalimentaria corresponde a la Administración de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares, y las infracciones administrativas en esta materia (art. 30) se clasifican en antirreglamentarias, por clandestinidad, económicas, por fraude y por obstrucción de la inspección y estas a su vez pueden calificarse (art. 32) como leves, graves o muy graves⁵⁰⁹.

Dentro de los comportamientos tipificados como infracción, además de poder afectar a la calidad⁵¹⁰, es importante señalar los que afectan al distintivo de calidad del producto.

Como infracciones que afectan a los distintivos de calidad podemos señalar la infracción antirreglamentaria que consiste en cometer inexactitudes, errores u omisiones en los datos o las informaciones en el etiquetado y demás documentos de acompañamiento del producto ya que pueden causar confusión en el consumidor [(art. 30. 1 g)] y la infracción por fraude que se produce con la utilización en las etiquetas, los envases o la propaganda, de indicaciones de procedencia, de indicaciones sobre el sistema de producción o elaboración, de indicaciones de denominación de calidad, clase de producto y de indicaciones falsas que no se correspondan al producto o induzcan a confusión [(art.30.4 c)].

⁵⁰⁹ Las infracciones leves se sancionarán con apercibimiento o multa de hasta 3.000 euros, las graves con multa de 3.001 a 15.000 € y de entre 15.001 a 600.000 € para las infracciones muy graves, pudiéndose sobrepasar esta cantidad hasta el quintuple del valor de los productos objeto de la infracción [art. 33. 1. b) y c)].

⁵¹⁰ La infracción antirreglamentaria que afecta a la calidad del producto consiste en no tener o no llevar un sistema de autocontrol y de trazabilidad interno cuando sea obligatorio [(art. 30.1. h)] y en relación a las infracciones por fraude relacionadas con la calidad de los alimentos podemos señalar la elaboración de productos agrarios y alimentarios a los que se les añada o quite sustancias o elementos que modifiquen su composición con fines fraudulentos y las defraudaciones en la naturaleza, la composición, la calidad, la riqueza, el peso, el exceso de humedad o cualquier otra discrepancia que existiese entre las características reales de la materia o del elemento de que se trate y las ofrecidas por el productor, fabricante o vendedor [(art. 30.4 a) y b)].

II. NORMAS ESPECÍFICAS SOBRE CALIDAD AGROALIMENTARIA.

A) Ley 14/2003, de 13 de junio, de Calidad Agroalimentaria⁵¹¹.

En relación a los objetivos y líneas de actuación de la política agraria en Cataluña, el Capítulo V de la Ley 18/2001 de 31 de diciembre, de Orientación Agraria⁵¹², dedicado a la transformación, comercialización y calidad de los productos agroalimentarios, establece que el objetivo en este ámbito es el incremento de la producción agroalimentaria de origen y calidad diferenciados⁵¹³ y la mejora y potenciación del control y la inspección de la conformidad de estos productos agroalimentarios con la legislación en materia de origen y calidad alimentaria y de seguridad alimentaria (art.17).

Para la consecución de estos objetivos, la ley enumera unas líneas de actuación⁵¹⁴ básicas en materia de calidad diferenciada que consisten en la consolidación las denominaciones de origen protegidas, las indicaciones geográficas protegidas, las marcas de calidad y las demás figuras de calidad agroalimentarias, y fomentar nuevas figuras y en el fomento de la certificación de calidad de los productos agroalimentarios [(art. 18.b) y e)].

⁵¹¹ La ley se estructura en un Título preliminar que regula el objeto, ámbito de aplicación y las definiciones de algunos términos que se utilizan, el Título primero dedicado a la protección, control, y certificación de la calidad alimentaria de las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas y las marcas de calidad, el Título segundo que versa acerca de la artesanía alimentaria y los productos de la tierra, el Título tercero que se ocupa del aseguramiento de la calidad agroalimentaria y por último el Título cuarto que está dedicado al régimen sancionador. La ley también cuenta con diez disposiciones adicionales, cuatro transitorias y tres finales. Algunos artículos han sido modificados o derogados por la Ley 5/2020, de 29 de abril, de medidas fiscales, financieras, administrativas y del sector público y de creación del impuesto sobre las instalaciones que inciden en el medio ambiente, la Ley 2/2014, de 27 de enero, de medidas fiscales, administrativas, financieras y del sector público, la Ley 10/2011, de 29 de diciembre, de simplificación y mejora de la regulación normativa y por la Ley 15/2005, de 27 de diciembre, de reforma parcial de varios preceptos legales en materias de agricultura, ganadería y pesca, de comercio, de salud y de trabajo.

⁵¹² La disposición adicional cuarta impone al gobierno catalán el mandato de presentar al Parlamento un proyecto de ley sobre calidad agroalimentaria para garantizar la conformidad de los productos agroalimentarios en las fases de producción, transformación y distribución y establecer los mecanismos de coordinación entre los organismos correspondientes que garanticen a los consumidores la calidad y seguridad de los alimentos y la lealtad de las transacciones comerciales.

⁵¹³ SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, A., “Régimen jurídico de la protección de la calidad agroalimentaria es España”... op. cit., pg. 514.

⁵¹⁴ Las otras líneas de actuación hacen referencia al fomento de la calidad de los productos agrarios y agroalimentarios, tanto los industriales como los artesanales, a proteger, potenciar y promocionar los productos tradicionales propios de la gastronomía de Cataluña, potenciar los productos obtenidos mediante los sistemas de producción ecológica y de producción integrada y por último, reforzar los mecanismos de seguimiento, control e inspección de la calidad y la seguridad agroalimentarias y de la defensa contra fraudes, y la elaboración del marco legal adecuado y el establecimiento del régimen sancionador.

La variedad de las producciones agroalimentarias en Cataluña ha hecho posible que se desarrolle una importante industria de transformación que requiere un marco legal que garantice y fomente su calidad diferenciada.

El modelo alimentario de Cataluña se basa en la defensa de las características de seguridad, diversidad y calidad de los productos orientada a favorecer un mejor funcionamiento de los intercambios comerciales. De ahí, que la diferenciación de la calidad y el origen de estos productos, la protección y potenciación de los productos tradicionales y el fomento de la certificación de la calidad, así como el fortalecimiento de los mecanismos de seguimiento, control e inspección de la calidad agroalimentaria, sean fundamentales para el modelo alimentario de Cataluña.

La competitividad en el campo de la calidad ha de permitir la territorialización de los productos, convirtiéndose en el instrumento fundamental para fijar la población y redistribuir la actividad económica de las zonas rurales con menos posibilidades de desarrollo⁵¹⁵.

Con la aprobación de la Ley 14/2003, de 13 de junio, de Calidad Agroalimentaria se pretende⁵¹⁶ regular los distintivos de origen y calidad de los productos agroalimentarios, establecer normas para garantizar la calidad y conformidad de los productos agroalimentarios a la normativa comunitaria y al resto de disposiciones de aplicación y asegurar la protección de los derechos y legítimos intereses de los productores agrarios, de los operadores económicos, de los profesionales del sector agroalimentario y de los consumidores finales. En último lugar, también se establecen las obligaciones de los operadores económicos y de los profesionales del sector agroalimentario y se regula la inspección, el control y el régimen sancionador en materia de calidad y conformidad agroalimentarias (art.1.).

El ámbito de aplicación material de la ley (art. 2) comprende todas las actuaciones que se lleven a cabo en Cataluña en materia de distintivos de origen y calidad de los

⁵¹⁵ SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, A., “Régimen jurídico de la protección de la calidad agroalimentaria en España”, op., cit., pgs. 514-515.

⁵¹⁶ Exceptuando los productos regulados por la Ley 2/2020, de 5 de marzo, de la vitivinicultura [(art. 1.a)].

productos agroalimentarios y en materia de conformidad⁵¹⁷ de los procesos de producción, transformación y comercialización de productos agroalimentarios.

De todos los términos que se definen (art. 3) es importante señalar los conceptos de “producto agroalimentario” y “operador agroalimentario”.

Son productos agroalimentarios, los productos o sustancias, incluidas las bebidas, que sean destinados o haya probabilidades razonables de que vayan a ser destinados a la alimentación humana y a la alimentación animal, tanto si se trata de productos convencionales como si se trata de productos diferenciados o revalorados.

Quedan excluidos del concepto de producto agroalimentario, las semillas, los medicamentos, los productos zoosanitarios, fitosanitarios, los piensos medicamentosos, los alimentos infantiles y dietéticos, los cosméticos, y el tabaco y sus productos derivados.

Respecto a la noción de operador agroalimentario, además de ser las personas físicas o jurídicas que llevan a cabo, con o sin ánimo de lucro, actividades relacionadas con cualquiera de las etapas de producción, transformación y comercialización de productos agroalimentarios, se incluyen también los titulares de explotaciones agrarias o ganaderas dedicadas a la producción de productos agroalimentarios con distintivos de origen y calidad.

El objetivo de la ley en relación con la calidad agroalimentaria es regular el marco de las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas, las especialidades tradicionales garantizadas y las marcas de calidad y sus órganos de gestión, en el marco de la normativa comunitaria (art. 4).

Para ello, con el fin de incrementar la producción agroalimentaria de calidad diferenciada en Cataluña, el departamento competente en materia agroalimentaria junto con los órganos de gestión de los distintivos de calidad y origen han de fomentar entre los productores, transformadores y comercializadores la utilización voluntaria de los diversos distintivos de origen y calidad. También tienen que establecer medidas que favorezcan las iniciativas de colaboración, interacción y sinergia entre los operadores de la cadena de producción, transformación y comercialización, contribuir a la promoción tanto a nivel nacional como internacional de estos productos de calidad diferenciada y

⁵¹⁷ Sin perjuicio de lo dispuesto por las normativas específicas en materia de disciplina de mercado y de defensa de los consumidores y usuarios.

preservar y revalorizar el patrimonio de los productos agroalimentarios de Cataluña y la artesanía alimentaria.

La ley define y regula las DOP y las IGP, el procedimiento para aprobar su reconocimiento, los consejos reguladores (su régimen jurídico, composición, finalidades, funciones, su reconocimiento y el incumplimiento de sus obligaciones) y sus sistemas de control y certificación (arts. 5-13)⁵¹⁸.

Respecto a los consejos reguladores⁵¹⁹ de las DOP o IGP, sus finalidades (art. 9.1) son la representación, defensa, garantía y promoción de estas figuras de calidad y sus competencias (art. 8.2) quedan limitadas a los productos protegidos por la figura de calidad en cualquier fase de producción, acondicionamiento, almacenaje, circulación y comercialización, y a las personas inscritas en los registros correspondientes.

Las funciones de los consejos reguladores en relación con la calidad agroalimentaria (art. 9.2) son básicamente fomentar y velar por el prestigio de las DOP o IGP, establecer los requisitos mínimos de control a los operadores inscritos y, si procede, los mínimos de control para la concesión inicial y para el mantenimiento de la certificación, promocionar las características específicas de estos productos e informar sobre las mismas a los consumidores. Los consejos reguladores también son los encargados de denunciar cualquier uso incorrecto frente a los órganos administrativos y jurisdiccionales competentes.

El Capítulo III del Título I regula otras figuras de protección de la calidad como son las ETG (arts. 14-17), la marca de calidad alimentaria (arts. 18-21), la denominación

⁵¹⁸ Estos artículos están en concordancia con la regulación contenida para estas figuras de calidad a nivel europeo en el Reglamento 1151/2012.

⁵¹⁹ Los consejos reguladores se constituyen como corporaciones de derecho público, con personalidad jurídica propia, autonomía económica y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus funciones, que están sujetos, con carácter general, al régimen de derecho privado, salvo en el caso de las actuaciones que impliquen el ejercicio de funciones o potestades públicas, en cuyo caso quedarán sujetos al derecho administrativo (art. 8.1 y 3).

geográfica (art. 22)⁵²⁰, la producción integrada o ecológica (art.23)⁵²¹ y la producción transgénica (art. 24)⁵²².

En relación a la marca de calidad alimentaria, la ley (art. 18) establece que es una marca propiedad de la Generalidad que se otorga a productos agroalimentarios que tienen unas características diferenciales fijadas por un reglamento específico, que cumplen los niveles superiores de las normas de calidad, y que están controlados y certificados por una entidad externa.

La marca de calidad alimentaria de Cataluña es la marca “Q” que viene desarrollada en el Capítulo I del Título III del Decreto 285/2006 de 4 de julio, por el que se desarrolla la Ley 14/2003, de 13 de junio, de calidad agroalimentaria y que será analizada con posterioridad.

El derecho de uso de esta marca está reservado a los operadores de los estados miembros de la Unión Europea y su distintivo será establecido mediante norma reglamentaria⁵²³.

Los productores y elaboradores podrán hacer un uso voluntario del distintivo marca “Q” en el etiquetaje de un producto en los supuestos que la Comisión Catalana de la Marca de Calidad Alimentaria determine.

La Comisión Catalana de la Marca de Calidad Alimentaria⁵²⁴ se crea (art. 21) con la finalidad de que las diferentes partes que integran el sector agroalimentario (las organizaciones profesionales agrarias más representativas, los consumidores y los especialistas reconocidos en la materia, los organismos de certificación y los

⁵²⁰ Tienen derecho al reconocimiento de denominación geográfica las bebidas espirituosas elaboradas en la zona geográfica que le da nombre y de la cual obtienen su carácter y sus cualidades definitivas, reguladas y relacionadas por la normativa comunitaria. Por reglamento se establecerá el pliego de condiciones que deben cumplir estas denominaciones y, si procede, sus respectivos órganos de gestión y certificación.

⁵²¹ Los productos agroalimentarios obtenidos a través de sistemas de producción integrada o ecológica deben tener su propia reglamentación y pueden hacer uso del distintivo que lo acredita. La producción integrada en Cataluña está regulada en los Decretos 241/2002, de 8 de octubre, por el que se regula la producción integrada en Cataluña y el 413/2006, de 31 de octubre, por el que se establecen las Normas generales de producción integrada en Cataluña.

⁵²² Los productos agroalimentarios modificados genéticamente o que contengan productos modificados genéticamente deben hacerse constar de acuerdo con lo que se determine por reglamento.

⁵²³ El distintivo aparece descrito en el artículo 59.2 del Decreto 285/2006.

⁵²⁴ Su finalidad, funciones, composición y funcionamiento está regulado en los artículos 67-72 del Decreto 285/2006.

representantes de la Administración) participen en los preceptivos informes sobre la reglamentación de la marca de calidad.

La ley (art. 19) establece el procedimiento de reglamentación de los productos de la marca de calidad alimentaria. Los productores y elaboradores, o sus agrupaciones, pueden solicitar al departamento competente en materia agroalimentaria la reglamentación de la marca de calidad alimentaria para un determinado producto, pero este producto tiene que cumplir dos requisitos imprescindibles:

- a) Se debe justificar el carácter diferencial en lo que se refiere a su calidad,
- y
- b) hay que adjuntar un proyecto de reglamentación del producto para el que se solicita la marca de calidad.

A través de un reglamento se establecerán las condiciones y el procedimiento para la adjudicación de la marca de calidad alimentaria y que pueda hacerse uso de la misma.

Los adjudicatarios de la marca de calidad alimentaria deben encomendar a las entidades de control y certificación⁵²⁵ el control y la certificación de los procesos de producción, elaboración y comercialización y de las características fisicoquímicas, organolépticas y específicas que definen un producto amparado por una DOP, IGP, marca de calidad alimentaria, una certificación de ETG y otros distintivos.

Estas entidades tienen que cumplir dos requisitos (art. 26): cumplir con las normas UNE-EN-45004 y UNE-EN-45011 (o las que las sustituyan), y que estén inscritas en el Registro de Entidades de Control y Certificación del departamento competente en materia agroalimentaria.

La artesanía alimentaria⁵²⁶ es otra figura de calidad de la que la ley define los conceptos de artesanía alimentaria, artesanos alimentarios, maestros artesanos y empresas artesanales y crea la Comisión de Artesanía Alimentaria Catalana (arts. 28-32).

⁵²⁵ Las entidades de control y certificación se configuran como entidades independientes, públicas o privadas, e imparciales (art. 25).

⁵²⁶ La artesanía alimentaria se encuentra desarrollada en el Título V del Decreto 285/2006, más concretamente en los artículos 86 a 109, ya que toda la normativa anterior que regulaba esta materia (el Decreto 163/1986, de 26 de mayo, sobre la artesanía alimentaria, la Orden de 16 de septiembre de 1987, por la que se crean las Cartas de Artesano Alimentario y de Maestro Artesano Alimentario y se regula su otorgamiento y la Orden 2 de noviembre de 1987, por la que se establece el procedimiento para la solicitud

Otros productos agroalimentarios de calidad recogidos la ley son los productos de la tierra. Su inventario⁵²⁷ es una relación de los productos agroalimentarios típicos y tradicionales de las comarcas de Cataluña, independientemente de que estén protegidos o no, mediante un distintivo referido al origen y a la calidad del producto para preservar y revalorizar este patrimonio.

El aseguramiento de la calidad agroalimentaria está recogido en el Título III, el cual se divide a su vez en tres capítulos. El Capítulo I establece que la finalidad del aseguramiento de la calidad agroalimentaria (art. 34) es garantizar la conformidad de los productos agroalimentarios y la competencia leal de las transacciones comerciales de los operadores agroalimentarios. El aseguramiento de la calidad agroalimentaria comprenderá todas las etapas de la producción, transformación y comercialización de los productos, materias y elementos para la producción y la comercialización agroalimentarias⁵²⁸.

Del aseguramiento de la calidad agroalimentaria están excluidos los aspectos en los que interviene cualquier componente regulado por normas sanitarias, veterinarias o relativas a la seguridad física de las personas o los animales, especialmente las cuestiones relacionadas con la salud, el control microbiológico, la inspección veterinaria, el control de residuos de animales, carnes y vegetales o con la normativa sobre sustancias peligrosas y medio ambiente.

El Capítulo II está dedicado a los operadores agroalimentarios. En primer lugar, se establece la obligación general de que los productos agroalimentarios producidos o comercializados en Cataluña deben responder a la normativa vigente en la materia, a la lealtad de las transacciones comerciales y a la normativa de protección de los consumidores.

A continuación, la ley (art. 36) enumera como obligaciones generales en materia de calidad de los operadores agroalimentarios asegurar y garantizar que los productos

de calificación como empresa artesanal alimentaria) fue derogada por la Disposición derogatoria del Decreto.

⁵²⁷ El desarrollo normativo del inventario de productos de la tierra se encuentra en los artículos 110 a 117 del Decreto 285/2006.

⁵²⁸ Se excluyen las fases correspondientes a los mercados mayoristas de destinación y al comercio al detalle o minorista, exceptuando los supuestos del artículo 45.3, según el cual, en determinados supuestos, mediante convenios o acuerdos con otros departamentos u administraciones, la inspección y control pueden extenderse a estos mercados mayoristas de destino y al comercio minorista (art. 34.2).

agroalimentarios y las materias y elementos para la producción y la comercialización agroalimentarias cumplen la legislación vigente en materia de calidad y conformidad.

También están obligados a comunicar a los órganos competentes en la materia cualquier práctica que induzca a engaño a otros operadores agroalimentarios o a los consumidores y perjudique o ponga en riesgo la calidad de los productos agroalimentarios, la protección de los consumidores o los intereses generales, económicos o sociales del sector agroalimentario y comunicar de forma inmediata a la Administración si hay algún producto comercializado que no cumple la legislación vigente en materia de calidad y conformidad.

Las dos últimas obligaciones consisten en informar, sin que ello induzca a engaño, a los receptores o consumidores de las características esenciales y cualitativas y de las condiciones de producción y distribución que afecten a la calidad del producto y disponer de los elementos necesarios que demuestren la veracidad y la exactitud de las informaciones facilitadas y de los productos utilizados en la producción o transformación del producto comercializado y que constan en el etiquetado, los documentos de acompañamiento, los documentos comerciales, la publicidad y la presentación de los productos agroalimentarios, materias y elementos para la producción y la comercialización agroalimentarias.

Para cumplir estas obligaciones, los operadores agroalimentarios deben tener un sistema de control de calidad interno, un sistema de registro y tratamiento de las reclamaciones y un sistema de retirada inmediata de los productos no conformes existentes en el circuito de distribución o comercialización que permita conocer con exactitud el destinatario de los productos que deben retirarse.

En este Capítulo también se regula la trazabilidad de los productos agroalimentarios en todas las etapas de la producción, la transformación y la comercialización que afecten al producto (art. 39) y la identificación y registro de los productos agroalimentarios y los documentos de acompañamiento, determinando y regulando la prohibición de los productos no conformes.

Las actuaciones de inspección y control deben efectuarse, respecto de los productos de calidad diferenciada, en el uso adecuado de las denominaciones de origen,

denominaciones de calidad, marcas colectivas y otros distintivos de calidad oficiales [(art. 45.2.b)].

Las funciones de control e inspección de la calidad y conformidad de los productos agroalimentarios relacionadas con la calidad de los alimentos [(art. 48. c) y g)] consisten en la comprobación de las condiciones en las que se efectúa cada una de las fases de producción, transformación y comercialización que tienen incidencia en la calidad y la conformidad de los productos y en evaluar los medios y sistemas de control interno utilizados por los operadores agroalimentarios para asegurar la correcta ejecución de su actividad, en cumplimiento de la reglamentación de aplicación en materia de calidad y conformidad de los productos.

Por último, el Título IV regula el régimen sancionador⁵²⁹ determinando que constituye infracción administrativa en materia de calidad y conformidad de la producción y comercialización agroalimentarias y de control agroalimentario cualquier acción u omisión tipificada en esta ley o demás disposiciones legales o reglamentarias de aplicación, y tipifica las infracciones como leves, graves y muy graves⁵³⁰.

De entre todas las infracciones leves⁵³¹, graves⁵³² o muy graves que señala la ley, muchas de ellas afectan a la calidad de los productos pero es importante señalar que hay dos infracciones graves relacionadas con los distintivos de calidad:

⁵²⁹ Además de establecerse el criterio para la gradación de las sanciones (art. 56), la Ley establece que en el caso de que haya concurrencia de infracciones para cometer otra, debe imponerse como sanción conjunta la correspondiente a la infracción más grave en su grado máximo. Los plazos de prescripción de las infracciones (el plazo de prescripción de las infracciones empezará a contar desde la fecha de comisión de la infracción) y sanciones (el plazo de prescripción de las sanciones empezará a contar desde la fecha en que la resolución sancionadora se convierta en firme) son de cinco años para las muy graves, tres para las graves y uno para las leves y si hay concurrencia de infracciones leves, graves o muy graves o de que alguna de estas infracciones sea el medio necesario para cometer otra, el plazo de prescripción es el establecido para las infracciones graves o muy graves.

⁵³⁰ La Ley establece en el artículo 54 los sujetos responsables de las infracciones cometidas, y en el apartado 5 dispone que la responsabilidad es solidaria si en la comisión de una misma infracción ha participado más de una persona, ya sea física o jurídica. También deja claro en el apartado 6 que la imposición de cualquiera de las sanciones establecidas en el artículo 55 de la Ley no excluye la responsabilidad civil o penal de los sancionados ni la indemnización que pueda exigírseles por daños y perjuicios.

⁵³¹ Como infracción leve relacionada con la calidad agroalimentaria podemos destacar el no denunciar ante la autoridad competente cualquier acción que perjudique o ponga en riesgo la calidad de los productos, la protección de los consumidores o los intereses generales, económicos o sociales del sector agroalimentario.

⁵³² Las infracciones graves que afectan a la calidad de los productos consisten en no comunicar de forma inmediata a la autoridad competente la comercialización de productos que no cumplen la legislación en materia de calidad y conformidad, cuando se exigible, no tener o no llevar un sistema interno de control de calidad o cometer inexactitudes, errores u omisiones de datos o de informaciones en el etiquetado, los

a) Cuando se utiliza, sin tener derecho a ello, de indicaciones, nombres comerciales, marcas, símbolos o emblemas referidos a los nombres protegidos por una DOP, IGP o ETG, una denominación geográfica o una marca de calidad alimentaria que tengan otros sistemas de protección de la calidad agroalimentaria, o que tengan similitud fonética o gráfica con estos nombres protegidos, que puedan inducir a confusión sobre la naturaleza, calidad u origen de los productos, aunque vayan acompañados de los términos tipo, estilo, género, imitación, sucedáneo u otros análogos.

b) Cuando los elaboradores o incluso los miembros de los consejos reguladores realicen cualquier acción que pueda causar desprestigio o perjuicio a la DOP o la IGP, o que tienda a producir confusión sobre la verdadera naturaleza del producto.

La falsificación de productos o su venta es tipificada en la ley como infracción muy grave que puede estar relacionada con los distintivos de calidad utilizados para identificar los productos agroalimentarios.

La ley establece las sanciones⁵³³ pecuniarias que le corresponden a cada tipo de infracción⁵³⁴ y prevé la posibilidad de imponer como sanción accesoria (art. 55.5) para las infracciones graves o muy graves cometidas por las personas inscritas en los registros de las DOP, IGP, ETG, las denominaciones geográficas, las marcas de calidad alimentaria y otros sistemas de protección de la calidad agroalimentaria, la suspensión temporal del derecho de uso de la denominación o marca, lo cual supone la suspensión del derecho a utilizar etiquetas y otros documentos de la denominación, o su baja definitiva en los

documentos de acompañamiento, los documentos comerciales, los registros, la rotulación, la presentación y los embalajes cuando se refieran a indicaciones obligatorias que afectan a la naturaleza, la identidad, la calidad, las características, la composición, la procedencia o el origen. Otras infracciones graves que tienen incidencia en la calidad de los productos hacen referencia al hecho de no presentar o presentar fuera del plazo establecido las declaraciones que deban realizarse antes de la ejecución de prácticas de elaboración y tratamiento de determinados productos o tener inexactitudes, errores u omisiones en las declaraciones, cuando afecten a la naturaleza, calidad, características, composición, procedencia u origen de los productos consignados, cualquier tipo de fraude o discrepancia entre las características reales del producto agroalimentario y las que ofrece el operador agroalimentario si afecta a su identidad, naturaleza, especie, composición, contenido, designación, definición reglamentaria, calidad, riqueza, peso, volumen o cantidad o exceso de humedad y por último utilizar o comercializar productos no conformes o productos que hayan sido objeto de prácticas o tratamientos no autorizados o etiquetados, marcados o identificados con nombres o indicaciones no conformes.

⁵³³ Hay que tener en cuenta el principio general de que la imposición de las sanciones pecuniarias debe efectuarse de forma que la comisión de la infracción no resulte más beneficiosa para los infractores que el cumplimiento de las normas infringidas, siempre de acuerdo con los principios de proporcionalidad y con la debida adecuación entre la gravedad del hecho constitutivo de la infracción y la sanción a imponer.

⁵³⁴ Las infracciones leves se sancionarán con apercibimiento o multa de hasta 4.000 euros, las graves con multa de 4.001 a 150.000 euros y para las muy graves la multa pecuniaria es de 150.001 a 3.000.000 de euros.

registros, que implica la exclusión de los infractores y, como consecuencia, la pérdida de sus derechos inherentes a la denominación o marca.

Los órganos competentes en materia de calidad agroalimentaria para acordar el inicio de los procedimientos sancionadores y designar su instructor o instructora y los órganos competentes para imponer las sanciones deben regularse reglamentariamente⁵³⁵.

Respecto a las disposiciones adicionales, es importante señalar la Segunda y la Tercera en las que se faculta al Gobierno para modificar el actual distintivo de la marca de calidad alimentaria o crear uno nuevo previa consulta a la Comisión Catalana de la Marca de Calidad Alimentaria, y para que pueda establecer por reglamento nuevos sistemas de protección de la calidad.

Por último, se prevé que por reglamento pueda ampliarse el concepto de producto agroalimentario a otros productos que puedan ser objeto de un distintivo de origen y calidad (Disp. adic. octava) y se crea (Disp. adic. novena) el Registro de Distintivos de Origen y Calidad de Cataluña cuya regulación y funcionamiento se regula por reglamento⁵³⁶.

B) Ley 2/2005, de 18 de febrero, de promoción y defensa de la calidad alimentaria gallega⁵³⁷.

Los productos alimentarios gallegos disfrutan de una merecida reputación en los mercados no sólo de toda España, sino también a nivel internacional gracias a la labor

⁵³⁵ Estos órganos están regulados en el Decreto 128/2012, de 16 de octubre, por el que se establece la competencia sancionadora de la ley 14/2003, de 13 de junio, de calidad agroalimentaria.

⁵³⁶ El Registro está regulado en los artículos 73-79 del Decreto 285/2006, de 4 de julio, por el que se desarrolla la Ley 14/2003, de 13 de junio, de calidad agroalimentaria.

⁵³⁷ La ley está estructurada en seis Títulos, nueve disposiciones adicionales, cinco transitorias, una derogatoria y tres finales. El título primero está dedicado al objeto y ámbito de aplicación de la Ley y en el título segundo se recogen los derechos y deberes de los operadores alimentarios, a fin de crear un marco de competencia leal. El título tercero se ocupa de las distintas figuras de calidad diferenciada, regula las denominaciones geográficas de calidad y configura sus órganos de gestión, la artesanía alimentaria y por último establece la creación de una marca al amparo de la legislación general sobre la materia cuya titularidad será ostentada por la Xunta de Galicia. El título cuarto se refiere al Instituto Gallego de la Calidad Alimentaria (Ingacal) actualmente denominado Agencia Gallega de la Calidad Alimentaria (Agacal), el quinto al aseguramiento de la calidad, siendo su objetivo garantizar la conformidad de los productos alimentarios y establecer un marco de competencia leal entre los operadores del sector y por último el título sexto regula la potestad sancionadora y el régimen de infracciones y sanciones. La ley ha sido modificada por la Ley 4/2021, de 28 de enero, de medidas fiscales y administrativas, la Ley 5/2017, de 19 de octubre, de fomento de la implantación de iniciativas empresariales en Galicia, la Ley 13/2015, de 24 de diciembre, de medidas fiscales y administrativas y la Ley 1/2010, de 11 de febrero, de modificación de diversas leyes de Galicia para su adaptación a la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior.

realizada por los gallegos emigrantes que propagaron el patrimonio gastronómico y cultural de su región⁵³⁸.

El objetivo básico de la ley lo constituye el fomento y la puesta en valor de los productos alimenticios de indudable calidad diferenciada que repercutirá positivamente en el desarrollo económico de las zonas rurales, en muchos casos con serios problemas de despoblamiento. La ley gallega trata de dar respuesta a la demanda de los consumidores que exigen del mercado productos de calidad controlada, favorecer la seguridad alimentaria, establecer obligaciones a los productores conducentes a garantizar tanto las cualidades de calidad de los productos agroalimentarios producidos y comercializados en Galicia, así como la trazabilidad de los productos, todo ello a través de una competencia en pie de igualdad de los productores agroalimentarios⁵³⁹.

En materia de calidad, los objetivos que persigue la ley (art.1) son establecer normas que garanticen la calidad de los productos alimentarios de Galicia y que éstos sean conformes con la normativa aplicable para asegurar la lealtad de las transacciones comerciales alimentarias y la protección de los derechos e intereses legítimos de los productores agrarios, operadores económicos, profesionales del sector y consumidores finales en Galicia, establecer las obligaciones de los operadores alimentarios de Galicia, regular la actuación de inspección y control de la administración autonómica y establecer el régimen sancionador en materia de calidad y conformidad alimentarias, y por último fomentar y poner en valor las producciones alimentarias de calidad gallegas.

El ámbito de aplicación de la ley (art. 2) comprende todas las actuaciones que en materia de calidad y conformidad de la producción, transformación y comercialización alimentarias se realicen en Galicia.

La ley contiene una serie de definiciones de conceptos en ella utilizados de entre los que cabe destacar los conceptos de “producto alimentario” y “operador alimentario” (art. 3.1 y 4 respectivamente).

Se entiende por producto alimentario cualquier producto o sustancia, incluido el vino y las bebidas espirituosas y los productos de la pesca, acuicultura y marisqueo que

⁵³⁸ Exposición de motivos de la Ley.

⁵³⁹ SANCHEZ HERNANDEZ, A., “Régimen jurídico de la protección de la calidad agroalimentaria en España”... op. cit., pgs. 518-519.

se destine o tenga una probabilidad razonable de destinarse a la alimentación humana así como los productos o sustancias dedicados a la alimentación animal.

Se excluyen de este concepto las semillas, los medicamentos, los productos fitosanitarios, zoonosológicos y los piensos medicamentosos, los alimentos infantiles y dietéticos, los cosméticos y el tabaco y los productos derivados.

La noción de operador alimentario incluye a toda persona física o jurídica que desarrolle, con o sin ánimo de lucro, actividades relacionadas con cualquiera de las etapas de la producción, transformación y comercialización de productos alimentarios. Como excepción se excluye a las personas físicas o jurídicas titulares de explotaciones de producción primaria, excepto en el supuesto de los inscritos en denominaciones geográficas y otros distintivos de calidad respecto a las obligaciones que relacionadas con he hecho de formar parte de estas figuras de calidad.

Los operadores alimentarios además de estar sujetos a los requisitos, condiciones, obligaciones y prohibiciones establecidas en esta ley y demás normas específicas que sean de aplicación, en relación con la calidad alimentaria también tienen una serie de obligaciones. Estas obligaciones [(art. 5. a), b), c) y g)] consisten en asegurar y garantizar el cumplimiento de la legislación vigente en materia de calidad de los productos alimentarios o las materias y elementos para la producción y comercialización alimentarias y en caso de que se incumpla la legislación vigente en materia de calidad comunicar dicho hecho de forma inmediata a la administración, denunciar ante el órgano competente cualquier tipo de fraude, falsificación, alteración, adulteración, abuso, negligencia o alguna otra práctica que induzca a engaño a otros operadores alimentarios o al consumidor y que perjudiquen o pongan en peligro la calidad de los productos alimentarios y por último, disponer de los sistemas para el aseguramiento de la calidad⁵⁴⁰.

La ley dedica el Título III a las figuras de promoción de la calidad alimentaria y enumera como objetivos (art. 6) en materia de fomento de la calidad diferenciada, incentivar entre los operadores alimentarios el empleo de los diferentes distintivos de calidad y origen, establecer medidas para favorecer las iniciativas de colaboración e interacción entre los operadores alimentarios, contribuir a la promoción de estos

⁵⁴⁰ Los sistemas para asegurar la calidad alimentaria y la trazabilidad de los productos alimentarios vienen recogidos en el capítulo II del libro V.

productos en el mercado interno e internacional y por último, preservar y valorar el patrimonio de los productos alimentarios de Galicia y la artesanía alimentaria.

Respecto a las denominaciones geográficas de calidad, reguladas en el Capítulo II, la ley (art. 7) enumera como tales las DOP e IGP, las denominaciones específicas y denominaciones geográficas de bebidas espirituosas, los vinos de mesa con indicación geográfica y las distintas categorías de vinos de calidad producidos en regiones determinadas.

Una medida que la ley prevé para evitar la confusión en los consumidores (art. 9.6) es que la normativa propia de cada denominación geográfica de calidad podrá exigir que las marcas comerciales que se utilicen en los productos por ella amparados no sean utilizadas en otros de similar especie que no estén acogidos a su protección, pero la jurisprudencia ha fallado en contra.

A este respecto hay que tener en cuenta la STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 5 de marzo de 2012 en la que en primer lugar se establece que la competencia en legislación en materia de Marcas está reservada al Estado en virtud del artículo 149.1.9 CE, por lo que una norma autonómica (el reglamento de la Denominación de Origen) no puede exigir el uso de una marca específica para los productos de un determinado origen porque ello supone una extralimitación de sus competencias. Así pues, que los Reglamentos de los Consejos Reguladores exijan una “marca específica” entra en conflicto con la Ley de Marcas y con la Ley de la Viña y el Vino ya que estas no contienen ninguna salvedad ni limitación al titular de la marca. El Tribunal admite la posibilidad de que una marca comercial designe vinos de diferentes regiones o zonas vinícolas protegidas (sin que pueda imponerse en ningún caso la exigencia de “marcas adicionales”) siempre que la designación y la presentación de los vinos permita, de manera clara y sencilla, identificar la denominación de origen que le corresponde de modo que no induzca a error o confusión. También es importante señalar que el artículo 13.7 de la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico dispone que no podrá exigirse a los operadores de una determinada DOP o IGP el uso de marcas en exclusiva para los productos de dicha DOP o IGP. En cualquier caso, la designación y

presentación de los productos de dicho operador contendrá elementos identificativos suficientes para evitar que se induzca a error o confusión al consumidor⁵⁴¹.

La ley, además de establecer el procedimiento de reconocimiento de una denominación geográfica (art. 10) y los requisitos mínimos que ha de contener el reglamento de la denominación geográfica⁵⁴², dedica la última parte de este Capítulo II a los Consejos Reguladores, a su régimen jurídico⁵⁴³, reconocimiento, funciones, control y certificación, organización, recursos, presupuestos y memoria de actividades, su régimen contable y el control de su actividad así como el incumplimiento de sus obligaciones (arts. 12-21).

En relación con las denominaciones geográficas de calidad, hay que destacar el Decreto 4/2007, de 18 de enero, que regula las denominaciones geográficas de calidad del sector alimentario y sus consejos reguladores⁵⁴⁴. Este Decreto se dictó para dar respuesta al mandato contenido en la Ley 2/2005 de desarrollar cuantos aspectos fuesen necesarios para la tramitación de las solicitudes de reconocimiento de las denominaciones geográficas de calidad, así como para la adecuación de los consejos reguladores a la nueva situación real y normativa creada, desarrollando cuestiones internas de estos órganos tales como su constitución, estructura, régimen de funcionamiento e incluso todo lo relativo al proceso electoral de los mismos.

De entre las funciones⁵⁴⁵ que tienen los consejos reguladores relacionadas con la calidad alimentaria son importantes [(art. 14. c) y e)] las que hacen referencia a la

⁵⁴¹ Ver GONZÁLEZ PEREZ, J. M., “Distribución y sector agroalimentario: la identificación mediante una misma marca de productos amparados con diversas indicaciones geográficas”, *Aranzadi Doctrinal*, núm.2, 2015, pgs. 115-124.

⁵⁴² Las denominaciones geográficas se registrarán por un reglamento cuyas bases generales determinará la Xunta de Galicia pero los requisitos mínimos del mismo vienen enumerados en el artículo 11 de la Ley.

⁵⁴³ Los consejos reguladores se constituyen como corporaciones de derecho público, con personalidad jurídica propia, autonomía económica y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines, estando el funcionamiento de los mismos, con carácter general, sujeto al régimen del derecho privado a excepción de las actuaciones que supongan el ejercicio de potestades públicas en las cuales se someterá al derecho administrativo.

⁵⁴⁴ Este Decreto es de aplicación a los productos originarios de la Comunidad Autónoma de Galicia acogidos o que pretendan acogerse a una denominación geográfica de calidad y a sus consejos reguladores, sin perjuicio de lo establecido en las disposiciones adicionales primera y segunda. En él se establecen los procedimientos para el reconocimiento de las de las denominaciones geográficas de calidad y de sus consejos reguladores enumeradas en el artículo 7 de la Ley 2/2005, y en relación a los consejos reguladores recoge los derechos y obligaciones de los inscritos en los registros, los órganos de gobierno, la composición, miembros y funciones, su régimen económico y contable, el control de su actividad y el régimen electoral, y las formas de control y certificación de las denominaciones geográficas.

⁵⁴⁵ El Decreto 4/2007, de 18 de enero enumera cuales son las funciones del pleno del consejo regulador en su artículo 19 y las funciones de la presidencia en el artículo 22.

aplicación, en su caso y en los términos establecidos en el artículo 15, de los sistemas de control⁵⁴⁶ establecidos por la normativa comunitaria y sus propios reglamentos referidos a los productos, la calidad y las circunstancias conducentes a la certificación del producto final e informar a los consumidores sobre las características de calidad de los productos, y la que consiste en la elaboración del Manual de Calidad y de Procedimientos Operativos e Instrucciones Técnicas para su aprobación por la consejería competente en razón a la naturaleza del producto [(art. 19. f) del Decreto 4/2007)].

El tercer Capítulo de este Título III está dedicado a la artesanía alimentaria⁵⁴⁷. La ley pretende poner en valor los productos alimentarios elaborados en Galicia por pequeñas empresas⁵⁴⁸ que utilizan procesos productivos respetuosos con el medio ambiente, garantizan al consumidor un producto final individualizado, de calidad y con unas características diferenciales y se emplean materias seleccionadas y una elaboración tradicional que se obtiene gracias a las pequeñas producciones controladas por la intervención personal del artesano.

El Capítulo IV prevé la creación de una marca de calidad de conformidad con la legislación general sobre marcas cuya titularidad será de la Xunta de Galicia y que podrá ser utilizada por productos alimentarios que posean unas características de calidad diferenciada cuya elaboración fuera realizada bajo controles específicos.

Con ella se pretende crear una imagen de marca común que facilite la identificación de los productos que posean unas características de calidad específicas, por eso este distintivo podrá ser utilizado en el etiquetado, presentación y publicidad de los

⁵⁴⁶ Según dispone el artículo 15 de la Ley 2/2005 de 18 de febrero y el artículo 63 del Decreto 4/2007 de 18 de enero, el control y certificación de los productos amparados por una denominación geográfica podrá ser efectuado mediante una entidad independiente de control que ajuste su funcionamiento a los requisitos establecidos en la Norma internacional de calidad para entidades de certificación de producto, por un órgano integrado en el propio consejo regulador siempre que cumpla los requisitos establecidos en el artículo 15. letra b) o 63. letra b) de la Ley 2/2005 o del Decreto 4/2007 respectivamente o por el Instituto Gallego de la Calidad Alimentaria a través del departamento correspondiente integrado en su estructura. En cualquier caso, la Consejería competente en razón a la naturaleza del producto protegido podrá efectuar aquellos controles complementarios que considere convenientes tanto a los operadores como a los órganos o entidades de control.

⁵⁴⁷ Las actividades artesanales relacionadas con la elaboración de alimentos se desvinculan del ámbito de aplicación de la Ley 1/1992, de 11 de marzo, que regula la artesanía de Galicia, ya que estas actividades presentan unas características diferentes a las contempladas en esa Ley y necesitan un desarrollo normativo autónomo. La artesanía alimentaria se encuentra regulada en el capítulo II en los artículos 22-29 de la Ley 2/2005 y de forma autónoma en el Decreto 174/2019, de 19 de diciembre, por el que se regula la artesanía alimentaria (Ver artículo 31 y Disposición final 2ª).

⁵⁴⁸ SANCHEZ HERNANDEZ, A., “Régimen jurídico de la protección de la calidad agroalimentaria en España”... op. cit., pg. 519.

productos sólo por aquellos que presenten unas características diferenciales entre los de su misma especie, como los productos acogidos a las distintas denominaciones geográficas de calidad, las especialidades tradicionales garantizadas, los productos de la artesanía alimentaria, los de la agricultura ecológica y los de la producción integrada.

El distintivo de esta marca de calidad y el procedimiento para la adquisición y pérdida del derecho a su uso, así como las condiciones del mismo, serán establecidos por la consejería competente en materia de agricultura.

Para potenciar la calidad de la producción alimentaria gallega, la ley contempló la creación del Instituto Gallego de la Calidad Alimentaria (Ingacal)⁵⁴⁹, que actualmente se denomina Agencia Gallega de la Calidad Alimentaria (en adelante Agacal)⁵⁵⁰, como el instrumento básico⁵⁵¹ de actuación de la Xunta de Galicia en materia de promoción y protección de la calidad diferencial de los productos alimentarios gallegos acogidos a los distintos indicativos de calidad y para la investigación y desarrollo tecnológico en el sector agroalimentario⁵⁵².

El Agacal es también una herramienta de apoyo a la actividad y gestión de los consejos reguladores y puede asumir, cuando sea necesario, las labores de control y certificación y es además un instrumento para la catalización de la actividad de investigación y desarrollo tecnológico en el campo alimentario.

Los consejos reguladores desarrollan funciones complejas y necesitan tener una estructura eficiente para su funcionamiento, pero a veces esa estructura puede constituir

⁵⁴⁹ El artículo 31 de la Ley 2/2005, de 18 de febrero, creó el Instituto Gallego de la Calidad Alimentaria (Ingacal) y en desarrollo de esta Ley se publicó el Decreto 259/2006, de 28 de diciembre, que aprobó el Reglamento del Ingacal, (actualmente derogado por el Decreto 52/2018, de 5 de abril, por el que se crea la Agencia Gallega de la Calidad Alimentaria y se aprueban sus estatutos) que regulaba sus dos líneas fundamentales de actuación: la calidad alimentaria y el desarrollo de actividades de investigación y promoción de la innovación tecnológica en el sector agrario

⁵⁵⁰ La Ley 16/2010, de 17 de diciembre, de organización y funcionamiento de la Administración general y del sector público autonómico de Galicia establece la necesidad de que se adapten a los nuevos tipos de entidades instrumentales todas aquellas entidades instrumentales con personalidad jurídica propia creadas por ley antes de su entrada en vigor y que contaban con distintos regímenes de organización y funcionamiento. Para dar cumplimiento al párrafo primero de la disposición adicional quinta y al párrafo quinto de la disposición transitoria tercera se publicó el Decreto 52/2018, de 5 de abril, por el que se crea la Agencia Gallega de la Calidad Alimentaria y se aprueban sus estatutos (los estatutos de la Agencia han sido posteriormente modificados por el Decreto 107/2019, de 5 de septiembre), cambiando el Instituto Gallego de la Calidad Alimentaria (Ingacal) su denominación para no inducir a confusión y pasa a denominarse Agencia Gallega de la Calidad Alimentaria (Agacal).

⁵⁵¹ GUILLEM CARRAU, J., *Denominaciones geográficas de calidad. Estudio de su reconocimiento y protección en la OMC, la UE y el Derecho Español...* op. cit., pg. 372.

⁵⁵² Estos dos objetivos vienen recogidos en el artículo 32 de la Ley 5/2005 para el Ingacal y en el artículo 2.1 y 2 del Decreto 52/2018 para el Agacal.

un importante obstáculo para su funcionamiento y puede limitar la creación de nuevas denominaciones geográficas para productos que, cumpliendo todos los requisitos que la normativa exige para alcanzar esta condición, no cuentan con un número suficiente de productores y elaboradores que sirva para mantener esta estructura.

Al igual que el Ingacal tenía encomendadas funciones relacionadas con la calidad alimentaria (art. 32)⁵⁵³, el Agacal tiene como funciones destacables en materia de calidad alimentaria (art. 9 del Decreto 52/2018) actuar como órgano de control y de certificación de los productos acogidos a las denominaciones geográficas de calidad y, en general, a las distintas figuras de protección de la calidad alimentaria del ámbito de la Comunidad Autónoma de Galicia, ejecutar los controles que se le encarguen en relación con la calidad y etiquetaje de los productos alimentarios y de las condiciones de las materias primas y la trazabilidad de la producción alimentaria y también puede actuar como auditor externo de los consejos reguladores y demás entidades gestoras de figuras de calidad de los productos alimentarios a los que se refiere el artículo 3 de la Ley 2/2005 a efectos del control oficial de la cadena alimentaria en relación con los programas vinculados a la calidad diferencial que establece la normativa específica.

Más funciones que tiene encomendadas el Agacal relacionadas con la calidad alimentaria consisten en la promoción y defensa de la calidad de los productos amparados por las denominaciones e indicativos de calidad, en la realización de estudios y la posterior preparación de la documentación necesaria para el reconocimiento de nuevas denominaciones geográficas y de otras figuras de protección de la calidad que se estimen de interés general para la Comunidad Autónoma o incluso asesorar y gestionar los consejos reguladores de las denominaciones geográficas de calidad y los órganos de gestión de otras figuras de protección de la calidad alimentaria.

Por último, también puede realizar trabajos relacionados con la certificación de productos que le sean solicitados por un consejo regulador u otra entidad titular de una figura de protección de la calidad, como análisis fisicoquímicos u organolépticos,

⁵⁵³ En relación con la calidad alimentaria, el Ingacal se ocupaba de la ejecución de actividades especializadas por su naturaleza tecnológica y económica en las siguientes materias: actuaciones de control y certificación de los productos acogidos a las distintas figuras de protección de la calidad alimentaria del ámbito de la Comunidad Autónoma de Galicia, la promoción y defensa de la calidad de dichos productos, prestación de todo tipo de servicios de asesoramiento y gestión a los consejos reguladores de las denominaciones geográficas de calidad y a los órganos de gestión de otras figuras de protección de la calidad alimentaria y a la investigación aplicada y desarrollo tecnológico en el sector alimentario de Galicia.

inspecciones y verificaciones, desempeñar las funciones relacionadas con la gestión en materia de la artesanía alimentaria en el marco de la Ley 2/2005 y realizar los encargos que le efectúe la Administración general de la Comunidad Autónoma en materia de calidad alimentaria en el ámbito de sus competencias.

El aseguramiento de la calidad alimentaria, recogido en Título V, tiene como finalidad garantizar la conformidad de los productos alimentarios⁵⁵⁴ y establecer un marco de competencia leal entre los operadores del sector. Se extiende a todas las etapas de la producción, transformación y comercialización de productos alimentarios y materias y elementos para la producción y comercialización alimentarias, quedando excluidos los aspectos en los que intervenga cualquier componente regulado por normas sanitarias, veterinarias o relativas a la seguridad física de las personas o animales.

Las obligaciones de los operadores alimentarios vienen recogidas en el Capítulo II, y aquellos que participen en las fases de producción y transformación deberán inscribir sus instalaciones en el Registro de Industrias Agrarias, han de establecer un sistema de control interno que implica que en todas las industrias agroalimentarias tiene que existir un sistema de documentación que permita definir las fases del proceso de elaboración y garantizar su control, tienen que establecer un plan de control de calidad, disponer de un sistema de registro y tratamiento de las reclamaciones, un sistema de retirada rápida de los productos no conformes y están obligados a establecer sistemas y procedimientos adecuados y comprensibles de la trazabilidad de los productos alimentarios.

Respecto a la actividad inspectora y de control (arts. 50-58) estas funciones serán realizadas por la administración sobre los productos alimentarios para velar por el cumplimiento de las obligaciones de los operadores alimentarios en todas las fases de producción, transformación y comercialización, sin perjuicio de lo que establezca la normativa específica en materia de disciplina de mercado y de defensa de consumidores y usuarios.

La inspección y control es un elemento muy importante en el aseguramiento de la calidad ya que garantiza la aplicación correcta de la normativa alimentaria a través de la

⁵⁵⁴ No tienen la consideración de producto alimentario, a los efectos de este título, además de los excluidos en el artículo 3, los animales vivos y las plantas antes de la cosecha (art. 40.5).

investigación de las infracciones y de las prácticas que pueden ser susceptibles de infringir la normativa.

La actuación inspectora, que se podrá llevar a cabo en desarrollo de estrategias para fomentar la calidad dentro del sector alimentario [(art. 50.3.b)], tendrá en materia de calidad alimentaria como objetivo preferente (art. 50.2) el control de la calidad, idoneidad y publicidad de los productos alimentarios y las materias y elementos para la producción y comercialización. También controlará la lealtad de las transacciones comerciales en materia de producción y comercialización alimentarias y el adecuado uso de las denominaciones geográficas de calidad y otras figuras de protección de la calidad diferenciada.

De entre las funciones inspectoras que enumera la ley, en relación a la calidad alimentaria [(art. 52.1. b) y g)] hay que destacar las que hacen referencia a la comprobación de las condiciones en que se llevan a cabo cada una de las fases de producción, transformación y comercialización cuya incidencia repercute en la calidad y conformidad de los productos, y a la evaluación de los medios y sistemas de control interno utilizados por los operadores alimentarios para asegurar la ejecución correcta de su actividad en cumplimiento de la reglamentación aplicable en materia de calidad y conformidad de los productos .

Por último, el Capítulo IV regula la adopción de medidas cautelares⁵⁵⁵ y preventivas, en especial las adoptadas como consecuencia de la acción inspectora.

En materia de calidad, las medidas cautelares podrán adoptarse cuando existan claros indicios de infracción en materia de calidad y conformidad de la producción y comercialización alimentarias y cuando se usen inadecuadamente los nombres protegidos por las denominaciones geográficas y otros distintivos de calidad, así como de los

⁵⁵⁵ Las medidas cautelares podrán adoptarse (art. 59.5) cuando se vulneren de forma generalizada los legítimos intereses económicos y sociales del sector alimentario, cuando se usen inadecuadamente los nombres protegidos por las denominaciones geográficas y otros distintivos de calidad así como de los sistemas de producción o elaboración u otras indicaciones falsas que no correspondan al producto o induzcan a confusión y cuando exista fraude, adulteración o prácticas no permitidas en los productos alimentarios o las materias y elementos para la producción y comercialización si se comprueba que se transportan o comercializan productos alimentarios o materias y elementos para la producción y comercialización sin el preceptivo documento de acompañamiento o el mismo contiene indicaciones falsas, erróneas o incompletas. Por último, las medidas cautelares también se podrán adoptar cuando existan indicios de riesgo para la salud y seguridad de las personas en cuyo caso se dará inmediato conocimiento a las autoridades sanitarias.

sistemas de producción o elaboración u otras indicaciones falsas que no correspondan al producto o induzcan a confusión [(art. 59.1 y 59.5.b) respectivamente)].

Además de las medidas cautelares generales (art. 60.1)⁵⁵⁶, la ley prevé como medida cautelar específica (art. 60.2) para los operadores inscritos en registros de denominaciones geográficas u otros distintivos de calidad la suspensión temporal del derecho al uso de la denominación, marca o elemento identificativo de que se trate.

Si el operador alimentario no realiza las actividades ordenadas por la inspección o no aplica las medidas cautelares que se le impongan, la ley prevé la posibilidad de que se le impongan multas coercitivas⁵⁵⁷.

El último Título de la ley, que a su vez se divide en dos Capítulos, regula la potestad sancionadora. El primer Capítulo atribuye la potestad sancionadora en materia de calidad y conformidad de la producción y comercialización alimentarias a la administración de la Comunidad Autónoma de Galicia, y el Capítulo II enumera de forma exhaustiva el régimen de infracciones y sanciones⁵⁵⁸.

Constituye infracción administrativa en materia de calidad y conformidad de la producción y comercialización alimentarias y de control alimentario cualquier acción u omisión tipificada en esta ley o en otras disposiciones legales de aplicación, pudiendo ser clasificada en leve, grave y muy grave.

De entre todas las infracciones leves que enumera la ley (art. 67), además de aquellas que pueden afectar a la calidad⁵⁵⁹ de los productos alimentarios podemos

⁵⁵⁶ Estas medidas cautelares consistirán en una o varias de las actuaciones siguientes: la inmovilización de productos alimentarios o materias y elementos para la producción y comercialización alimentarias (el destino de los productos sometidos a inmovilización cautelar viene regulado en el artículo 61), el control previo de los productos que se pretenden comercializar, la paralización de los vehículos en que se transportan productos alimentarios o materias y elementos para la producción y comercialización alimentarias, la retirada del mercado de productos alimentarios o materias y elementos para la producción y comercialización alimentarias, la suspensión temporal del funcionamiento de una área, elemento o actividad del establecimiento inspeccionado y la suspensión provisional de la comercialización, compra o adquisición de productos alimentarios o materias y elementos para la producción y comercialización alimentarias. El artículo 62 regula las medidas cautelares de los productos perecederos.

⁵⁵⁷ El órgano competente para confirmar la medida cautelar podrá imponer multas coercitivas de hasta 3.000 euros con una periodicidad de tres meses hasta el cumplimiento total de las obligaciones impuestas (art. 63).

⁵⁵⁸ El vino y los productos derivados de la uva y del vino, y en particular el vinagre de vino, aguardiente de orujo y mosto, están excluidos del régimen de infracciones y sanciones regulados en este título porque les será de aplicación lo contenido en la normativa estatal y autonómica específica.

⁵⁵⁹ Infracciones leves que pueden afectar a la calidad alimentaria son el no denunciar a la autoridad competente cualquier forma de fraude, alteración, adulteración, abuso o negligencia que perjudique o ponga en peligro la calidad de los productos y el incumplimiento de las instrucciones que procedan de las

destacar la relacionada con los distintivos de calidad que es el incumplimiento de las obligaciones adicionales a las generales de cualquier operador que establezcan las normas reguladoras de las denominaciones geográficas u otras figuras de protección de la calidad.

Respecto a las infracciones graves (art. 68)⁵⁶⁰, relacionadas con los distintivos de calidad podemos señalar dos:

a) La utilización en el etiquetado⁵⁶¹, envases, embalajes, presentación, oferta, publicidad de los productos alimentarios o las materias y elementos para la producción y comercialización alimentarias de indicaciones que no correspondan al producto⁵⁶². Estas indicaciones pueden inducir a confusión por su similitud fonética,

administraciones competentes en materia de defensa de la calidad de la producción alimentaria y de los requisitos, obligaciones o prohibiciones establecidas en las normas relacionadas con la producción y comercialización alimentarias, incluido el transporte, siempre que se trate de infracciones meramente formales que no estén previstas como infracción grave o muy grave.

⁵⁶⁰ Como infracciones graves que afectan a la calidad de los productos alimentarios podemos destacar la no comunicación a la autoridad competente de forma inmediata de la comercialización de productos que no cumplan con la legislación en materia de calidad y conformidad, no tener o no llevar un sistema interno de control de calidad y no presentar o presentar fuera del plazo establecido o con inexactitudes, errores u omisiones las declaraciones que tienen que hacerse en relación a la ejecución de prácticas de elaboración y tratamiento de determinados productos cuando afecten a la calidad de los mismos. También son infracciones graves relacionadas con la calidad de los alimentos las inexactitudes, errores u omisiones de datos o informaciones en el etiquetado y demás documentos del producto, las inexactitudes u errores en registros o declaraciones ente la cantidad consignada y la correcta, cuando se apliquen tratamientos, prácticas o procesos que no estén autorizados por la normativa vigente o de manera diferente a la establecida y por último las defraudaciones en las características de los productos alimentarios.

⁵⁶¹ La SJCA de Ourense, Sección 1ª, de 20 noviembre de 2013, desestimó el recurso contencioso-administrativo que interpuso la entidad mercantil Hortícolas Gallegas SL por el cauce del Procedimiento Abreviado frente a la Resolución de 5 de marzo de 2013 del Secretario general Técnico de la Consellería do Medio Rural e do Mar de la Xunta de Galicia, desestimatoria del recurso de alzada formulado contra la anterior Resolución de 23 de octubre de 2012 que le impuso una sanción de 2.501 euros por la comisión de una infracción grave tipificada en el artículo 68.18 y otra leve del artículo 67.5 de la Ley 2/2005, de 18 de febrero, de promoción y defensa de la calidad alimentaria gallega, por defectos en el etiquetado de tomates. Las etiquetas infringían la normativa aplicable porque, en primer lugar contenían la denominación "Tomate selección", que no se corresponde con ninguna de las aceptadas por la normativa de aplicación, y en segundo lugar indicaban como origen del producto "U.E." cuando debería figurar el país de origen (Bélgica). La comisión de la infracción grave recogida en el artículo 68.18 se produce por no haber reflejado en las etiquetas del producto alimentario dispuesto para ser comercializado el exacto país de origen del mismo, lo que unido a la denominación social de la entidad recurrente "hortícolas gallegas", podría inducir a confusión sobre el verdadero origen de los tomates (que es Bélgica y no Galicia)

⁵⁶² La SJCA de Vigo, Sección 2ª, de 9 de marzo de 2012, desestimó el recurso interpuesto por Conservas Cerqueira SA que tenía por objeto la impugnación de la Resolución dictada por el Secretario general de la Consellería do Medio e do Mar desestimatoria del recurso de alzada interpuesto contra la Resolución dictada por el Director general de Innovación e Industrias Agrarias y Forestales de la Consellería de Medio Rural, de fecha 10 de agosto de 2011, por la que se le impone una multa de 6.650 euros por la comisión de una infracción grave tipificada en el artículo 68.24 de la Ley 2/2005, de 18 de febrero, de promoción y defensa de la calidad alimentaria gallega. La empresa conservera lanzó un producto en conserva al mercado con la denominación "tacos al ajillo estilo pulpo" y "seleccionado en Galicia" con un dibujo y una fotografía de un pulpo en el envase. La empresa argumentó que rechazó utilizar la denominación "Potón del Pacífico" en el etiquetado porque el consumidor podría rechazar la conserva con ese nombre comercial por preferir un producto "seleccionado en Galicia" que además se presenta en "tacos

gráfica u ortográfica aunque vayan precedidos por los términos tipo, estilo, género, imitación, sucedáneo u otros análogos, a la verdadera identidad del operado, al verdadero lugar de producción, fabricación, elaboración, envasado, comercialización o distribución o que no puedan ser verificadas.

b) La expedición por parte de los órganos de control y certificación de las distintas figuras de protección de la calidad o de etiquetados con indicaciones facultativas, de certificados o informes cuyo contenido no se ajuste a la realidad de los hechos, así como la realización de ensayos, pruebas o inspecciones de forma incompleta o con resultados inexactos por una insuficiente constatación de los hechos o la deficiente aplicación de normas técnicas.

En último lugar, la ley (art. 69) enumera como infracciones muy graves en relación a los distintivos de calidad comportamientos que puedan inducir a confusión a los consumidores sobre la naturaleza, calidad u origen de los productos como es el hecho de utilizar, sin tener derecho a ello, de indicaciones, nombres comerciales, marcas, símbolos o emblemas que hagan referencia a los nombres protegidos por una denominación geográfica u otras figuras de protección de la calidad alimentaria o cuando en las etiquetas y presentación de los productos alimentarios no estén los elementos suficientes para diferenciar claramente la calificación y procedencia de productos incluidos en una denominación geográfica u otro indicativo de calidad de otros que no lo están. También es infracción muy grave tener, negociar o utilizar documentos, precintas, etiquetas u otros elementos de identificación propios de las denominaciones geográficas u otras figuras de protección de la calidad alimentaria de forma indebida.

Una vez vistas las infracciones previstas en la ley es importante señalar el criterio general de responsabilidad (art. 71.1)⁵⁶³ según el cual, son responsables de las

al ajillo estilo pulpo”. El Tribunal desestimó el recurso porque aunque la empresa conservera en la letra pequeña del etiquetado ponía entre los ingredientes el nombre científico del “Potón del Pacífico” y “tentáculos de cefalópodo” el envase del producto hacía referencia al pulpo seleccionado en Galicia y el producto ni era pulpo (sino de menor calidad) ni gallego (procedía de Perú).

⁵⁶³ La responsabilidad administrativa por las infracciones reguladas en la presente Ley es independiente de la responsabilidad civil o penal que pueda exigirse a sus responsables. sin perjuicio de que no puedan concurrir dos sanciones cuando se aprecie identidad de sujeto, hecho y fundamento (art. 71.7).

infracciones tipificadas en la presente ley, las personas físicas o jurídicas que por acción u omisión hayan participado en ellas⁵⁶⁴.

La ley, además de establecer⁵⁶⁵ las sanciones⁵⁶⁶ pecuniarias para las infracciones leves, graves y muy graves⁵⁶⁷, en los supuestos de infracciones graves o muy graves cometidas por personas inscritas en los registros de denominaciones geográficas, marcas u otras figuras de protección de la calidad alimentaria cuando las actuaciones realizadas hayan ocasionado un grave perjuicio o desprestigio a la denominación, marca o figura de protección, prevé la posibilidad de imponer como sanción accesoria⁵⁶⁸ la suspensión temporal del derecho a uso de dicha denominación, marca o figura de que se trate por un período máximo de tres o cinco años según se trate de una infracción grave o muy grave o incluso la baja definitiva en el caso de infracciones muy graves (art. 72.2).

Independientemente del tipo de infracción cometida, las sanciones se dividirán en tres tramos, inferior, medio y superior y de entre los criterios a tener en cuenta para poder determinarlo, se tendrá en cuenta la naturaleza de los perjuicios causados a los operadores alimentarios, sobre todo el efecto perjudicial que la infracción haya podido causar sobre la salud o los intereses económicos de los consumidores, los precios, el consumo o, en su

⁵⁶⁴ En las infracciones en las que haya participado más de una persona, física o jurídica, la responsabilidad será solidaria (art. 71.8). También hay que tener en cuenta la responsabilidad subsidiaria de los administradores o titulares de las infracciones cometidas por personas jurídicas, incluidos los consejos reguladores y los órganos de control y certificación que establece el artículo 71.4.

⁵⁶⁵ No tendrá el carácter de sanción la clausura, cierre, cese, suspensión o interrupción temporal de las actividades empresariales, instalaciones, locales o establecimientos que no tengan las autorizaciones administrativas o registros preceptivos mientras no se cumplan los requisitos exigidos ni la retirada, cautelar o definitiva, de los canales de producción o distribución de aquellos productos que sean suministrados por establecimientos que carezcan de la preceptiva autorización (art. 72.7).

⁵⁶⁶ Los órganos competentes para la imposición de sanciones por las infracciones cometidas en materia de calidad y conformidad de la producción y de la comercialización alimentarias son para las infracciones leves la persona titular de la jefatura territorial correspondiente, para las graves la persona titular de la dirección general competente en materia de calidad y comercialización alimentaria y para las muy graves la persona titular de la consejería competente en materia de calidad y comercialización alimentaria (art. 73.2).

⁵⁶⁷ Las infracciones leves se sancionarán con multa desde 500 hasta 2.000 euros, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el valor de los productos objeto de la infracción. La multa para las infracciones graves está comprendida entre 2.001 y 30.000 euros y para las muy graves está comprendida entre 30.001 y 300.000 euros, pudiendo rebasarse dicha cantidad hasta alcanzar el 5% o 10% del volumen de ventas de los productos objeto de la infracción correspondiente al ejercicio económico inmediatamente anterior al de iniciación del procedimiento sancionador según se trate de infracción grave o muy grave respectivamente [(art. 72.1 a), b) y c)].

⁵⁶⁸ Otras sanciones accesorias enumeradas en este artículo 72 son el decomiso o destrucción de la documentación de presentación del producto, del material de identificación del mismo así como de la mercancía adulterada, falsificada, fraudulenta o no identificada y de aquella que puede suponer un riesgo para las personas, animales o vegetales y que la empresa responsable pague los análisis necesarios para comprobar la infracción cometida.

caso, el prestigio de una denominación geográfica u otra figura de protección de la calidad [(art. 76. 2 d)].

Para poner en conocimiento de los consumidores y por razones de ejemplaridad la ley prevé (art. 72.8) que la autoridad que adopte la resolución del procedimiento sancionador pueda acordar⁵⁶⁹ que se hagan públicas⁵⁷⁰ las sanciones impuestas acompañadas del nombre de la empresa y de las personas naturales o jurídicas responsables con expresa indicación de las infracciones cometidas.

De entre todas las disposiciones adicionales que contiene la ley es importante señalar la segunda, que faculta al Consejo de la Xunta para que pueda establecer nuevas figuras de protección de la calidad alimentaria por norma de carácter reglamentario.

Hay dos figuras de calidad, como son la producción agraria ecológica y la producción integrada, que la ley se refiere a ellas en las disposiciones adicionales quinta y sexta respectivamente. En ellas, establece que le será de aplicación a la producción agraria ecológica las disposiciones de esta ley relativas al procedimiento de reconocimiento, reglamentos y control y certificación de las denominaciones geográficas, así como al régimen jurídico, reconocimiento, funciones, organización, recursos, régimen sancionador y demás preceptos referidos a los consejos reguladores, y respecto de la producción integrada prevé la aplicación de la ley a la regulación del régimen sancionador.

Por último, la disposición adicional novena establece que la utilización en los productos alimentarios de cualquier marca colectiva o de garantía que incluya en su nombre signos geográficos relativos al territorio de la Comunidad Autónoma gallega requerirá, para la autorización de su uso, informe favorable de la consejería competente en razón a la naturaleza del producto de que se trate.

⁵⁶⁹ Siempre que concurra riesgo o daño efectivo para los intereses económicos del sector alimentario, reincidencia en infracciones graves o muy graves o acreditada intencionalidad en la comisión de las infracciones y hayan adquirido firmeza en vía administrativa las sanciones impuestas.

⁵⁷⁰ Dichos datos se publicarán en el “Diario Oficial de Galicia”, en el boletín de la provincia en la cual se halla radicada la empresa, en el “Boletín Oficial del Estado” si la empresa infractora es de ámbito estatal o internacional y en los medios de comunicación que se consideren oportunos.

C) Ley 5/2005, de 1 de junio, de los sistemas de protección de la calidad agroalimentaria⁵⁷¹.

Los sectores agrario y agroalimentario en la Comunidad Autónoma de La Rioja son muy importantes no sólo para la economía de la Comunidad, sino también para el medio rural en el que las políticas de promoción de calidad de productos agroalimentarios constituyen una alternativa para su desarrollo.

La exposición de motivos de la ley indica que estos sectores productivos han evolucionado en los últimos años dirigiéndose hacia la diferenciación de producciones y productos mediante estrategias de calidad y nuevos sistemas de producción agraria compatibles con el medio ambiente. Esta evolución de los sectores agrario y agroalimentario está basada en el mantenimiento o incremento de las rentas del sector agrario, la diferenciación basada en la calidad ligada o no al origen geográfico y la satisfacción de los consumidores que hoy día otorgan mayor importancia a la calidad que a la cantidad en la alimentación.

El objeto de la Ley (art. 1) es la ordenación de los sistemas de protección de la calidad agroalimentaria existentes en la Comunidad Autónoma de La Rioja que procedan de las distintas normas europeas, estatales o autonómicas que regulan tanto la protección de productos agrícolas y alimenticios como la agricultura ecológica, la protección del origen y la calidad de los vinos, las Marcas de Garantía y las Marcas Colectivas en el ámbito agroalimentario así como cualquier otra figura que pudiera crearse como diferenciación de calidad basada en un control y/o certificación sobre cumplimiento de determinadas normas reguladoras⁵⁷².

La Ley, además de establecer que los sistemas de protección de la calidad agroalimentaria o figuras de calidad agroalimentaria son cualquier protección sobre productos agrarios y alimentarios basada en un diferencial de calidad como consecuencia de unas características específicas, su origen geográfico o la utilización de métodos y

⁵⁷¹ La ley está estructurada en un preámbulo y cinco títulos que regulan las disposiciones generales de la ley, la organización del sistema de figuras de calidad agroalimentaria de La Rioja, los registros, el régimen de inspección y sancionador. La ley cuenta con tres disposiciones adicionales, dos transitorias y dos finales. Varios artículos de la ley han sido modificados por la Ley 7/2014, de 23 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas para el año 2015 y por la Ley 6/2007, de 21 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas para el año 2008.

⁵⁷² Todo ello sin perjuicio de las competencias que corresponden al Estado para aquellos sistemas de protección de la calidad agroalimentaria de ámbito supraautonómico.

técnicas respetuosas con el medio ambiente [(art. 2 a)], también define los conceptos de marca colectiva y marca de garantía [(art. 2 e) y f)] lo cual es innecesario ya que se podría haber remitido a la regulación que de estas figuras de calidad hace la Ley de Marcas.

Las menciones contenidas en cualesquiera de las indicaciones de calidad de esta Ley son bienes de titularidad pública y no pueden ser objeto de enajenación ni gravamen y quedan protegidos ante usos diferentes a los regulados en esta ley, por las normas que los desarrollen y por el resto de las normas de aplicación, sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley de Marcas (art. 3).

Los sistemas de protección de la calidad agroalimentaria en La Rioja cuentan con un doble mecanismo de control⁵⁷³ que consiste en un control interno o autocontrol de los productos por parte de los operadores que intervengan en el sistema y un control externo realizado por un organismo independiente⁵⁷⁴ inscrito en el correspondiente registro público (art. 4).

Estos sistemas de protección se pueden se pueden estructurar en las figuras de calidad agroalimentaria basadas en reglamentaciones europeas o nacionales de carácter específico del sector agrario como son las DOP, IGP, ETG, la agricultura ecológica y las indicaciones geográficas de vinos de la tierra así como cualesquiera otras que pudieran aprobarse conforme a las referidas normas [art. 4.3.a)] y aquellas otras con base a reglamentaciones de carácter general como son las marcas de garantía y las marcas colectivas o cualesquiera otras que pudieran aprobarse conforme a la normativa vigente [4.3.b)].

El Título II, dedicado a la organización del sistema de figuras de calidad agroalimentaria, establece los principios rectores de este sistema, su estructura, funcionamiento, los órganos de gestión, las entidades de control y/o certificación, las competencias de la Comunidad Autónoma y el Consejo Riojano de Calidad Agroalimentaria.

⁵⁷³ Además de este doble mecanismo de control, la Administración Pública con competencias en materia de calidad agroalimentaria podrá efectuar, en todo caso, los controles complementarios que considere conveniente tanto sobre los operadores como sobre la entidad de control y/o certificación independiente habilitada (art. 4.1).

⁵⁷⁴ Las entidades independientes habilitadas para la actividad de control podrán estarlo también para la actividad de certificación (art. 4.2).

El principio en el que se basa la organización de los sistemas de protección de la calidad agroalimentaria en La Rioja es la separación de funciones entre los operadores⁵⁷⁵ y las entidades externas de control y en su caso de certificación, todo ello con la coordinación, superior inspección y potestad sancionadora que ejerzan los órganos competentes de la Administración (art. 5.1).

Respecto a la regulación de la estructura y funcionamiento de los dos sistemas de protección de la calidad agroalimentaria (art. 6), en el primer sistema de protección que agrupa a las figuras de calidad en función de las reglamentaciones europeas o nacionales de carácter específico del sector agrario [(art. 4.3 a)] la gestión de cada figura de calidad será realizada por un único órgano de gestión⁵⁷⁶ autorizado o constituido por la Consejería Competente en materia de calidad agroalimentaria, agricultura y ganadería. Este órgano de gestión podrá denominarse consejo regulador y tendrá personalidad jurídica propia, naturaleza jurídica pública o privada, plena capacidad de obrar y funcionarán en régimen de derecho público o privado. Para alcanzar sus fines⁵⁷⁷, podrán participar, constituir o relacionarse con toda clase de asociaciones, fundaciones y sociedades civiles o mercantiles estableciendo entre sí los oportunos acuerdos de colaboración [(art. 6.1 b)].

Respecto al otro sistema de protección de las figuras de calidad [(art. 6.2 a)], en el caso de las marcas de garantía cuyo titular sea la Comunidad Autónoma de La Rioja, la gestión dependerá íntegramente de la Consejería competente en materia de calidad agroalimentaria, agricultura y ganadería o de sus entes o empresas públicas adscritas. Las entidades externas de control y/o certificación podrán negociar y realizar acuerdos privados⁵⁷⁸ con las agrupaciones o asociaciones de operadores si existieran o con cada uno de los operadores para realizar el control y certificación externos.

⁵⁷⁵ Los operadores son los promotores principales del sistema y quienes con sus buenas prácticas provean las materias primas y productos para comercializar. Con el apoyo de la Administración, también gestionarán la promoción y orientación del futuro de la figura de calidad (art. 5.2).

⁵⁷⁶ Los principios básicos de los órganos de gestión son su funcionamiento sin ánimo de lucro y la representatividad de los intereses económicos y sectoriales implicados en la figura de calidad correspondiente. Su estructura y funcionamiento están regulados en el Decreto 24/2008, de 28 de marzo, por el que se reglamenta la estructura y el funcionamiento de los órganos de gestión de las figuras de calidad agroalimentaria en La Rioja.

⁵⁷⁷ Los órganos de gestión deberán de tener como mínimo los siguientes fines enumerados en el artículo 7.1: representación, defensa, garantía, investigación y desarrollo de mercados y promoción tanto del nivel de protección como de los productos amparados en cada caso.

⁵⁷⁸ Estos acuerdos serán de tipo mercantil, ejerciendo las entidades externas la prestación de servicios para la que hubieran sido contratadas y en todo caso garantizando la objetividad y la confidencialidad.

Para las marcas colectivas de carácter agroalimentario, cuando el ámbito de la marca se corresponda con el de aplicación de esta Ley⁵⁷⁹, el pliego de condiciones de cada una de ellas deberá haber sido autorizado mediante Resolución por el titular de la Dirección General con competencias en materia de calidad agroalimentaria agricultura y ganadería [(art. 6.2 b)].

Las entidades de control y/o certificación⁵⁸⁰ son las encargadas de controlar y/o certificar los sistemas en base a sus reglamentaciones concretas. Es necesaria su inscripción en el registro correspondiente y han de estar habilitadas para el desarrollo de la actividad o en la Comunidad Autónoma de La Rioja o en otra Comunidad Autónoma o Estado de la Unión Europea, siendo requisito imprescindible para el desarrollo de su actividad el cumplimiento de la Norma UNE EN ISO 17020 y/o UNE EN ISO 17065 para el producto correspondiente o normas que las sustituyan (art. 8).

Si estas entidades incumplen las funciones que tienen asignadas serán advertidas para que enmienden las irregularidades detectadas y si persisten en el incumplimiento o si de dicho incumplimiento resulta un control insuficiente o una certificación incorrecta, la Consejería competente en materia de calidad agroalimentaria, agricultura y ganadería podrá acordar su baja en el registro correspondiente (art. 8.3 y 4).

Las competencias que tiene atribuidas la Comunidad Autónoma de La Rioja a través de la Consejería competente en materia de calidad agroalimentaria, agricultura y ganadería (art. 9) son la supervisión y superior inspección del correcto funcionamiento⁵⁸¹ de estos sistemas de protección de la calidad agroalimentaria y las tareas de coordinación entre las distintas figuras de calidad así como el asesoramiento y apoyo a cada una de ellas en base a sus directrices y a las demandas de los distintos sectores interesados.

También ejercerá las competencias de apoyo a la promoción de estas figuras de calidad en colaboración con los interesados y por último, la potestad sancionadora y las competencias derivadas del control de fraudes agroalimentarios, calidad y seguridad alimentaria, salud pública, calidad ambiental y protección de los consumidores.

⁵⁷⁹ En todo lo no regulado expresamente en esta Ley resultará de aplicación lo dispuesto en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

⁵⁸⁰ O en su caso el órgano competente del Gobierno de La Rioja.

⁵⁸¹ Esta competencia la ejercerá mediante el control y certificación directa o bien mediante el seguimiento y control de entidades externas públicas o privadas de control y certificación.

La Ley (art. 10) prevé la creación del Consejo Riojano de Calidad Agroalimentaria, un órgano colegiado superior de consulta y asesoramiento de la Administración General de la Comunidad Autónoma de La Rioja. Dependerá orgánicamente de la Consejería competente que tenga atribuidas competencias en materia de calidad agroalimentaria, agricultura y ganadería y su composición será representativa y proporcional de acuerdo con la existencia de las figuras agroalimentarias en La Rioja y de los agentes públicos y privados implicados y reglamentariamente regulará su creación, composición, régimen de funcionamiento y atribuciones⁵⁸².

El Título III de la Ley regula la creación del Registro de órganos de gestión de figuras de calidad agroalimentaria⁵⁸³, el Registro de marcas colectivas en el ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja⁵⁸⁴ y el Registro de entidades externas de control y/o certificación en el ámbito agroalimentario⁵⁸⁵.

El Título IV está dedicado al régimen de inspección⁵⁸⁶ y en él se hace referencia a la superior inspección del cumplimiento de las disposiciones establecidas en esta Ley

⁵⁸² El Reglamento de creación, organización y funcionamiento del Consejo Riojano de Calidad Agroalimentaria fue aprobado por el Decreto 18/2007, de 20 de abril.

⁵⁸³ Reglamentariamente se establecerá el funcionamiento y la adscripción y este registro comprenderá todos aquellos órganos de gestión que hayan sido autorizados o constituidos por la autoridad competente (art. 11).

⁵⁸⁴ Este registro es de carácter interno y comprenderá todas aquellas marcas cuyos pliegos de condiciones hayan sido autorizados por la Consejería competente en materia de calidad agroalimentaria, agricultura y ganadería, sin perjuicio de las competencias que en esta materia corresponden al Estado. Su funcionamiento y adscripción se regulará reglamentariamente (art. 12).

⁵⁸⁵ En este registro deberán estar inscritas las entidades que vayan a realizar el control y certificación de figuras de calidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja, tendrá tantas secciones como figuras de calidad existan y la adscripción se producirá mediante una declaración responsable de que la entidad solicitante cumple los requisitos normativos la Norma UNE EN ISO 17020 y/o UNE EN ISO 17065 para el producto correspondiente o normas que las sustituyan, acompañando la documentación acreditativa del cumplimiento del referido requisito (art. 13).

⁵⁸⁶ En el ejercicio de la función inspectora se pueden adoptar las medidas cautelares que vienen recogidas en el artículo 26. Los gastos generados por la adopción de estas medidas corren a cargo de la persona responsable o titular de derechos sobre las mercancías, deben guardar proporción con la irregularidad detectada y mantenerse el tiempo estrictamente necesario (las medidas cautelares adoptadas por el personal de la Administración que realiza funciones inspectoras no pueden durar más de quince días y deben ser confirmadas, modificadas o levantadas por el órgano competente para iniciar el procedimiento sancionador) para la realización de las pertinentes diligencias o, en caso de que la no conformidad sea subsanable, durante el tiempo necesario para la eliminación de lo que motivó su actuación, lo que debe ser verificado por el personal que realiza las funciones inspectoras. Las medidas cautelares podrán consistir en la inmovilización de los productos agroalimentarios, materias o elementos para la producción y la comercialización agroalimentarias, el control previo de los productos que se pretendan comercializar, la paralización de los vehículos en los cuales se transporten los productos agroalimentarios o materias y elementos para la producción y la comercialización agroalimentarias, la retirada del mercado de productos agroalimentarios o materias y elementos para la producción y la comercialización agroalimentarias, la suspensión temporal del funcionamiento de un área, un elemento o una actividad del establecimiento inspeccionado y la suspensión provisional de la comercialización, compra o adquisición de productos agroalimentarios o materias y elementos para la producción y la comercialización agroalimentarias.

por parte de la Consejería competente en materia de calidad agroalimentaria, agricultura y ganadería que en cualquier momento, a través de sus técnicos cualificados, podrá realizar inspecciones en campo e instalaciones de los operadores.

En relación a las entidades de control y/o certificación externas podrá reclamar en cualquier momento todo tipo de documentación relativa al cumplimiento de las Normas UNE EN ISO 17020 o 17065 o normas que las sustituyan y a la información concerniente a la figura o figuras de calidad de que se trate y también verificará que estas entidades externas lleven a cabo el programa de control basado en las propias normas de la figura de calidad, reglamentos o pliegos de condiciones y siempre de acuerdo con los límites mínimos de control aprobados por ella ([art. 14.1 b]).

Las entidades externas de control y/o certificación también controlarán el uso adecuado de las figuras de calidad [(art.15.1. b)], las obligaciones de los operadores en relación a la inspección (art. 16) y la figura del autocontrol (art. 17)⁵⁸⁷.

El último título de la Ley, el Título V, recoge todo lo relativo al régimen sancionador.

En primer lugar se establece que constituye infracción administrativa en materia de protección de la calidad y conformidad de la producción y comercialización agroalimentarias cualquier acción u omisión tipificada por esta ley o demás disposiciones legales o reglamentarias de aplicación, y en el caso de que concurran dos o más infracciones imputables a la misma persona y alguna de éstas fuera el medio necesario para cometer otra, debe imponerse como sanción conjunta la correspondiente a la infracción más grave en su grado máximo (arts. 18 y 22).

A continuación la ley (art. 19.1) clasifica las infracciones en leves, graves y muy graves.

Son infracciones leves (art. 19.2)⁵⁸⁸ relacionadas con los distintivos de calidad todas las infracciones originadas por inexactitud, omisión o falsedad de lo que establecen

⁵⁸⁷ Los operadores son los primeros responsables del cumplimiento de las normas que les afecten, ejecutando las acciones necesarias para acreditar el citado cumplimiento frente a las entidades externas de control y/o certificación y al órgano de la Comunidad Autónoma responsable de la superior inspección.

⁵⁸⁸ Como infracción leve que afecta a la calidad de los productos podemos señalar la omisión, inexactitud o falsedad en la elaboración de partes, declaraciones, libros y demás documentos de control que garanticen la calidad y el origen de los productos.

los respectivos Reglamentos o normas reguladoras de las figuras de calidad, falsear u omitir los datos o comprobantes que en cada caso sean precisos en los Registros que se establezcan en cada figura de calidad y no comunicar de forma inmediata al órgano de gestión de la figura de calidad cualquier variación que afecte a los datos suministrados en el momento de la inscripción en los Registros que se establezcan en cada figura de calidad.

Como infracciones graves (art. 19.3) que pueden afectar a los distintivos de calidad podemos destacar realizar cualquier acción tanto por parte de los operadores como de los miembros de los órganos de gestión que cause desprestigio o perjuicio a la figura de calidad, el empleo de materias primas o productos producidos fuera de la zona autorizada en los supuestos de figuras de calidad vinculadas al ámbito geográfico, la expedición, circulación o comercialización de mercancías o productos amparados en envases de características y formatos no aprobados por los respectivos reglamentos de uso de las figuras de calidad y por último, el uso de la figura de calidad en productos que no hayan sido producidos de acuerdo con las normas establecidas por la legislación vigente y por los diferentes reglamentos reguladores de las figuras o que no reúnan las características y condiciones organolépticas que han de caracterizarlos.

La utilización de prácticas expresamente prohibidas por los distintos reglamentos que regulen las figuras de calidad y tener, negociar, utilizar indebidamente o falsificar documentos, etiquetas y demás elementos de identificación propios de las figuras de calidad son las infracciones muy graves en relación a los distintivos de calidad agroalimentaria tipificadas en la ley (art. 19.4)⁵⁸⁹.

⁵⁸⁹ La expedición de mercancías o productos que no correspondan a las características de calidad indicadas en sus medios de comercialización es una infracción muy grave relacionada con la calidad agroalimentaria.

Respecto a las sanciones⁵⁹⁰, que pueden ser pecuniarias⁵⁹¹, accesorias⁵⁹² o multas pecuniarias coercitivas⁵⁹³ con la finalidad de que cumplan íntegramente la sanción, es importante señalar la sanción específica contemplada para los supuestos de infracciones graves o muy graves cometidas por personas inscritas en los registros de cualquiera de las figuras de calidad agroalimentaria (art. 20.5).

En estos casos, puede acordarse como sanción accesoria la suspensión temporal del derecho de uso de la denominación o marca que supone la suspensión del derecho de utilizar etiquetas u otros documentos de la figura de calidad o su baja definitiva en los registros de cualquiera de estas figuras que implica la exclusión de los infractores, y como consecuencia la pérdida de sus derechos inherentes a la denominación o marca.

Es importante señalar que uno de los criterios de graduación de las sanciones hace referencia a la reincidencia⁵⁹⁴ en la comisión de faltas relativas a la misma figura de calidad [(art. 21.c)].

Por último, aunque las disposiciones adicionales y transitorias de la Ley establecen los plazos para desarrollar las normas reglamentarias, los períodos de adaptación de la estructura y funcionamiento de algunas figuras de calidad o incluso la inscripción de oficio de entidades de control y/o certificación autorizadas en base a la Orden 4/2002 en materia de producción integrada en la sección correspondiente del

⁵⁹⁰ No tiene carácter de sanción el cierre, cese, clausura, suspensión o interrupción temporal de las actividades empresariales, instalaciones, locales o establecimientos que no dispongan de las autorizaciones administrativas o los registros preceptivos mientras no se cumplan los requisitos exigidos y tampoco tendrá carácter sancionador, en caso de infracciones graves o muy graves, la denegación, supresión, cancelación, o suspensión total o parcial de ayudas oficiales, créditos, subvenciones y demás ayudas que tenga reconocidas o que haya solicitado el operador agroalimentario sancionado (arts. 20.4 y 23)

⁵⁹¹ Las infracciones leves se sancionarán con multa de 150 a 3.000 euros, para las graves la multa será de 3.001 a 15.000 euros pudiendo rebasarse dicho importe hasta el quíntuplo del valor de las mercancías no conformes y las muy graves se sancionarán con multa de 15.001 a 500.000 euros, pudiendo rebasarse dicho importe hasta el décuplo del valor de las mercancías no conformes [(art. 20.1 a), b) y c)]. Es importante señalar que la imposición de las sanciones pecuniarias debe efectuarse de forma que la comisión de las infracciones no resulte más beneficiosa para los infractores que el cumplimiento de las normas infringidas, siempre de acuerdo con el principio de proporcionalidad y con la debida adecuación entre la gravedad del hecho constitutivo de la infracción y la sanción a imponer (art. 20.2).

⁵⁹² Podrá acordarse como sanción accesoria para sanciones calificadas como graves o muy graves la suspensión temporal del funcionamiento de una empresa o de un área o elemento de la misma por un período máximo de un año para las graves o de hasta de cinco años en el caso de sanciones calificadas como muy graves (art. 20.3).

⁵⁹³ Las multas coercitivas deben imponerse con una periodicidad de tres meses hasta el cumplimiento total de la sanción, son independientes de las sanciones pecuniarias correspondientes como sanción por la infracción cometida, compatibles con las mismas y el importe de cada una de ellas no podrá ser superior a 6.000 euros (art. 20.9).

⁵⁹⁴ La reincidencia tiene lugar cuando se cometa más de una infracción declarada por resolución firme en el plazo de 3 años.

registro del artículo 13, es importante destacar la Disposición adicional segunda que hace referencia a que las asociaciones que sean titulares de las marcas y/o logotipos que sean utilizados por una figura de calidad de las reconocidas en el Reglamento 1151/2012, deberán por acuerdo expreso de su Asamblea General ceder su utilización al órgano de gestión correspondiente.

D) Ley 9/2006, de 30 de Noviembre de Calidad Alimentaria de Aragón⁵⁹⁵.

Aunque en los últimos años la seguridad alimentaria ha sido objeto de especial regulación a nivel europeo y nacional, la importancia de la calidad de los alimentos hace necesaria su regulación sistemática y actualizada en la Comunidad autónoma de Aragón.

En el preámbulo de la ley se establece el concepto de “calidad de un alimento” como el conjunto de características objetivas del mismo que se derivan del cumplimiento de las exigencias sobre materias primas, procedimientos utilizados en su producción, composición final y formas de comercialización, y que lo hacen idóneo para su transformación en otro alimento o para su consumo directo.

También se hace referencia a la diferenciación entre “calidad estándar” y “calidad diferenciada”, siendo la primera normas de obligado cumplimiento para todos los operadores mientras que la segunda establece exigencias adicionales a las de calidad estándar obligatorias, establecidas en normas relativas a las características organolépticas, los modos y procesos de elaboración o el origen del alimento, a las que puede acogerse de forma voluntaria cualquier operador que reúna las condiciones necesarias para ello.

La calidad estándar es un instrumento eficaz para garantizar la lealtad en la competencia entre los operadores y las transacciones comerciales y para defender los

⁵⁹⁵ La ley consta de cuatro Títulos: Título I Principios generales: objeto y ámbito de aplicación territorial y material, Título II Calidad alimentaria estándar: principios generales de aseguramiento de la calidad estándar e inspección y control de los alimentos, Título III Calidad alimentaria diferenciada: figuras de calidad diferenciada y disposiciones comunes en materia de inspección y control y por último el Título IV dedicado al régimen sancionador. La ley también tiene nueve Disposiciones adicionales, siete transitorias, una Disposición derogatoria y tres Disposiciones finales. SANCHEZ HERNANDEZ, A., “Régimen jurídico de la protección de la calidad agroalimentaria en España” en *Derecho Agrario y Agroalimentario Español y de la Unión Europea*, coord. por Amat Llombart, P., Ed. Tirant lo Blanch, Valencia, 2007, págs. 520-521. Esta ley ha sido modificada en algunos aspectos por la Ley 2/2016, de 28 de enero, de Medidas Fiscales y Administrativas de la Comunidad Autónoma de Aragón, la Ley 14/2014, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas de la Comunidad Autónoma de Aragón y por el Decreto-ley 1/2010, de 27 de abril, del Gobierno de Aragón, de modificación de diversas leyes de la Comunidad Autónoma de Aragón para la transposición de la Directiva 2006/123/CEE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior.

intereses económicos de los consumidores, y por tanto su aseguramiento contribuye a la consecución de la seguridad alimentaria y de la salud pública, mientras que la calidad diferenciada incrementa el valor añadido de sus productos, mejora su competitividad en el mercado global y contribuye a la fijación de la población en el medio rural y a la diversificación de su economía.

En la Comunidad aragonesa, la ley encargada de regular la calidad alimentaria de sus productos es la Ley 9/2006, de 30 de noviembre, de Calidad Alimentaria de Aragón, en la que en su artículo 1 establece como objetos específicos en materia de calidad diferenciada fomentar los alimentos de Aragón mediante las diferentes figuras de calidad diferenciada, establecer obligaciones de los operadores alimentarios en Aragón, regular la inspección y el control y establecer el régimen sancionador.

El ámbito de aplicación de la ley (art. 2) se circunscribe a las actuaciones en materia de calidad estándar y calidad diferenciada de alimentos, materias y elementos alimentarios que se realicen en la Comunidad Autónoma de Aragón y excluye la disciplina en materia de mercado y de defensa de los consumidores y usuarios que se regirá por su normativa específica.

El artículo 3 de la ley contiene las definiciones de términos en ella utilizados entre las que cabe destacar los números 1, 8 y 9 que hacen referencia a los conceptos de “alimento” “calidad estándar” y “calidad diferenciada”.

El término “alimento” es definido como cualquier sustancia o producto destinado a ser ingerido por los seres humanos o con probabilidad razonable de serlo, tanto si ha sido transformado entera o parcialmente como si no, incluidos el vino y los productos de la pesca, acuicultura y marisqueo.

Quedan excluidos de dicho concepto las semillas destinadas a la reproducción, los medicamentos, los productos fitosanitarios y los productos zoonos, los piensos, los cosméticos, el tabaco y productos derivados, las sustancias estupefacientes y psicotrópicas y las bebidas espirituosas.

Es importante señalar la diferenciación conceptual⁵⁹⁶ que hace de los términos “calidad estándar” y “calidad diferenciada”.

La calidad estándar es el conjunto de características objetivas de un alimento, consecuencia de las exigencias previstas en las disposiciones obligatorias relativas a las materias primas, a los procedimientos utilizados en su producción, transformación y comercialización y a su composición final, que lo hacen conforme para su consumo directo o su transformación en otro alimento, mientras que la calidad diferenciada es el conjunto de características de un alimento, consecuencia del cumplimiento de requisitos establecidos en disposiciones de carácter voluntario, relativos a sus materias primas o procedimientos de producción, transformación o comercialización, y adicionales a las exigencias de calidad estándar obligatorias para el alimento.

La diferencia básica entre ambos conceptos que la calidad estándar es de obligado cumplimiento para cualquier alimento que vaya a comercializarse, mientras que la calidad diferenciada tiene carácter voluntario porque es un plus de calidad añadido a la calidad estándar del alimento.

La calidad alimentaria estándar está regulada en el Título II, el cual se divide en tres Capítulos. En el primero de ellos, se regulan las obligaciones de los operadores alimentarios, se establece un sistema de autocontrol y de trazabilidad a los productos y se declara expresamente que no pueden utilizarse ni comercializarse dentro del sector alimentario los “productos no conformes”⁵⁹⁷; el Capítulo II regula la inspección y control oficial de alimentos por parte de la Administración de la Comunidad Autónoma y establece el objeto de la inspección, el valor probatorio de las actas y los derechos y obligaciones de los inspeccionados y por último se regulan las medidas cautelares y preventivas en el Capítulo III.

La calidad alimentaria diferenciada está regulada en el Título III, y los fines y objetivos que persigue vienen enumerados en los apartados 1 y 2 del artículo 23.

⁵⁹⁶ GUILLEM CARRAU, J., *Denominaciones geográficas de calidad. Estudio de su reconocimiento y protección en la OMC, la UE y el Derecho Español*, 1ª ed., Ed. Tirant lo Blanch, Valencia, 2008, pg. 362.

⁵⁹⁷ Los productos no conformes vienen regulados en el artículo 11 y son aquellos alimentos, materias o alimentos alimentarios que no cumplen lo establecido en esta ley o en las normas específicas aplicables respecto a la calidad estándar. La prohibición de productos no conformes se aplicará a los productos que presenten irregularidades respecto a la normativa de calidad diferenciada que les sea de aplicación, pudiendo también los inspectores adoptar las medidas cautelares reguladas en el artículo 20.

Respecto a los fines, con el fomento de la calidad diferenciada de los alimentos se pretende incrementar el valor añadido que tienen, mejorar la competitividad, fijar la población en el medio rural y diversificar su economía así como reconocer los valores culturales que vinculan determinadas maneras de producción a una zona concreta.

Para conseguir estos fines, la ley establece como objetivos en materia de calidad diferenciada incentivar entre los operadores alimentarios el empleo de las diferentes figuras de calidad diferenciada y favorecer tanto las iniciativas de colaboración, asociación e interacción entre ellos como la ubicación de la industria alimentaria en el medio rural.

Otros objetivos complementarios a los anteriores son contribuir a la promoción de estos productos en el mercado interno e internacional, fomentar la implantación de programas de I+D+i en el campo de la calidad de los alimentos, pudiendo formalizarse convenios de colaboración con universidades y organismos públicos o privados de investigación⁵⁹⁸ y preservar y valorar el patrimonio de los alimentos de Aragón y la artesanía alimentaria.

Para la consecución de los fines de la ley, el gobierno de Aragón fomentará la implantación de las figuras de calidad alimentaria que enumera el artículo 24⁵⁹⁹. Estas figuras de calidad con las denominaciones geográficas de calidad, la artesanía alimentaria, la producción ecológica, las especialidades tradicionales garantizadas, la producción integrada, las marcas de calidad alimentaria y aquellas otras marcas que sean creadas por Decreto del Gobierno de Aragón.

Los operadores alimentarios que quieran utilizar alguna de estas figuras de calidad diferenciada deberán cumplir, además de las obligaciones generales sobre calidad

⁵⁹⁸ Para impulsar el sector agroalimentario, favorecer la competitividad y compartir recursos, medios, personal, infraestructuras e ideas, en Aragón se creó el Instituto Agroalimentario de Aragón (IA2), fruto del convenio de colaboración entre la Universidad de Zaragoza y el Centro de Investigación y Tecnología Alimentaria de Aragón (CITA, un organismo público de investigación perteneciente al Gobierno de Aragón). Para más información sobre el IA2, consultar el siguiente enlace: <https://ia2.unizar.es/>

⁵⁹⁹ Según la Disposición adicional cuarta, esta ley se aplicará a las bebidas espirituosas teniendo en cuenta su normativa específica regulada en el Reglamento (CE) n° 110/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de enero de 2008, relativo a la definición, designación, presentación, etiquetado y protección de la indicación geográfica de bebidas espirituosas y por el que se deroga el Reglamento (CE) n° 1576/89 del Consejo, de 29 de mayo de 1989, en el que se establecían las normas generales relativas a la definición, organización y presentación de las bebidas espirituosas.

estándar⁶⁰⁰ y conformidad de los alimentos, la normativa específica que regule la correspondiente figura de calidad diferenciada.

Según el artículo 27, las denominaciones geográficas de calidad son las DOP, IGP, los vinos de la tierra y las distintas categorías de VCPRD que se registrarán por su normativa específica⁶⁰¹. Aunque el vino goza de una abundante normativa específica tanto comunitaria como estatal, el artículo 3.1 de la ley lo incluye dentro del concepto de alimento y por tanto le declara expresamente su aplicabilidad.

La ley crea el comité de calidad alimentaria que es un órgano consultivo del Departamento de Agricultura y Alimentación (art. 26) pero los órganos que gestionan las denominaciones geográficas de calidad son los consejos reguladores⁶⁰². De entre las funciones que realizan, relacionadas con la calidad alimentaria, podemos destacar las enumeradas en las letras c), g) y m) del artículo 35.2 que hacen referencia a la aplicación de los sistemas de control establecidos referidos a los productos, la calidad y las circunstancias conducentes a la certificación del producto final y otros que correspondan, informar a los consumidores sobre las características de calidad de los productos, y establecer para cada campaña, con base en criterios de defensa y mejora de la calidad y dentro de los límites fijados por la norma técnica, por el reglamento de cada denominación o por el correspondiente manual de calidad, los rendimientos, límites máximos de producción o transformación o cualquier otro aspecto de coyuntura anual que pueda influir en estos procesos.

Dada la importancia creciente que ha experimentado en los últimos años la artesanía alimentaria y la producción ecológica, la ley les reserva un Capítulo a cada una de estas figuras de calidad.

⁶⁰⁰ Las obligaciones generales de los operadores alimentarios en materia de calidad estándar vienen enumerados en el artículo 6 de la ley.

⁶⁰¹ Regulados en la Ley 24/2003, de la Viña y del Vino y en el Reglamento (CE) nº 491/2009 del Consejo de 25 de mayo de 2009 que modifica el Reglamento (CE) no 1234/2007 por el que se crea una organización común de mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas (Reglamento único para las OCM).

⁶⁰² El consejo regulador es el órgano de gestión de las denominaciones geográficas de calidad. Tienen el carácter de corporación de derecho público, con personalidad jurídica propia, autonomía económica y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus funciones. Su funcionamiento estará sujeto al régimen de derecho privado con carácter general, a excepción de las actuaciones que supongan el ejercicio de potestades públicas, en las cuales se someterán a las normas de derecho administrativo (art. 33.4 y 5). La ley regula su composición, estructura y funcionamiento (art. 34), su finalidad y funciones (art. 35), los recursos (art.37) y las consecuencias del incumplimiento de sus obligaciones (art. 38).

El Capítulo III es el reservado a la artesanía alimentaria⁶⁰³, donde es importante señalar que el carácter “artesano” se vincula no a alimentos o productos, sino a los operadores que, previo reconocimiento administrativo, podrán utilizar con exclusividad las menciones “artesano alimentario”, “empresa artesana alimentaria” o “maestro artesano alimentario”, y el Capítulo IV es el dedicado a la producción ecológica⁶⁰⁴.

Las tres últimas figuras de calidad que enumera el artículo 24 vienen reguladas en los artículos 48, dedicado a las ETG que se registrarán por su normativa europea específica, el 49 para la producción integrada⁶⁰⁵ y el 50 que trata las marcas de calidad alimentarias.

En relación a éstas últimas, el Gobierno de Aragón, de conformidad con lo establecido en la Ley de Marcas, podrá crear y registrar marcas comerciales⁶⁰⁶ para su utilización exclusiva en alimentos de calidad diferenciada que se elaboren bajo controles específicos. Estas marcas podrán ser utilizadas por cualquier operador de un Estado Miembro de la Unión Europea que cumpla los requisitos de uso establecidos reglamentariamente con carácter general, así como los regulados para cada producto alimentario.

Aunque la ley en el artículo 20 regula los tipos de medidas cautelares que hay, el apartado 6 del artículo 51 contiene una medida cautelar específica para los operadores inscritos en los registros de una figura de calidad diferenciada que consiste en acordar la suspensión temporal del derecho al uso de la denominación, marca o elemento identificativo de que se trate.

Respecto a las actuaciones de control, es importante señalar lo dispuesto en el artículo 52 de la ley que faculta al Departamento de Agricultura y Alimentación para que realice los controles complementarios que considere convenientes tanto a los operadores inscritos en los registros de figuras de calidad diferenciada como a los órganos o entidades de control o certificación autorizados.

⁶⁰³ Regulada en los artículos 40-44 de la ley y más específicamente en la Orden de 8 de febrero de 2011, del Consejero de Agricultura y Alimentación, por la que se aprueba el Reglamento de la artesanía alimentaria en Aragón. Para más información, consultar el siguiente enlace: <https://www.aragon.es/-/artesanía-alimentaria#anchor2>

⁶⁰⁴ La Ley dedica los artículos 45 a 47 a la regulación de la producción ecológica. Para más información, puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.aragon.es/-/produccion-ecologica>

⁶⁰⁵ La normativa aplicable puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.aragon.es/-/produccion-integrada>

⁶⁰⁶ La marca de calidad alimentaria creada por Gobierno de Aragón para distinguir en el mercado sus productos de calidad diferenciada es la marca “C’alial” que posteriormente será analizada.

El régimen sancionador viene regulado en el Título IV de la ley, en el que tipifica qué constituye infracción administrativa, establece los responsables de las infracciones (art. 55) y las clasifica en leves (art. 56), graves (art. 57) y muy graves (art. 58).

Por regla general, la responsabilidad en las infracciones en las que haya participado más de una persona, física o jurídica, es solidaria (art. 55.8). En cambio, la responsabilidad de los administradores o titulares en el caso de las infracciones cometidas por personas jurídicas, incluidos los órganos de gestión de las figuras de protección de calidad diferenciada y los órganos o entidades de control o certificación, será subsidiaria cuando no realizaran los actos necesarios que fueran de su incumbencia para el cumplimiento de las obligaciones infringidas, consintieran el incumplimiento por quienes de ellos dependan o adoptaran acuerdos que hicieran posibles tales infracciones (art. 55.4).

De entre todas las infracciones leves que la ley enumera, aunque hay un grupo de ellas que afectan a la calidad de los alimentos⁶⁰⁷, en relación con los distintivos de calidad .podemos destacar el incumplimiento de las obligaciones adicionales establecidas en las normas reguladoras de las denominaciones geográficas u otras figuras de calidad diferenciada en materia de declaraciones, libros de registro, documentos de acompañamiento y otros documentos de control.

En relación a las infracciones graves, además de aquellas que afectan a la calidad alimentaria⁶⁰⁸, la expedición por parte de los órganos de control o certificación de las

⁶⁰⁷ Algunas infracciones leves relacionadas con la calidad de los alimentos consisten en inexactitudes, errores u omisiones en los registros o declaraciones y en el etiquetado, documentos de acompañamiento, documentos comerciales, registros, rotulación, presentación y embalaje de los alimentos o las materias y elementos alimentarios, la discrepancia entre las características reales del producto y las que ofrece el operador o aplicar tratamientos, prácticas o procesos de forma diferente a la establecida cuando todas estas prácticas no afecten a la naturaleza, identidad, calidad, características, composición, procedencia u origen de los mismos. Otras infracciones leves consisten en no denunciar a la autoridad competente, cuando se esté obligado, de cualquier forma de fraude, alteración, adulteración, abuso o negligencia que perjudique o ponga en peligro la calidad de los productos, la protección del consumidor o los intereses generales, económicos o sociales del sector alimentario y el incumplimiento de las instrucciones que sobre su actividad provengan de las Administraciones competentes en materia de calidad alimentaria o de los órganos de gestión de las denominaciones geográficas de calidad cuando desarrollen actuaciones públicas que le sean propias.

⁶⁰⁸ Estas infracciones graves consisten en la falta de comunicación a la autoridad competente de la comercialización de alimentos o materias o elementos alimentarios que no cumplan la legislación en materia de calidad y conformidad o no tener o no poner en práctica el sistema de autocontrol de calidad. Otras infracciones graves tipificadas en la ley son las inexactitudes, errores u omisiones en los registros o declaraciones y en el etiquetado, documentos de acompañamiento, documentos comerciales, registros, rotulación, presentación y embalaje de los alimentos o las materias y elementos alimentarios, así como la discrepancia entre las características reales del producto y las que ofrece el operador o aplicar tratamientos,

distintas figuras de calidad diferenciada de certificados o informes cuyo contenido no se ajuste a la realidad de los hechos, así como la realización de ensayos, pruebas o inspecciones de forma incompleta o con resultados inexactos por una insuficiente constatación de los hechos o la deficiente aplicación de normas técnicas, e una infracción grave que afecta a los distintivos de calidad.

Las infracciones muy graves⁶⁰⁹ previstas en la ley que afectan a los distintivos de calidad son dos:

a) La utilización, cuando no se tenga derecho a ello, de indicaciones, nombres comerciales, marcas, símbolos o emblemas que hagan referencia a los nombres protegidos por una denominación geográfica u otras figuras de calidad diferenciada o que por su similitud fonética o gráfica con los nombres protegidos o los signos o emblemas característicos puedan inducir a confusión sobre la naturaleza, calidad u origen de los productos aunque vayan acompañados de los términos tipo, estilo, género, imitación, sucedáneo u otros análogos.

b) La indebida tenencia, negociación o utilización de documentos, precintas, etiquetas u otros elementos de identificación propios de las denominaciones geográficas u otras figuras de protección de la calidad alimentaria así como la falsificación de los mismos.

Una vez tipificadas las infracciones, la Ley pasa a detallar las sanciones⁶¹⁰ correspondientes, pero el órgano competente en los supuestos de infracciones graves o

prácticas o procesos de forma diferente a la establecida cuando todas estas prácticas no afecten a la naturaleza, identidad, calidad, características, composición, procedencia u origen de los mismos. El impago de las cuotas que se establezcan de acuerdo con los reglamentos de los órganos de gestión de las denominaciones geográficas de calidad y del Comité aragonés de agricultura ecológica y los actos fraudulentos en las características de los alimentos que no puedan tipificarse como leves o cualquier otra discrepancia que exista entre las características reales del alimento, materia o elemento de que se trate y las que ofrezca el operador alimentario, son consideradas también infracciones graves que afecta a la calidad del producto.

⁶⁰⁹ Como infracciones muy graves que afectan a la calidad alimentaria podemos destacar las infracciones cometidas por los órganos de control o certificación de las distintas figuras de protección de la calidad cuando de las mismas resulte un daño muy grave e inminente para las personas, la flora, la fauna o el medio ambiente y no incluir en las etiquetas y presentación de los productos alimentarios los datos suficientes para evitar la confusión de los consumidores sobre su calificación y procedencia en aquellos casos en que se utiliza una misma marca, nombre comercial o razón social en la comercialización de productos incluidos en una determinada figura de protección de calidad diferenciada y en la de otros que no lo están. Por último, es importante señalar que la comisión de infracciones muy graves conllevará la pérdida, durante el plazo de un año siguiente a la firmeza de la resolución en vía administrativa, del derecho a obtener ayudas de la Comunidad Autónoma de Aragón vinculadas a la actividad agroalimentaria (art. 63).

⁶¹⁰ Las sanciones previstas en el artículo 60 de la Ley, que según el artículo 64 se dividen en tres grados: inferior, medio y superior, son: el apercibimiento previsto en el artículo 62 y las multas económicas

muy graves cometidas por personas inscritas en los registros de una figura de calidad diferenciada que hayan causado un grave perjuicio o desprestigio a la denominación, marca o figura protegida, podrá imponer como sanción accesoria⁶¹¹ la suspensión temporal⁶¹² del derecho al uso de dicha denominación, marca o figura de que se trate o la baja definitiva⁶¹³ de sus registros.

Dentro de los criterios para la gradación de las sanciones, en relación con la calidad alimentaria hay que destacar el recogido en la letra d) del artículo 64.2 que hace referencia a la naturaleza de los perjuicios causados a los operadores alimentarios, en particular el efecto perjudicial que la infracción haya podido causar sobre la salud o los intereses económicos de los consumidores, los precios, el consumo o, en su caso, el prestigio de una denominación geográfica u otra figura de protección de la calidad.

Respecto a la potestad sancionadora (art. 68), le corresponde a la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón que la ejercerá por los órganos administrativos que la tengan atribuida, sin perjuicio de las competencias de titularidad de las entidades

que van desde 500 hasta 2.000 euros para las infracciones leves (pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el valor de los productos objeto de la infracción), de entre 2.001 hasta 30.000 euros para las graves y de entre 30.001 y 300.000 euros para las muy graves, pudiendo rebasarse las cantidades máximas en un 5% para las infracciones graves y un 10% para las muy graves del volumen de ventas de los productos objeto de la infracción correspondiente al ejercicio económico inmediatamente anterior al de iniciación del procedimiento sancionador. Si el infractor no cumple con las obligaciones impuestas como sanción o lo hiciera de manera incompleta se le podrá imponer multas coercitivas (son independientes y compatibles con las sanciones pecuniarias impuestas por la infracción cometida) con una periodicidad de tres meses hasta el cumplimiento total de la sanción impuesta, no pudiendo exceder el importe de 3.000 euros. Los plazos de prescripción de las infracciones y sanciones son de un año para las leves, dos para las graves y tres para las muy graves. El término de la prescripción comenzará a correr desde el día en que se cometiera la infracción, el cual se interrumpirá cuando el presunto infractor reciba la notificación del acuerdo de iniciación. El procedimiento sancionador podrá incoarse en cualquier momento siempre que no haya prescrito la presunta infracción que se impute en el acuerdo de iniciación y el plazo de prescripción de las sanciones comenzará cuando éstas hayan adquirido firmeza.

⁶¹¹ Las sanciones accesorias vienen enumeradas en el artículo 61, y en relación a las figuras de calidad diferenciada podemos destacar el decomiso o destrucción de la documentación de presentación o del material de identificación del producto así como de la mercancía adulterada, falsificada, fraudulenta, no identificada o aquella que pueda suponer un riesgo para las personas, animales o vegetales, siendo los gastos ocasionados por cuenta del infractor; es importante señalar que siempre que concurra alguna de las circunstancias de riesgo o daño efectivo para los intereses económicos del sector alimentario, reincidencia en infracciones graves o muy graves o acreditada intencionalidad en la comisión de las infracciones, la autoridad competente podrá acordar como sanción accesoria, siempre que la sanción haya adquirido firmeza en la vía administrativa, la publicación en el Boletín Oficial de Aragón, Boletín Oficial del Estado y en los medios de comunicación que se consideren oportunos, del nombre de la empresa, las personas naturales o jurídicas responsables, la infracción cometida y la sanción impuesta.

⁶¹² La suspensión temporal tendrá una duración máxima de tres o cinco años dependiendo de si se trata de una infracción grave o muy grave y conllevará la pérdida del derecho a etiquetas u otros documentos propios de la figura de calidad.

⁶¹³ La baja definitiva sólo podrá imponerse por faltas muy graves e implicará la exclusión del infractor de los registros y, simultáneamente, la pérdida de los derechos inherentes a la denominación, marca o figura.

locales, en materia de conformidad de la producción, transformación y comercialización alimentarias y de calidad diferenciada de los alimentos.

El órgano competente para resolver, sancionará las infracciones en materia de conformidad y calidad diferenciada de la producción, transformación y comercialización alimentarias detectadas en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Por último, la disposición adicional séptima establece que el Departamento de Agricultura y Alimentación será el órgano administrativo competente para autorizar los reglamentos de uso de las marcas de garantía aplicadas a productos alimentarios reguladas en el artículo 69 LM.

E) Ley 7/2007, de 15 de marzo, de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha⁶¹⁴.

El sector agroalimentario en Castilla – La Mancha tiene una gran importancia en la economía de la Comunidad autónoma y aunque es un sector con unas características especiales, ya que la producción depende de los ciclos naturales y a menudo se necesitan largos períodos para la producción, el almacenamiento y la transformación, representa aproximadamente una cuarta parte de la producción industrial de la Comunidad (Exposición de motivos).

Al existir en el mercado una gran diversidad de productos agroalimentarios de indiscutible calidad cuyo prestigio se extiende tanto a nivel nacional como internacional, adquieren mucha importancia los distintivos que los identifican porque le otorgan a esos productos un plus de calidad debido a su vinculación a una zona geográfica determinada, a su producción con arreglo a un método tradicional determinado o por ser respetuosos con el medio ambiente y con los animales en el proceso de producción.

⁶¹⁴ En relación con la estructura de la Ley, esta se compone de seis Títulos: el Título I, Disposiciones generales, que establece el objeto, ámbito de aplicación y la definición de algunos términos empleados en el texto, el Título II que está dedicado a la regulación de las figuras de calidad agroalimentarias, el Título III que se refiere a los órganos de gestión de las figuras de calidad, el Título IV dedicado a las entidades de control de la calidad agroalimentaria, el Título V sobre el aseguramiento de la calidad agroalimentaria y el régimen sancionador al que dedica el título VI. Los artículos 29 y 31 dedicados a los órganos de gestión, han sido modificados por la Ley 7/2009, de 17 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Directiva 2006/123/CE, de 12 de diciembre, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a los Servicios en el Mercado Interior.

Aunque el objetivo básico de la Ley 7/2007 es el fomento y garantía de los productos agroalimentarios con una calidad diferenciada potenciando las figuras de protección de la calidad, con esta ley también se pretende satisfacer las demandas de los consumidores complementando las previsiones ahora contenidas en la Ley 3/2019, de 22 de marzo, del Estatuto de la Personas Consumidoras en Castilla-La Mancha⁶¹⁵ ya que en los últimos años los consumidores otorgan mayor importancia a la calidad que a la cantidad.

El objeto de la ley (art. 1) es establecer normas para asegurar la calidad estándar⁶¹⁶ de los productos agroalimentarios producidos o comercializados en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha de conformidad con la normativa de aplicación, fomentar, potenciar y garantizar los productos agroalimentarios de calidad diferenciada de la comunidad autónoma, regular el marco normativo de los órganos de gestión y entidades de control de los productos agroalimentarios de calidad diferenciada y por último, en materia de calidad estándar y calidad diferenciada de los productos agroalimentarios, establecer las obligaciones de los operadores agroalimentarios en Castilla-La Mancha, regular la inspección y control y establecer el régimen sancionador.

Esta ley se aplicará a todas las actuaciones que se lleven a cabo en el territorio de Castilla-La Mancha en materia de distintivos de origen y calidad de los productos agroalimentarios y en materia de conformidad de los procesos de producción, transformación y comercialización de productos agroalimentarios (art. 2).

Para esta ley agroalimentaria [(art. 3.a)], son “productos agroalimentarios” los productos o sustancias, incluido el vino, que sean destinados a ser ingeridos por los seres humanos o con probabilidad razonable de serlo, tanto si se trata de productos de calidad estándar o de calidad diferenciada, así como los productos o sustancias destinados a ser ingeridos por los animales o susceptibles de serlo.

Al igual que otras normas, las semillas destinadas a la reproducción, los medicamentos, los productos zoonosanitarios y fitosanitarios, los piensos medicamentosos, los alimentos infantiles y dietéticos, los cosméticos, el tabaco y sus productos derivados,

⁶¹⁵ Las previsiones estaban contenidas en la Ley 11/2005, de 15 de diciembre, por la que se aprueba el Estatuto del Consumidor, pero esta ley fue derogada por la Ley 3/2019.

⁶¹⁶ El aseguramiento de la calidad estándar de los productos agroalimentarios se hace en defensa de la lealtad de las transacciones comerciales y de los derechos e intereses legítimos de los productores agrarios, operadores económicos y profesionales del sector y de los consumidores finales [art.1 a)].

los productos estupefacientes y psicotrópicos, los animales vivos (salvo que sean preparados para su comercialización para consumo humano) y las plantas antes de su cosecha no se consideran productos alimentarios [(art.3. a), 1º a 11º)].

Los términos “calidad estándar” y “calidad diferenciada” vienen definidos en las letras h) e i) del artículo 3 respectivamente y la diferencia fundamental entre ambos conceptos es que la calidad estándar es de obligado cumplimiento para todos los operadores agroalimentarios mientras que la calidad diferenciada son disposiciones de carácter voluntario que sólo han de cumplir los operadores agroalimentarios que se acojan a una figura de calidad diferenciada.

Otro concepto importante que define la ley [(art. 3. j)] es el de “figura de calidad alimentaria” que es cualquier norma de protección de productos agroalimentarios que reconozca una calidad diferenciada debida a sus características específicas, origen geográfico o a métodos y técnicas de producción respetuosas con el medio ambiente.

Para fomentar la calidad agroalimentaria, la ley establece una serie de objetivos comunes para la Dirección General competente en materia agroalimentaria y los órganos de gestión de las figuras de calidad.

Esos objetivos comunes son fomentar entre los productores, transformadores y comercializadores la utilización voluntaria de los distintivos de calidad para incrementar la producción agroalimentaria de calidad diferenciada en Castilla-La Mancha, establecer medidas que favorezcan las iniciativas de colaboración e interacción entre los operadores agroalimentarios para incrementar los mercados de producción de calidad diferenciada, contribuir a la promoción de estos productos de calidad tanto a nivel nacional como internacional y preservar y revalorizar el patrimonio de estos productos (art. 4).

La ley enumera las figuras de calidad agroalimentarias (art. 5) agrupándolas en dos grupos:

a) Las figuras de calidad acordes con la normativa comunitaria. En este grupo se encuentran las denominaciones de origen protegidas, las indicaciones geográficas protegidas, las especialidades tradicionales garantizadas, los vinos de calidad producidos en regiones determinadas, las indicaciones geográficas de vinos de la tierra, las indicaciones geográficas de bebidas espirituosas y la producción ecológica.

b) Las figuras de calidad de acuerdo a la reglamentación nacional de carácter básico, como son la producción integrada y aquellas marcas de garantía y marcas colectivas reconocidas como figuras de calidad por la Consejería competente en materia agroalimentaria, de conformidad con lo dispuesto en esta ley.

Es importante señalar que para la consecución de los objetivos que persigue la ley se prevé expresamente (art. 6) la creación y registro, de conformidad con la Ley de Marcas, de la Marca de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha⁶¹⁷ que será de titularidad de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y que sólo podrá ser usada por los productos agroalimentarios que estén protegidos por una figura de calidad de las incluidas en el artículo 5.

La protección que la Ley le otorga a las figuras de calidad (art. 7) consiste básicamente en que son bienes de titularidad pública que no pueden ser objeto de enajenación ni gravamen y no podrán utilizarse para la designación de productos agroalimentarios de la misma o similar naturaleza distinto de los amparados. La protección se extiende a todas las fases de comercialización de los productos, incluyendo la presentación, etiquetado, publicidad y documentación comercial e implica la prohibición de utilizar cualquier indicación falsa o engañosa respecto a su procedencia, origen, naturaleza o características esenciales de los productos en el etiquetado, envase o embalaje, en la publicidad y en los documentos que tengan relación con los mismos.

Los nombres protegidos no pueden utilizarse en la designación, presentación o publicidad de productos agroalimentarios sin derecho a protección aunque indiquen el verdadero origen del producto y no se pueden traducir a otras lenguas ni pueden ir precedidos de expresiones como tipo, estilo, sabor, imitación, manipulado, traducido, envasado en, elaborado en o cualquier otra expresión que pueda inducir a error a los consumidores.

La Ley regula las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas (arts. 8-10) y las especialidades tradicionales garantizadas (arts. 11-12) y establece su concepto, el procedimiento para su reconocimiento y su sistema de control, la producción

⁶¹⁷ Reglamentariamente se establecerá el distintivo de esta marca y el procedimiento para la adquisición y pérdida del derecho a su uso, así como las condiciones del mismo.

ecológica (arts. 25-26), la producción integrada y las marcas de calidad diferenciada (arts. 27 y 28 respectivamente).

Al ser el vino un alimento natural [(art. 3.a)], la Ley recoge las figuras de calidad relacionadas con el sector vitivinícola, como son los vinos de calidad producidos en regiones determinadas (arts.13-15), los vinos de la tierra (arts. 16-18) y los vinos espumosos de calidad con indicación geográfica (arts.19-21). Para todos ellos, la Ley regula el concepto, el procedimiento de reconocimiento y sus normas de control, al igual que para las bebidas espirituosas con indicación geográfica (arts. 22-24).

En relación a las marcas de calidad diferenciada (art. 28) distingue entre los conceptos de marca colectiva y marca de garantía recogidos en los artículos 62 y 68 LM respectivamente y dispone que se considerarán marcas de calidad diferenciada cualquiera de las marcas anteriores si cumplen los siguientes requisitos:

- Establecer obligaciones detalladas en relación con métodos agroalimentarios que garanticen unas características específicas, incluido el proceso de producción, y una calidad del producto final que exceda de la calidad estándar del producto de que se trate,

- comprobación por una entidad de control,

- estar abiertas a todos los productores que cumplan los requisitos establecidos,

- productos producidos o elaborados en Castilla-La Mancha,

- responder a las oportunidades de mercado actuales y previstas, y

- haber sido reconocida como figura de calidad por la Consejería competente en materia agroalimentaria.

El órgano de gestión⁶¹⁸, que tiene atribuidas las funciones de promoción, defensa y representación de las figuras de calidad, se extiende a todas las figuras de calidad, pero sólo se considera preceptiva su existencia en relación con determinadas figuras de calidad, como son de las DOP, IGP, los vinos de calidad producidos en regiones determinadas

⁶¹⁸ Los órganos de gestión tienen personalidad jurídica propia, autonomía económica y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines (art. 29.2).

(excepto los vinos de pago con menos de cinco operadores) y las bebidas espirituosas con indicación geográfica⁶¹⁹.

Existirá un único órgano de gestión por figura de calidad reconocida que habrá de regirse por lo dispuesto en la norma específica de la figura de calidad, por sus estatutos y por lo establecido en esta ley, y sus competencias quedan limitadas a los productos protegidos por las figuras de calidad en cualquier fase de producción, acondicionamiento, almacenaje, circulación y comercialización y a los titulares de los bienes inscritos en los registros⁶²⁰.

La ley regula las entidades de control de la calidad agroalimentaria que se configuran como organismos, públicos o privados, independientes e imparciales, que realizan el control de los procesos de producción, elaboración y comercialización y de las características fisicoquímicas, organolépticas y específicas que definen al producto amparado por una figura de calidad.

La finalidad del aseguramiento de la calidad agroalimentaria es garantizar la conformidad de los productos agroalimentarios y la competencia leal de las transacciones comerciales de los operadores, y su ámbito de aplicación⁶²¹ se extiende a todas las etapas de la producción, transformación y comercialización de los productos, materias y elementos para la producción y la comercialización agroalimentarias (art. 35.1 y 2).

Las obligaciones de los operadores agroalimentarios (art. 36) consisten en asegurar y garantizar que los productos cumplen la legislación vigente en materia de calidad y conformidad, comunicar a los órganos competentes cualquier actuación que induzca a engaño a otros operadores o a los consumidores y perjudique o ponga en riesgo la calidad de los productos agroalimentarios y la protección de los consumidores o los intereses generales, económicos o sociales del sector agroalimentario.

⁶¹⁹ Excepcionalmente, si para estas figuras no existe órgano de gestión, corresponderá a la Consejería competente en materia agroalimentaria realizar sus funciones, excepto para los vinos de calidad producidos en regiones determinadas que corresponderá al comité de gestión de los vinos de calidad producidos en regiones determinadas del Instituto de la Vid y el Vino de Castilla-La Mancha.

⁶²⁰ Se crean en el artículo 31 un Registro de Órganos de Gestión, de carácter informativo y en el artículo 32 un Comité de seguimiento de las figuras de calidad para asegurar la colaboración y cooperación entre la Administración regional, los órganos de gestión y otras entidades y representantes relacionados con las figuras de calidad.

⁶²¹ Está excluido del aseguramiento de la calidad agroalimentaria lo relativo a la normativa sanitaria, veterinaria o relativa a la seguridad física de las personas o los animales, sobre todo las cuestiones relacionadas con la salud, el control microbiológico, la inspección veterinaria o la normativa sobre sustancias peligrosas y medio ambiente (art. 35.3).

Los operadores también están obligados a informar a los receptores o consumidores de las características del producto de forma que no induzca a engaño, colaborar con los servicios de inspección, disponer de sistemas para el aseguramiento de la calidad y garantizar la trazabilidad de los productos.

Además de estas obligaciones, se establecen dos obligaciones adicionales a las anteriores para los operadores que estén amparados por una figura de calidad [(art. 36.2 a) y b)]: la inscripción de sus medios de producción e instalaciones en los registros gestionados por el correspondiente órgano de gestión, cuando existan, y someterse, en todo caso, a un sistema de control⁶²², y colaborar con los órganos de gestión para defender y promocionar estos productos.

Respecto a la actuación inspectora, y en relación con los productos de calidad diferenciada, la ley dispone expresamente [(art. 46.2. c)] que las actuaciones de inspección y control deberán comprobar el uso adecuado de las denominaciones geográficas de calidad y otros sistemas de protección de la calidad diferenciada.

En el ejercicio de la función inspectora y cuando existan claros indicios de infracción en materia de calidad y conformidad de la producción y comercialización agroalimentarias, el personal inspector podrá adoptar motivadamente las medidas cautelares o preventivas que estime oportunas, siendo uno de los supuestos, el uso inadecuado de los nombres protegidos por las denominaciones de calidad así como de los sistemas de protección o elaboración u otras indicaciones falsas que no correspondan al producto o induzcan a confusión [(art. 53.5. b)].

Además, para operadores inscritos en registros de los sistemas de protección o figuras de calidad, la medida cautelar podrá consistir también en la suspensión temporal del derecho al uso de la denominación, marca o elemento identificativo de que se trate (art. 54.2).

Por último, el Título VI, que se divide en dos Capítulos, es el reservado para el régimen sancionador, regulando las diferentes infracciones y sanciones y el procedimiento administrativo sancionador.

⁶²² El Capítulo III regula el ejercicio de las funciones de inspección y control y establece los derechos y deberes de los operadores en relación a los controles oficiales.

Constituye infracción administrativa en materia de calidad y conformidad de la producción y comercialización agroalimentarias y de control agroalimentario cualquier acción u omisión, dolosa o culposa, tipificada por la esta ley o demás disposiciones legales de aplicación, y se clasifican en leves, graves y muy graves.

De entre todas las infracciones leves⁶²³ que enumera la ley en relación con las figuras de calidad diferenciada hay que destacar las que hacen referencia a no estar inscrito en los registros establecidos reglamentariamente para cada una de las figuras de calidad y el incumplimiento de las obligaciones adicionales a las generales de cualquier operador que establezcan las normas reguladoras de los sistemas de protección y figuras de calidad en materia de declaraciones, libros de registros y documentos de acompañamiento y de control (art. 59. 7 y 13).

Las infracciones graves tipificadas en la ley (art. 60)⁶²⁴ que guardan relación con los distintivos de calidad se basan en la utilización en el etiquetado, embalajes, presentación, oferta o publicidad de los productos agroalimentarios de indicaciones, expresiones, signos, marcas o denominaciones que no se correspondan al producto, que puedan inducir a error, que no se correspondan con la verdadera identidad del operador ni al verdadero lugar de producción, fabricación, elaboración, envase, comercialización o distribución y que no sean verificables, así como los actos de fraude o falsificación de los productos agroalimentarios.

⁶²³ Las infracciones leves relacionadas con la calidad se refieren a la no comunicación a la autoridad competente, cuando exista obligación legal de hacerlo, de cualquier forma de fraude, alteración, adulteración, abuso o negligencia que perjudique o ponga en riesgo la calidad de los productos, a presentar con inexactitudes, errores u omisiones en los datos o informaciones en el etiquetado o documentos de acompañamiento o comerciales cuando no afecten a la calidad del producto, el incurrir en discrepancia entre las características reales del producto y las que ofrece el operador si se refiere a parámetros o elementos cuyo contenido queda limitado por la reglamentación de aplicación y el exceso o defecto no afecta a su calidad, y por último aplicar tratamientos, prácticas o procesos de forma distinta a la establecida siempre que no afecten a la calidad de los productos (art. 59, 5, 8, 14 y 15).

⁶²⁴ Como infracciones graves que afectan a la calidad del producto podemos destacar la falta de comunicación a la Consejería competente en materia agroalimentaria de la comercialización de productos que no cumplan con la legislación en materia de calidad y conformidad, no tener o no llevar un sistema interno de control de calidad, y tener inexactitudes, errores u omisiones en las declaraciones que deban realizarse antes de la ejecución de prácticas de elaboración y tratamiento de determinados productos si los hechos constitutivos de infracción afectan a su naturaleza, calidad, características, composición, procedencia u origen de los productos consignados. También son infracciones graves comercializar productos agroalimentarios o materias y elementos para la producción y la comercialización agroalimentarias que hayan sido objeto de prácticas o tratamientos no autorizados, o bien que están etiquetados, marcados o identificados con nombres o indicaciones no conformes.

En último lugar, como infracciones muy graves⁶²⁵ asociadas a los distintivos de calidad (art. 61) podemos destacar la utilización, sin tener derecho a ello, de indicaciones, nombres comerciales, marcas, símbolos o emblemas referidos a los nombres protegidos por una figura de calidad agroalimentaria o que tengan similitud fonética o gráfica que puedan inducir a confusión sobre la naturaleza, calidad u origen de los productos aunque vayan acompañados de los términos tipo, estilo, género, imitación, sucedáneo o análogos.

También, el tener, negociar, utilizar indebidamente o falsificar los documentos, etiquetas y demás elementos de identificación propios de las figuras de calidad agroalimentarias recogidas en la ley, así como realizar cualquier acción que tienda a producir confusión sobre la verdadera naturaleza del producto por parte de los elaboradores o los miembros de los órganos de gestión que cause desprestigio o perjuicio a la figura de calidad son otras de las infracciones tipificadas como muy graves.

Además de las sanciones pecuniarias aplicables a las infracciones leves, graves o muy graves cometidas⁶²⁶, es importante señalar el supuesto específico de las sanciones aplicables en los supuestos de infracciones calificadas como graves o muy graves cometidas por operadores cuyos productos estén amparados por figuras de calidad (art. 63.6).

En estos supuestos, además de imponerse la sanción pecuniaria que corresponda, podrá acordarse, como sanción accesoria, la suspensión temporal del derecho de uso de la denominación o marca, que supone la suspensión del derecho de utilizar etiquetas y otros documentos de la denominación, por tiempo inferior a dos o tres años, según se trate de infracciones graves o muy graves respectivamente.

⁶²⁵ Como infracciones muy graves que afectan a la calidad es importante señalar las infracciones graves que impliquen la extensión de la alteración, la adulteración, la falsificación o el fraude a realizar por terceros a los cuales se faciliten la sustancia, los medios o procedimientos para realizarlos, encubrirlos o enmascararlos y suministrar a industrias agroalimentarias productos agroalimentarios o materias o sustancias no permitidas para la elaboración de los productos para los cuales están autorizadas dichas industrias.

⁶²⁶ Las infracciones leves, con una sanción pecuniaria de 150 a 4.000 euros, las graves con una sanción pecuniaria de 4.001 a 60.000 euros, pudiendo rebasarse dicho importe hasta el quíntuplo del valor de mercado de las mercancías no conformes, y las muy graves con una sanción pecuniaria de 60.001 a 1.200.000 euros, pudiendo rebasarse dicho importe hasta el décuplo del valor de mercado de las mercancías no conformes [(art. 63.1. a) b) y c)].

En relación al régimen sancionador aplicable a las entidades de control de la calidad agroalimentaria se tipifican las infracciones administrativas que pueden cometer las entidades de control y la sanción correspondiente (art. 71)⁶²⁷.

F) Ley 2/2011, de 25 de marzo, de la Calidad Agroalimentaria y Pesquera de Andalucía⁶²⁸.

Andalucía es la Comunidad Autónoma donde se reconocieron las primeras denominaciones de origen españolas⁶²⁹, siendo el sector industrial agroalimentario y pesquero uno de los más importantes en la Comunidad. Este sector, innovador y dinámico, ha sufrido grandes modificaciones en los últimos años gracias a los avances tecnológicos, que han hecho posible la mejora de los niveles de calidad de los productos agroalimentarios y pesqueros, y han convertido a este sector en el motor socioeconómico para el desarrollo y la fijación de la población en el medio rural.

⁶²⁷ Las infracciones administrativas leves serán sancionables con amonestación, las graves con la suspensión de su autorización por un tiempo no superior a seis meses y las muy graves con la revocación definitiva de su autorización en los supuestos de incumplimiento de las condiciones esenciales tenidas en cuenta al concederles la autorización.

⁶²⁸ La ley se estructura en seis títulos, cuatro disposiciones adicionales, dos transitorias, una derogatoria y tres disposiciones finales. Las disposiciones generales, el objeto, ámbito de aplicación, las definiciones y la promoción y fomento de la calidad de los productos agroalimentarios vienen enumerados en el Título I. El Título II se dedica al aseguramiento de la calidad comercial agroalimentaria y pesquera y en él se establecen los principios y mecanismos que permiten garantizar la conformidad de los productos y un marco de competencia leal entre los operadores del sector. La calidad diferenciada de los productos agroalimentarios y pesqueros vienen regulados en el Título III. Aquí, la ley define las denominaciones de calidad protegidas así como las marcas de titularidad pública, estableciendo el procedimiento para su reconocimiento y registro. También regula la estructura, funciones y financiación de los consejos reguladores, considerando a éstos últimos como Corporaciones de Derecho Público con personalidad jurídica propia para dar más relevancia a los productores y elaboradores en la autorregulación del sector. En el Título IV se regula la evaluación de la conformidad de la calidad diferenciada, que incluye la autorización, inscripción, retirada y obligaciones de los organismos de evaluación de la conformidad y el Título V se dedica al control oficial de la calidad agroalimentaria y pesquera. Para ello, la ley fija sistemas de control que se encomiendan tanto a los operadores (productores industriales, transformadores y comercializadores) como a la Administración competente. El último Título, el VI, está dedicado al régimen sancionador, regulando tanto las actuaciones previas y las medidas cautelares, como las infracciones y sanciones aplicables. Algunos preceptos de la ley han sido modificados por el Decreto-Ley 10/2013, de 17 de diciembre, de ayudas financieras a las pequeñas y medianas empresas industriales de Andalucía y de ayudas para la reconstitución del potencial de producción agrario como consecuencia de adversidades naturales y por el Decreto-Ley 2/2020 de 9 de marzo, de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía.

⁶²⁹ La primera denominación de origen registrada en España es la de “Jerez-Xérèz-Sherry”, cuyo Reglamento inicial fue publicado en la Gaceta de Madrid nº 22, el 22 de enero de 1935, pgs. 655-659 (BOE-A-1935-718). El Reglamento incluía en su artículo 22 la “Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda” como un tipo de vino dentro de los vinos de Jerez, conjuntamente con el fino, el amontillado y el oloroso. En posteriores Reglamentos quedan diferenciadas perfectamente ambas denominaciones de origen, y un vino de esa zona de producción puede dar lugar a un “fino” si se cría en Jerez de la Frontera o en el Puerto de Santa María o a una “manzanilla” si el vino es criado en Sanlúcar de Barrameda.

Un aspecto a destacar es que la competitividad de los productos de las empresas agrarias y pesqueras de Andalucía está basada en la calidad de los mismos. Por eso, las acciones de fomento y promoción de estos productos de calidad son de gran importancia tanto para darlos a conocer en los mercados tradicionales como para abrir nuevos mercados (Exposición de motivos I).

Tras las últimas crisis alimentarias, los consumidores exigen mayores garantías de calidad en los productos agroalimentarios y para que los productos andaluces puedan competir en unos mercados cada vez más globalizados y exigentes, la certificación de la calidad de estos productos con unas características diferenciales se ha convertido en un proceso necesario (Exposición de motivos II).

En el marco normativo de la Unión Europea, en el que se han aprobado un elenco de normas sobre protección, producción, etiquetado y control que permite proteger las denominaciones de calidad al garantizar unas condiciones de competencia leal entre los productos amparados y aumenta la credibilidad de estos productos entre los consumidores gracias a la transparencia en todas las fases de producción y elaboración, y de la normativa básica del Estado, con la Ley 2/2011, de 25 de marzo, de la Calidad Agroalimentaria y Pesquera de Andalucía y la Ley 10/2007, de 26 de noviembre, de Protección del Origen y la Calidad de los Vinos de Andalucía⁶³⁰, se configura el marco legislativo adecuado en relación con la calidad de los productos agroalimentarios y pesqueros de Andalucía.

Entre los objetivos que tiene la ley en su artículo 1 destacan la ordenación y control de las denominaciones de calidad de los productos agroalimentarios y pesqueros de Andalucía y de los consejos reguladores, el fomento y la promoción de la calidad de los productos agroalimentarios y pesqueros, el establecimiento de las obligaciones, en materia de calidad, de los agentes económicos y de los profesionales de estos sectores productivos, y la regulación de los requisitos exigibles a los organismos de la evaluación de la conformidad y las obligaciones requeridas a los operadores agroalimentarios y pesqueros y sus entidades auxiliares.

De manera complementaria, otros objetivos de la ley son el establecimiento de las normas necesarias para garantizar la calidad, el origen, en su caso, y la conformidad de los productos agroalimentarios y pesqueros con sus normas específicas de calidad, y

⁶³⁰ Algunos artículos de esta ley han sido modificados por la Ley 2/2011, de 25 de marzo y por el Decreto-ley 2/2020, de 9 de marzo.

asegurar la protección de los derechos de los agentes económicos, operadores y consumidores finales, garantizándoles una información correcta y completa sobre la calidad agroalimentaria y pesquera de los productos, y la regulación de la inspección, el control de calidad, la prevención, lucha contra el fraude y el régimen sancionador en materia de calidad y conformidad aplicable.

El ámbito de aplicación de la ley se circunscribe a todas las actuaciones realizadas en el territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía en materia de calidad agroalimentaria y pesquera sin perjuicio de lo dispuesto en las normativas de seguridad alimentaria, de disciplina de mercado y de defensa de los consumidores (art.2).

La ley define una serie de conceptos en su artículo 3, entre los que cabe destacar el de “calidad comercial agroalimentaria y pesquera” y el de “calidad diferenciada agroalimentaria y pesquera”.

La “calidad comercial agroalimentaria y pesquera” es el conjunto de características objetivas de un producto agroalimentario y pesquero, consecuencia del cumplimiento de los requisitos relativos a las materias primas, a los procedimientos utilizados para su producción, transformación y comercialización y a su composición final, distintas de aquellas que lo hacen apto para el consumo desde el punto de vista de la seguridad alimentaria. Sin embargo, el concepto de “calidad diferenciada agroalimentaria y pesquera”, hace referencia al conjunto de características objetivas de un producto agroalimentario y pesquero, consecuencia del cumplimiento de los requisitos establecidos en las normas y pliegos de condiciones específicos, relativos a sus materias primas o procedimientos de producción, transformación o comercialización y adicionales a las exigencias de calidad comercial obligatorias para un producto agroalimentario o pesquero.

En este mismo artículo, en el apartado c), la ley define de forma amplia y poco precisa el concepto de “producto agroalimentario” como cualquier sustancia o producto obtenido de la agricultura, ganadería, aprovechamientos cinegéticos o forestales, o derivado de ellos, destinado a ser ingerido o con probabilidad de serlo por lo seres humanos, así como cualquier sustancia o producto destinado a la alimentación animal, siempre que este vaya destinado a la alimentación humana.

Lo que sí deja claro son aquellos productos que los excluye del concepto de productos agroalimentarios como son, las semillas y plantas de vivero, los animales vivos (salvo que estén ya dispuestos para ser comercializados para consumo humano), las plantas antes de la cosecha, los medicamentos, los cosméticos, el tabaco y los productos del tabaco, las sustancias estupefacientes y psicotrópicas, los residuos y contaminantes y los productos fitosanitarios, zoonitarios y fertilizantes.

En materia de promoción y fomento de la calidad (art.4) la ley persigue varios objetivos. En primer lugar se podrían destacar los que tienen que ver con los distintivos de calidad como es incentivar la utilización de las diferentes denominaciones de calidad y propiciar iniciativas públicas que permitan modificar las denominaciones y definiciones de alimentos cuando sea necesario.

Junto a estos objetivos se contemplan varios relacionados con los productos de calidad como son favorecer las iniciativas de colaboración e interacción entre los operadores agroalimentarios y pesqueros para la realización de actuaciones conjuntas en materia de promoción, incorporar la política de promoción de productos de calidad en diversas políticas (de desarrollo rural, medioambiental, turístico, gastronómico, artesanal y cultural) y articular iniciativas, tanto públicas como privadas, en favor de la calidad de los productos.

Como últimos objetivos de la ley podemos señalar la promoción de los productos andaluces de calidad en el mercado y de iniciativas que permitan revalorizar y diferenciar la calidad de los productos y la protección de los consumidores y operadores, el fomento de las buenas prácticas comerciales y preservar y valorar el patrimonio de los productos de calidad de Andalucía.

La Administración autonómica podrá financiar campañas de información y promoción de productos agroalimentarios y pesqueros de calidad. La financiación de estas campañas se hará teniendo en cuenta los criterios enumerados en el artículo 4.3 de la ley que consisten en informar sobre los productos de calidad como integrantes de la alimentación mediterránea, recomendar el consumo de productos de calidad y por último, difundir e informar sobre la calidad, propiedades y características diferenciales de los productos de calidad andaluces.

El aseguramiento de la calidad comercial⁶³¹, que corresponde a los operadores agroalimentarios y pesqueros, consiste en la realización de actividades encaminadas a asegurar y garantizar que los productos cumplen con la legislación vigente en materia de calidad y evaluación de la conformidad.

Para ello, los operadores agroalimentarios y pesqueros deben implantar un sistema de gestión de la calidad comercial, del que quedan exceptuados los operadores de productos primarios que no destinen su producción a los consumidores finales o estén incluidos en una denominación de calidad (art. 6.1).

Otras obligaciones de los operadores agroalimentarios y pesqueros relacionadas con las denominaciones de calidad son las recogidas en el apartado 5 del artículo 6 y en la letra d) del apartado 8 de ese mismo artículo.

Estas obligaciones se refieren a la obligación de presentar los documentos que se requieran para su verificación por los organismos de evaluación de la conformidad y que desarrollarán la sistemática implantada para cumplir los requisitos adicionales que figuran en los pliegos de condiciones y a su vez generarán los registros que permitan verificarlos, y la obligación de suministrar a la administración competente, según lo establecido en la normativa de regímenes de calidad diferenciada, información y permitir el acceso a los locales, a los sistemas informáticos, a los vehículos utilizados para el transporte de las mercancías y a la documentación justificativa de los sistemas de producción, transformación o comercialización, a los efectos de su comprobación, así como a las explotaciones.

Los regímenes de calidad diferenciada que enumera la ley (art.7) son la denominación de origen protegida (en adelante DOP), la indicación geográfica protegida (en adelante IGP), la especialidad tradicional garantizada (en adelante ETG), los términos de calidad facultativos en productos agroalimentarios⁶³², la indicación geográfica de bebidas espirituosas (en adelante IGBE)⁶³³ y la indicación geográfica de productos

⁶³¹ Del aseguramiento de la calidad comercial están excluidos los aspectos relativos a la seguridad alimentaria (art. 5.4).

⁶³² Estas figuras de calidad están reguladas en el Reglamento (UE) 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, sobre regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimentarios.

⁶³³ Reguladas en el Reglamento (CE) 110/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de enero de 2008, relativo a la definición, designación, presentación, etiquetado y protección de la indicación geográfica de bebidas espirituosas, y por el que se deroga el Reglamento (CEE) 1576/89 del Consejo. Hay que tener en cuenta que hay una nueva regulación de esta materia que no será aplicable hasta el 25 de mayo

vitivinícolas aromatizados (en adelante IGPVA)⁶³⁴, los términos tradicionales de vinos⁶³⁵ y la producción ecológica⁶³⁶.

Además, la Comunidad Autónoma podrá establecer reglamentariamente otros términos de calidad facultativos, de conformidad con lo establecido en la normativa aplicable, como la Producción Integrada. Todas las menciones o productos que se acojan a los diferentes regímenes de calidad diferenciada deberán contar con una normativa específica que recogerá, entre otras, las obligaciones derivadas de esta Ley y demás normativa estatal y de la Unión Europea de aplicación, así como las referidas al sistema de control de la misma y al pliego de condiciones (apartados 2 y 3 del artículo 7 respectivamente).

La ley menciona de forma expresa (art. 11) la posibilidad que tiene la Junta de Andalucía de crear reglamentariamente y registrar marcas de calidad de titularidad pública referidas a productos agroalimentarios y pesqueros⁶³⁷, correspondiéndole a ella el derecho exclusivo de uso de las mismas, pero pudiendo autorizar su uso a terceros en los términos reglamentariamente establecidos.

de 2021, el Reglamento (UE) 2019/787 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de abril de 2019, sobre la definición, designación, presentación y etiquetado de las bebidas espirituosas, la utilización de los nombres de las bebidas espirituosas en la presentación y etiquetado de otros productos alimenticios, la protección de las indicaciones geográficas de las bebidas espirituosas y la utilización de alcohol etílico y destilados de origen agrícola en las bebidas alcohólicas, y por el que se deroga el Reglamento (CE) n° 110/2008. También hay que tener en cuenta la normativa nacional que se dictó en desarrollo del Reglamento (CE) 110/2008 que es el Real Decreto 164/2014, de 14 de marzo, por el que se establecen normas complementarias para la producción, designación, presentación y etiquetado de determinadas bebidas espirituosas.

⁶³⁴ Según la Disposición adicional segunda, esta ley se aplicará a estas bebidas aromatizadas que están reguladas en el Reglamento (UE) 251/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, sobre la definición, descripción, presentación, etiquetado y protección de las indicaciones geográficas de los productos vitivinícolas aromatizados, y por el que se deroga el Reglamento (CEE) 1601/91 del Consejo.

⁶³⁵ Regulados en el Reglamento (UE) 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios, y por el que se derogan los Reglamentos (CEE) 922/72, (CEE) 234/79, (CE) 1037/2001 y (CE) 1234/2007.

⁶³⁶ En relación a la normativa sobre producción ecológica, actualmente se encuentra en fase de transición de la normativa antigua establecida en el Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo, de 28 de junio de 2007, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) 2092/91, al nuevo Reglamento que la regula y deroga al anterior que es el Reglamento (UE) 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2018, sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos. Este nuevo Reglamento entró en vigor el 17 de junio de 2018 y era aplicable a partir del 1 de enero de 2021, pero debido a la pandemia provocada por el COVID-19 se aprobó el Reglamento (UE) 2020/1963 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de noviembre de 2020, por el que se modifica el Reglamento (UE) 2018/848 en lo que respecta a las fechas de aplicación y a otras fechas que en él se mencionan. Esta modificación consiste en aplazar la entrada en vigor del Reglamento (UE) 2018/848 al 1 de enero de 2022 y en ampliar en un año más el resto de las fechas incluidas.

⁶³⁷ Decreto 229/2007, de 31 de julio, por el que se regula la marca “Calidad certificada” para los productos agroalimentarios y pesqueros, el cual será analizado posteriormente.

Respecto a las funciones que desempeñan los consejos reguladores recogidas en el artículo 13.2, en relación a la calidad alimentaria caben destacar las funciones de las letras c), d), e) y q).

Las dos primeras funciones consisten en orientar la producción y calidad así como la promoción genérica de los productos amparados e informar a los consumidores sobre estos y sus características específicas, garantizando la veracidad de la información que figure en el etiquetado, y en proteger el prestigio de la denominación de calidad y el cumplimiento de la normativa específica del producto amparado, debiendo denunciar, ante los órganos competentes cualquier uso incorrecto o incumplimiento tanto de su reglamento como de la normativa que sea de aplicación.

Las otras dos funciones se refieren al establecimiento de los rendimientos, límites máximos de producción, de transformación y de comercialización en caso de autorización, la forma y condiciones de riego, o cualquier otro aspecto de coyuntura anual que pueda influir en estos procesos según criterios de defensa y mejora de la calidad y de acuerdo con la normativa vigente en materia de competencia y respetando los límites fijados por su reglamento, y la gestión de marcas de titularidad pública, en el ámbito de sus competencias, cuando así se establezca reglamentariamente.

En relación a los productos de calidad diferenciada, la ley contiene el deber de colaboración entre la consejería competente en materia agraria y pesquera y los consejos reguladores de las denominaciones de calidad para establecer medidas que incrementen el mercado de productos de calidad diferenciada y contribuir a la promoción de los mismos (letras c) y d) del artículo 18).

El Plan de control oficial⁶³⁸ de la calidad agroalimentaria, que incluirá la estructura y organización de los sistemas de control oficial⁶³⁹ agroalimentario, establece

⁶³⁸ Por control oficial de la calidad agroalimentaria y pesquera se entenderá, según lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2017/625, de 15 de marzo, toda forma de control que con respecto a la calidad agroalimentaria y pesquera se realice por los servicios de la Administración de la Junta de Andalucía en su ámbito competencial, los órganos de control de las DOP, IGP, IGBE e IGPVA a los que se les haya delegado expresamente la verificación del cumplimiento del pliego de condiciones antes de la comercialización de los productos y por los organismos independientes de control a los que expresamente se hayan delegado funciones de control oficial.

⁶³⁹ El plan de control oficial incluirá los sistemas de control adoptados por las denominaciones de calidad, describiendo, el organismo de control en el que se delega, sistema de garantías establecido, tareas de control delegadas y norma por la que se delega, artículo 32.3.

en el artículo 29.4 letra a) como uno de los supuestos para poder realizar una inspección el desarrollo de estrategias para fomentar la calidad dentro del sector agroalimentario.

El objetivo fundamental de los controles oficiales (art. 26.2) es la prevención y lucha contra el fraude en materia de calidad agroalimentaria, la verificación de las características de los productos agroalimentarios y pesqueros y el cumplimiento de la normativa en materia de calidad comercial o diferenciada, en todas las etapas de la producción, transformación y distribución, así como de los procedimientos y servicios con ellos relacionados.

El control oficial de la calidad verificará la calidad e idoneidad de los productos y los medios de producción, la veracidad de la información suministrada en el etiquetado, presentación y publicidad de los productos, la lealtad de las transacciones comerciales en cualquiera de las etapas de la producción, transformación y distribución, la identidad y actividad de los operadores agroalimentarios, el adecuado uso de las denominaciones de calidad y en último lugar las obligaciones y requisitos que al respecto de la calidad comercial deben cumplir los operadores agroalimentarios y pesqueros.

Respecto de los sistemas de control para la calidad diferenciada, la norma específica que regule cada denominación de calidad debe establecer el sistema de control elegido, sin perjuicio de que la consejería competente en la materia⁶⁴⁰ pueda realizar los controles que considere convenientes.

Por último, y dentro del régimen sancionador, la ley enumera en la letra g) del artículo 39 como medida cautelar específica para los operadores agroalimentarios acogidos voluntariamente a una denominación de calidad la suspensión del derecho al uso de la denominación, marca o elemento identificativo de que se trate, o la baja en el registro correspondiente.

Relacionado con esta medida cautelar específica la ley prevé, artículo 40.6 *in fine*, que cuando la suspensión cautelar afecte a organismos de evaluación de la conformidad, hasta que se decida sobre la idoneidad de la certificación otorgada por el organismo de

⁶⁴⁰ El control oficial realizado por la Consejería competente en materia agraria y pesquera, en el ámbito de la calidad diferenciada, incluirá los productos envasados presentes en el punto de venta al consumidor final (art. 26.3).

control suspendido, los operadores afectados podrán o no comercializar los productos o comercializarlos sin la marca de calidad.

Las infracciones en materia de calidad agroalimentaria y pesquera, que podrán ser acciones u omisiones tipificadas como tales en la ley, las clasifica en leves, graves y muy graves (art. 41.2).

En relación a la calidad de los productos agroalimentarios y pesqueros se tipifican como infracciones leves (art. 42) varios comportamientos⁶⁴¹ entre los que cabe destacar el que específicamente afecta a los distintivos de calidad como es el incumplimiento de las obligaciones adicionales a las generales de cualquier operador agroalimentario que establezcan las normas reguladoras de las denominaciones de calidad.

Como infracciones graves⁶⁴² en materia de calidad agroalimentaria (art. 43)⁶⁴³ la ley contempla en relación con las figuras de calidad las dos siguientes:

⁶⁴¹ Entre las infracciones leves relacionadas con la calidad de los productos agroalimentarios están las inexactitudes, errores u omisiones tanto en las declaraciones que deben hacerse antes de la elaboración y tratamiento de productos determinados si no afectan a la naturaleza, calidad, características, composición, procedencia u origen de los productos consignados, como en los datos o informaciones del etiquetado, los documentos de acompañamiento, los documentos comerciales, los registros, la rotulación, la presentación y el embalaje de los productos o de las materias y elementos para la producción y la comercialización si no se refieren a indicaciones obligatorias o no afectan a su naturaleza, identidad, calidad, características, composición, procedencia u origen. También constituyen infracciones leves la discrepancia entre las características reales del producto o la materia o elemento para la producción y comercialización y las que ofrece el operador agroalimentario, el aplicar tratamientos, prácticas o procesos en la producción, la elaboración o transformación de los productos regulados en esta ley de forma distinta a la establecida, siempre que no afecten a su composición, definición, identidad, naturaleza, características o calidad de los productos agroalimentarios, los productos pesqueros o las materias o elementos para la producción y que no entrañen un riesgo para la salud y la no comunicación por parte de los operadores inscritos en los registros de la denominación de calidad que estén sometidos al control de un organismo de evaluación de la conformidad con carácter inmediato y tras tener conocimiento de las reclamaciones que se formulen.

⁶⁴² La reincidencia en una infracción leve (se considera reincidencia la comisión, en el plazo de tres años, de una segunda o más infracciones de la misma naturaleza, si así se ha declarado por resolución firme) constituye una infracción grave.

⁶⁴³ Otras infracciones graves relacionadas con la calidad consisten en la falta de comunicación a la consejería competente de la comercialización de productos que no cumplan la legislación en materia de calidad y conformidad, no tener o no llevar un sistema interno de control de calidad cuando sea exigible y no tener implantado un sistema de calidad que garantice el cumplimiento de los requisitos adicionales establecidos en las normas y pliego de condiciones específicos. Este artículo también tipifica como infracciones graves relacionadas con el fraude, el cometer fraude en las características del producto o cualquier otra discrepancia entre las características del producto y las que ofrece el operador agroalimentario así como todo acto que vulnere o incumpla lo dispuesto en la legislación vigente y el no denunciar ante la consejería competente cualquier forma de fraude, alteración, adulteración, abuso o negligencia que perjudique o ponga en riesgo la calidad de los productos, la protección de los consumidores o los intereses generales, económicos o sociales del sector agroalimentario. Por último, también están tipificadas como infracciones graves las inexactitudes, errores u omisiones en los datos o informaciones en el etiquetado, los documentos de acompañamiento, documentos comerciales, registros, rotulación, presentación y embalajes de los productos o de las materias y elementos para la producción y la comercialización cuando se refieran a indicaciones obligatorias o afecten a su naturaleza, identidad, calidad,

a) Tener, negociar o utilizar indebidamente los documentos, etiquetas y demás elementos de identificación propios de las DOP, IGP, IGBE, ETG, las denominaciones geográficas, las marcas de calidad de titularidad pública u otros sistemas de protección de la calidad agroalimentaria.

b) Utilizar sin tener derecho a ello indicaciones, nombres comerciales, marcas, símbolos o emblemas referidos a los nombres protegidos por una DOP, IGP, IGBE, ETG, una denominación geográfica o una marca de calidad de titularidad pública que tengan otros sistemas de protección de calidad agroalimentaria o que tengan similitud fonética o gráfica con los nombres protegidos o con los signos o emblemas que les sean característicos que puedan inducir a confusión sobre la naturaleza, calidad u origen de los productos aunque vayan acompañados de los términos tipo, estilo, género, imitación, sucedáneo o análogos.

En último lugar, de entre las infracciones muy graves que enumera la ley en relación a los distintivos de calidad (art. 44)⁶⁴⁴ hay que destacar la falsificación⁶⁴⁵ de documentos, etiquetas y demás elementos de identificación propios de las DOP, IGP, IGBE, ETG, las denominaciones geográficas, las marcas de calidad de titularidad pública

características, composición, procedencia u origen, el no presentar o presentar fuera de plazo las declaraciones que deban realizarse antes de la ejecución de prácticas de elaboración y tratamiento de determinador productos o tener inexactitudes, errores u omisiones que afecten a su naturaleza, calidad, características, composición, procedencia u origen de los productos consignados, y el aplicar tratamientos, prácticas o procesos en la elaboración y/o distribución de los productos regulados en esta ley de forma distinta a la establecida y siempre que afecten a su composición, definición, identidad, naturaleza, características o calidad de los productos agroalimentarios y pesqueros o las materias o elementos para la producción y que entrañen un riesgo para la salud.

⁶⁴⁴ Otras infracciones muy graves relacionadas con la calidad consisten en cometer infracciones graves que concurren con infracciones graves de la normativa sanitaria o que hayan servido para facilitarlas o encubrir las o infracciones graves que impliquen la extensión de la alteración, la adulteración, la falsificación o el fraude a realizar por terceros, a los cuales se faciliten la sustancia, informes, los medios o procedimientos para realizarlos, encubrirlos o enmascararlos.

⁶⁴⁵ En la STSJ de Andalucía, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 1ª, de 4 de junio de 2018, la empresa infractora, Vinagres de Yema, S.L, interpuso recurso contencioso administrativo contra la Resolución de la Secretaría General Técnica de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, de 25 de febrero de 2015, desestimatoria del recurso de reposición formulado contra la Orden de 04 de noviembre de 2014, sobre la imposición de sanción de multa por la comisión de dos infracciones graves de los artículos 43.l) y 43.p) y una muy grave del artículo 44.a) tipificadas en la Ley 2/2011, de 25 marzo, de la Calidad Agroalimentaria y Pesquera de Andalucía. Respecto de la infracción grave tipificada en el artículo 43.l) además del cumplimiento tardío de la obligación de presentar declaración mensual, la empresa infractora no había declarado las expediciones ante el Consejo Regulador ni facilitado a los embotelladores los certificados de origen. La existencia en las instalaciones de Vinagres de Yema SL de precintas no suministradas por el Consejo Regulador, ni fabricadas por la única imprenta autorizada a tal fin constituye una infracción grave tipificada en el artículo 43.p) y por último se produce un beneficio ilícito como consecuencia de la falsificación de las etiquetas, lo cual constituye una infracción muy grave del artículo 44.a). El recurso pretendía que se rebajaran esas infracciones graves y muy graves a las tipificadas como leves del artículo 42, letras d), g) y ñ), pero el Tribunal estimó parcialmente el recurso rebajando los importes de las sanciones pero no el tipo de infracción cometida.

u otros sistemas de protección de la calidad agroalimentaria y la realización de cualquier acción que cause desprestigio o perjuicio a las denominaciones de calidad o que tienda a producir confusión sobre la verdadera naturaleza del producto.

De entre todas las sanciones⁶⁴⁶ que enumera la ley (art. 46.1)⁶⁴⁷ es importante señalar la sanción accesoria específica para las infracciones graves o muy graves cometidas por las personas inscritas en los registros DOP, IGP, o IGBE, relativas a las denominaciones geográficas, las marcas de calidad agroalimentarias u otros sistemas de protección de la calidad agroalimentaria que consiste en la suspensión temporal del derecho de uso de la denominación o marca, por un plazo máximo de tres o de cinco años según sea la infracción grave o muy grave o incluso la baja definitiva en los registros (art. 46.5).

Respecto a la graduación de las sanciones (art. 48) uno de los criterios para tener en cuenta la sanción concreta que se va a imponer, letra c), es la naturaleza del perjuicio causado por la infracción, sobre todo si ese perjuicio se ha producido sobre la salud o intereses económicos de las personas consumidoras, los precios, el consumo o, el prestigio de la denominación de calidad.

La consejería competente en materia agraria y pesquera es la encargada de incoar e instruir el procedimiento sancionador de los infractores que estén inscritos en alguno de los registros de operadores agroalimentarios de las distintas denominaciones de calidad, y cuando llegue a conocimiento de un consejo regulador cualquier presunto

⁶⁴⁶ La potestad sancionadora corresponde a la Junta de Andalucía y más concretamente a las diferentes Consejerías en sus ámbitos competenciales. La imposición de las sanciones pecuniarias debe efectuarse de acuerdo con el principio de proporcionalidad y con la debida adecuación entre la gravedad del hecho constitutivo de la infracción y la sanción a imponer, ya que la comisión de una infracción no puede ser más beneficiosa para los infractores que el cumplimiento de las normas infringidas, artículo 46.2. En ningún caso, artículo 41.4, la denegación de la utilización del nombre geográfico o la suspensión temporal de esta por la retirada de la certificación por parte del organismo de evaluación de la conformidad, tendrá la consideración de sanción.

⁶⁴⁷ Las infracciones leves se sancionarán con apercibimiento o multa de hasta 3.000 euros, las infracciones graves serán sancionadas con multa de entre 3.001 euro y 50.000 euros, y las muy graves con multa de entre 50.001 y 800.000 euros, pudiendo rebasarse esas cantidades hasta alcanzar el cinco por ciento (para infracciones graves) o el diez por ciento (para infracciones muy graves) del volumen de ventas del producto objeto de infracción correspondiente al ejercicio económico inmediatamente anterior a la iniciación del procedimiento sancionador. Los plazos de prescripción de las infracciones y sanciones son de seis años para las muy graves, cuatro para las graves y dos para las leves, a contar desde la fecha de comisión de la infracción o desde el día siguiente a aquel en que adquiera firmeza la resolución por la que se impone la sanción (art.49).

incumplimiento de la normativa aplicable, incluida la propia de cada denominación de calidad, deberá denunciarlo a la autoridad competente.

Por último, la disposición adicional tercera establece que le será de aplicación la presente ley a las denominaciones de calidad reconocidas o protegidas provisionalmente.

G) Ley 2/2019, de 1 de marzo, de calidad alimentaria, calidad diferenciada y venta directa de productos alimentarios⁶⁴⁸.

Esta ley surge por la necesidad de llevar a cabo un desarrollo normativo en materia de calidad alimentaria⁶⁴⁹ en el Principado de Asturias en el ejercicio de sus competencias legislativas y en el marco de las disposiciones de la Unión Europea y de la Ley 28/2015, de 30 de julio, para la defensa de la calidad alimentaria.

La aportación económica de la industria agroalimentaria a la producción del Principado de Asturias es relevante y su consolidación es clave para el desarrollo de la región y particularmente para el del medio rural asturiano⁶⁵⁰.

Esta industria agroalimentaria se caracteriza por su elevado grado de especialización que está directamente relacionado con las materias primas que se producen en la región, lo que le aporta singularidad e identidad a las producciones e integra de forma ejemplar origen y calidad. Asturias se ha convertido en una región especial para la producción de alimentos con sello de calidad territorial ya que el Principado lleva apostando durante mucho tiempo por las producciones de calidad diferenciada.

La aprobación de una ley de calidad alimentaria en el Principado de Asturias es una necesidad jurídico-administrativa para dar respuesta a las especificaciones del sector

⁶⁴⁸ La Ley está estructurada en un Título preliminar, que contiene las disposiciones generales de la Ley y seis Títulos. Los tres primeros regulan la calidad alimentaria, la calidad diferenciada y las entidades de gestión de las denominaciones geográficas de calidad, las especialidades tradicionales garantizadas y la producción ecológica. Los otros tres Títulos restantes regulan las obligaciones y el control oficial, la venta directa y la inspección y el régimen sancionador (Títulos VI, V y VI respectivamente). Además, la ley cuenta con tres disposiciones adicionales dos transitorias y tres finales.

⁶⁴⁹ En cuanto a la calidad diferenciada, la habilitación competencial para regular esta materia procede de la competencia exclusiva que el Principado tiene para la regulación en materia de denominaciones de origen según el artículo 10.1.14^º del Estatuto de Autonomía del Principado de Asturias.

⁶⁵⁰ Punto 4 del Preámbulo II de la Ley.

productor y transformador, y se enmarca en la normativa básica contenida en la Ley 28/2015 y en la normativa europea (Preámbulo II, punto 15).

Esta ley regula en una única disposición la compleja normativa en la materia avanzando en la mejora de la seguridad jurídica de los operadores y agentes implicados. En relación a la intervención y control administrativo, no introduce trabas o cargas no contempladas en la normativa básica estatal o en el prevalente derecho comunitario (Preámbulo III, punto 20).

La Estrategia de Competitividad del Sector Primario y de Desarrollo Económico del Medio Rural Asturiano aborda la necesidad de una mejor regulación normativa del sector agroalimentario y hace especial hincapié en las producciones de calidad diferenciada y en la regulación de los canales cortos de comercialización y la venta directa en las explotaciones (Preámbulo III, punto 22).

Como esta ley regula la calidad alimentaria y especialmente la calidad diferenciada, el régimen de infracciones y sanciones tiene como objetivo atajar el intrusismo y el fraude, y por tanto se deben adoptar las medidas necesarias para asegurar que todo producto que llega al mercado cumple con esas exigencias y estándares de calidad que justifican el uso de las figuras de calidad diferenciada y que le dan un mayor valor económico.

Aunque la ley va dirigida a un sector profesional que respeta la normativa y está comprometido en la defensa de los valores de la ley, el establecer sistemas de inspección adecuados contribuye a evitar el fraude y proteger a los profesionales del sector frente a la competencia desleal del que no cumple los requisitos exigidos y quiere aprovecharse del mayor valor de estas producciones de calidad diferenciada.

La ley tiene por objeto (art. 1.1) la regulación en el Principado de Asturias de la promoción y la tutela, defensa o garantía, de la calidad alimentaria y de la diferenciada, en todas las etapas de producción, transformación, distribución y comercialización, de conformidad con la ordenación básica estatal y en ejecución, cumplimiento y desarrollo del derecho de la Unión.

En concordancia con la Ley 28/2015, el ámbito de aplicación de esta ley se extiende sólo a las exigencias de calidad alimentaria⁶⁵¹.

Dentro de los fines que la ley enumera, relacionados con la calidad diferenciada, es importante señalar los que hacen referencia al fomento de una producción agraria y agroalimentaria, así como pesquera, con calidad diferenciada, equidad social y sostenibilidad ambiental, a la regulación de la titularidad, el uso y la gestión de las figuras de calidad diferenciada en el ámbito del Principado de Asturias, así como el régimen jurídico aplicable a su control y por último, garantizar la protección de las figuras de calidad diferenciada, tanto por los medios establecidos en esta ley como, en su caso, por la normativa de la Unión Europea [(art. 2. c), d) y e)].

De entre las definiciones de términos que hace la ley hay que destacar la remisión a los conceptos básicos en la materia contenidos en la Ley 28/2015 [(art. 3. b)] y la definición del término calidad diferenciada [(art. 3. e)] como el conjunto de propiedades y características de un producto alimentario que son adicionales a las exigencias de calidad alimentaria y que están establecidas en disposiciones a las que voluntariamente pueden acogerse los operadores alimentarios que reúnan las condiciones necesarias para ello. La calidad diferenciada de un producto alimentario se utiliza para diferenciar o destacar elementos de valor añadido de esos productos como pueden ser los relativos a un origen geográfico, a materias primas, sustancias, elementos o ingredientes o a procedimientos utilizados en su producción, elaboración, transformación, comercialización y presentación.

La ley crea un órgano de asesoramiento, consulta y participación en materia de calidad agroalimentaria, el Consejo Agroalimentario del Principado de Asturias⁶⁵², en el que tienen representación las entidades de gestión de las figuras de calidad

⁶⁵¹ Se excluyen del ámbito de aplicación de la ley (art. 1.2) los aspectos en los que interviene cualquier componente regulado por normas sanitarias, veterinarias o relativas a la seguridad física de las personas o los animales, las cuestiones relacionadas con la producción primaria, la oferta para la venta al consumidor final, salvo la relacionada con la venta directa, incluidos los obradores de las instalaciones detallistas, la salud, el control microbiológico y el control de puntos críticos, la inspección veterinaria y la legislación sobre bienestar de los animales, las normas sanitarias aplicables a los subproductos animales y productos derivados no destinados al consumo humano. También se excluye del ámbito de aplicación de la ley el control de residuos en animales, carnes y vegetales, la legislación específica de organismos modificados genéticamente y de la irradiación de los productos alimenticios, o la normativa sobre sustancias peligrosas y medio ambiente.

⁶⁵² La composición, organización y funcionamiento del Consejo se establecerán reglamentariamente, debiendo garantizarse, en todo caso, la presencia equilibrada entre mujeres y hombres en dicho órgano (art. 4. 3).

diferenciada⁶⁵³, y también crea el Registro de operadores alimentarios del Principado de Asturias (art. 8)⁶⁵⁴ y el Inventario de productos alimentarios tradicionales del Principado de Asturias (art. 12)⁶⁵⁵.

El aseguramiento de la calidad alimentaria, que extiende a todas las etapas de la producción, transformación, distribución y comercialización de los productos, materias y elementos alimentarios, hace referencia al conjunto de principios y actuaciones que se desarrollen para garantizar la conformidad y calidad de los alimentos y de las materias y elementos destinados a la producción y comercialización alimentarias, así como la leal competencia en las transacciones comerciales de los operadores alimentarios (art. 5.1 y 2 respectivamente).

El control oficial (art. 6)⁶⁵⁶ de la calidad alimentaria se realizará por las autoridades que sean competentes en cada una de las etapas de producción, transformación y distribución de los alimentos, las materias y los elementos para la producción alimentaria y podrá ser desarrollado directamente por la autoridad competente, o se podrá conferir o delegar en los términos establecidos en esta ley.

Los operadores alimentarios son los responsables del cumplimiento de los requisitos de calidad establecidos en la legislación básica en materia de defensa de la calidad alimentaria o de cualesquiera otras obligaciones establecidas en esta ley y demás normativa de aplicación. En relación con la calidad alimentaria, están obligados a habilitar un sistema documentado de autocontrol de las operaciones que se realicen en las etapas de producción, transformación, distribución y comercialización necesarias que

⁶⁵³ En el Consejo Agroalimentario del Principado de Asturias también tienen representación las asociaciones representativas de la industria agroalimentaria, de la distribución, de los consumidores, las cooperativas alimentarias, las organizaciones profesionales agrarias, las asociaciones de criadores de razas autóctonas y los grupos de desarrollo rural y las asociaciones, entidades e instituciones características de la sociedad civil asturiana y vinculadas a las finalidades del Consejo (art. 4. 2).

⁶⁵⁴ El Registro se constituirá en una base de datos informatizada, es de naturaleza administrativa, su inscripción es gratuita y en el que se inscribirán, a efectos de su control, los operadores cuyo domicilio o alguna de sus instalaciones se ubiquen en el territorio del Principado de Asturias. Su estructura, organización y funcionamiento se establecerá reglamentariamente (Disposición final segunda).

⁶⁵⁵ La Administración del Principado de Asturias, en colaboración con el sector, deberá elaborar y mantener actualizado un inventario de productos alimentarios tradicionales, en el que se recogerá la identificación de los productos típicos y tradicionales de Asturias, con independencia de que estén o no protegidos mediante un distintivo referido al origen y la calidad del producto, con el fin de preservar y revalorizar los mismos, efectuando su caracterización y seguimiento histórico.

⁶⁵⁶ De conformidad con lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2017/625 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de marzo de 2017, que, salvo las excepciones en él establecidas, empezó a aplicarse partir del 14 de diciembre de 2019.

permita asegurar la calidad y trazabilidad de los alimentos y de cualquier materia y elemento para la producción y comercialización alimentaria [(art. 7. a)].

La Administración del Principado, que tiene encomendadas funciones de fomento, desarrollo y promoción, fomentará el desarrollo y la promoción de sus productos alimentarios dando prioridad a las iniciativas y proyectos que, en relación con la calidad diferenciada, tengan como objetivos⁶⁵⁷ incentivar la comercialización de las producciones amparadas por las figuras de calidad diferenciada, difundir e informar sobre la calidad de los productos alimentarios e incorporar la promoción de productos de calidad en las políticas de desarrollo rural, turístico y cultural (art. 10. a), e) y f)].

Las figuras de calidad diferenciadas que enumera la ley (arts. 13 y 15) son las DOP e IGP de productos agrícolas y alimenticios, las ETG⁶⁵⁸, la producción ecológica⁶⁵⁹, la marca de garantía “Alimentos del paraíso natural”, otras marcas de garantía que se puedan reconocer según la legislación vigente, la artesanía alimentaria⁶⁶⁰, y otros regímenes de calidad diferenciada y marcas de certificación o de garantía de conformidad con la normativa europea o estatal en el ejercicio de sus competencias.

La ley también reconoce otras figuras de calidad diferenciada como son las indicaciones geográficas de bebidas espirituosas y en relación a los productos vitivinícolas, las DOP e IPG de estos productos y las indicaciones geográficas de vinos aromatizados, de bebidas aromatizadas a base de vino y de cócteles aromatizados de productos vitivinícolas.

Los órganos competentes del Principado de Asturias adoptarán y potenciarán medidas de fomento de la calidad diferenciada, impulsando la divulgación, el conocimiento, la defensa, el aseguramiento y la promoción de los productos alimentarios específicos del Principado de Asturias, promoverán la consolidación de las

⁶⁵⁷ Letras a), e) y f) del artículo 10.

⁶⁵⁸ La ley (art. 19) nos remite a la regulación comunitaria de las ETG, artículos 17-26 del Reglamento (UE) 1151/2012, aunque establece que el procedimiento para el reconocimiento e inscripción o la modificación del pliego de condiciones se adecuará a lo dispuesto en el Reglamento (UE) 1151/2012, en el artículo 18 de esta ley y en el reglamento que se dicte en desarrollo del mismo.

⁶⁵⁹ Las indicaciones y términos relativos a la producción ecológica sólo podrán utilizarse en el etiquetado, presentación y publicidad de los alimentos, materias y elementos alimentarios a los que se refiere su normativa europea reguladora (art. 20).

⁶⁶⁰ La ley desarrolla la artesanía alimentaria en los artículos 23 y 24, estableciendo su definición, régimen jurídico y la regulación del artesano alimentario. También hay que tener en cuenta que se encuentra regulada en el Decreto 88/94, de 5 de diciembre, por el que se regula la actividad artesana en el Principado de Asturias y el Reglamento de actividad artesana aprobado por la Resolución de 31 de octubre de 2001, que desarrolla parcialmente el Decreto.

denominaciones existentes, así como la creación de otras nuevas, y apoyarán la implantación de sistemas de gestión y mejora de la calidad diferenciada por los operadores alimentarios (art. 14).

Los nombres protegidos asociados con una denominación geográfica de calidad (art. 16.1) son bienes de dominio público autonómico, no susceptibles de apropiación individual, venta, enajenación o gravamen, en tanto que su respectiva área geográfica se sitúe íntegramente en el ámbito territorial del Principado de Asturias y gozarán de la protección ofrecida por la normativa de la Unión Europea⁶⁶¹ y, de conformidad con ella, con la establecida en el artículo 17 de la ley.

La ley regula (art. 21) la marca de garantía “Alimentos del Paraíso Natural”⁶⁶² cuya finalidad es distinguir en el mercado, garantizando su calidad u origen, determinados productos alimentarios destinados al consumo humano que reúnen las condiciones y cumplen los requisitos de calidad que se especifican en su reglamento, certificando dicho cumplimiento y permitiendo a los consumidores identificar dichos productos de forma precisa.

El Principado de Asturias, que es el titular de esta marca de garantía y que se analizará con posterioridad, promoverá la aplicación de esta marca como referencia y elemento de reconocimiento y vinculación territorial, impulsando la integración progresiva de productos alimentarios en ella, y desarrollará acciones específicas de potenciación y difusión.

Respecto a las otras marcas de garantía (art. 22), la Administración del Principado, de conformidad con la legislación general sobre marcas, podrá crear y solicitar el registro de otras marcas de garantía para su utilización exclusiva en productos alimentarios que, por su especial interés y vinculación al territorio autonómico, destaquen por una calidad diferenciada y como garantía de su elaboración bajo controles específicos.

La ley (art. 25) regula la naturaleza y constitución de las entidades de gestión de una o varias figuras de calidad, en la que estarán representados los operadores inscritos en los registros de estas figuras de calidad diferenciada, debiendo garantizarse, en todo

⁶⁶¹ La protección de las denominaciones geográficas de calidad viene recogida en el artículo 13 del Reglamento (UE) 1151/2012.

⁶⁶² La marca de garantía “Alimentos del Paraíso Natural”, aunque será analizada con posterioridad, se encuentra registrada por el Principado de Asturias en la OEPM con el número M3677686.

caso, la presencia equilibrada entre hombres y mujeres en su composición. Estas entidades tendrán personalidad jurídica propia, autonomía financiera⁶⁶³ y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines⁶⁶⁴.

Aunque las entidades de gestión pueden tener naturaleza privada o ser corporaciones de derecho público (art. 25.2 y 4 respectivamente), la Administración del Principado podrá adoptar las medidas necesarias para asegurar el funcionamiento de las figuras de calidad y promoverá la progresiva transformación de las entidades de gestión de naturaleza privada en consejos reguladores (art. 25. 10).

Además de las obligaciones generales de los operadores alimentarios (art. 7), la ley también enumera las obligaciones específicas de los operadores alimentarios de calidad diferenciada (art. 30), de las entidades de gestión de calidad diferenciada (art. 32) y las de los organismos delegados de control (art. 33).

De las obligaciones que tienen los operadores alimentarios de calidad diferenciada es importante señalar que tienen que cumplir las normas reguladoras de las figuras de calidad diferenciada, utilizar exclusivamente las menciones, abreviaturas, símbolos o cualesquiera otros signos referentes a la calidad de los productos, de conformidad con las normas del régimen de calidad correspondiente, y colaborar con las entidades de gestión y otras autoridades competentes para defender y promocionar las figuras de calidad diferenciada y los productos amparados por ellas [(art. 30. a), g) y h)].

Respecto a las entidades de gestión de calidad diferenciada, hay que destacar las obligaciones que consisten en suministrar toda la información que requieran los servicios de inspección y control, colaborar con ellos y mostrarles toda la documentación administrativa, contable y cualquier otra relativa a su gestión, denunciar a la autoridad competente las irregularidades de que tuvieran conocimiento y mantener actualizados los registros y realizar las declaraciones exigidas, dar publicidad a los acuerdos y las

⁶⁶³ Las entidades de gestión, para el cumplimiento de sus fines, se financiarán con los bienes que constituyan su patrimonio y los productos, rentas y ventas del mismo, las subvenciones, legados y donaciones que reciban, las cuotas de pertenencia que podrán exigir a los operadores que la integren, los derechos por prestación de servicios (cuando tales derechos deriven del ejercicio de las funciones públicas del artículo 27.3, letras a) y f), deberán ser autorizados por la Consejería competente en materia agroalimentaria) y por cualquier otro ingreso que proceda (art. 29).

⁶⁶⁴ Corresponde a las entidades de gestión la representación, defensa, garantía, investigación, desarrollo y promoción de las figuras de calidad diferenciada de que se trate y de los productos amparados por ellas (art. 27.1).

decisiones adoptadas así como cumplir cualquier otra obligación establecida en esta u otra norma (art. 32).

En relación al control de las figuras de calidad diferenciada, la ley establece un doble sistema de control:

a) El sistema de autocontrol de los operadores según el cual en todas y cada una de las etapas de producción y elaboración, los operadores deberán establecer un sistema documentado⁶⁶⁵ de autocontrol de las operaciones del proceso productivo que se realicen bajo su responsabilidad, con el fin de cumplir lo establecido en la legislación específica correspondiente y asegurar el cumplimiento del pliego de condiciones de los productos, así como cualquier otra disposición que le sea de aplicación (art. 31).

b) El control oficial⁶⁶⁶ que puede realizar la Consejería⁶⁶⁷ que tenga atribuidas las funciones en materia agroalimentaria, el cual consistirá⁶⁶⁸ en la verificación del cumplimiento del pliego de condiciones de un producto en todas sus etapas y procesos, y en la inspección de locales, instalaciones y explotaciones relacionados con el producto amparado por la figura de calidad diferenciada.

La venta directa es regulada por la ley en el Título V, en el cual se establece su concepto, los fines que persigue, los productos objeto de la venta directa y los requisitos y obligaciones de la misma y en el Capítulo IV del Título VI que establece las infracciones que se pueden cometer.

Por último, la ley regula la inspección (arts. 41-44) y el régimen sancionador y establece como normas comunes en materia sancionadora, unos principios generales (art.

⁶⁶⁵ Los operadores deberán conservar la documentación referida al autocontrol durante un período mínimo de dos años y en el caso de que la vida útil del producto sea superior a dos años, este plazo se ampliará en seis meses a contar desde la fecha de duración mínima del producto o fecha de caducidad (art. 31. 2).

⁶⁶⁶ Este control oficial se ejercerá en los términos exigidos por las normas de la Unión Europea y de acuerdo con los principios de legalidad, proporcionalidad, seguridad, contradicción, agilidad y simplificación administrativa (art. 35.3).

⁶⁶⁷ La Consejería puede delegar determinadas tareas de control, en uno o varios organismos delegados de control que actúen como organismos de certificación de producto, de acuerdo con lo establecido en la normativa europea (art. 36.1).

⁶⁶⁸ Este control consistirá en la inspección de locales, instalaciones y explotaciones relacionados con el producto amparado por la figura de calidad diferenciada, en la toma de muestras y su análisis, así como en la auditoría y el examen documental para verificar la planificación y ejecución de los sistemas de autocontrol y control interno y de sus registros documentales (art. 35.2).

45), el supuesto de concurrencia de sanciones⁶⁶⁹ y la responsabilidad por las infracciones⁶⁷⁰.

De entre los principios generales que en materia sancionadora enumera la ley, en relación con la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios, hay que mencionar el incumplimiento de lo dispuesto en la legislación alimentaria de aplicación que recoge la normativa de calidad alimentaria de obligado cumplimiento dictada por las Administraciones competentes en cada sector y la normativa horizontal aplicable en materia de calidad alimentaria, así como el incumplimiento de lo dispuesto en esta ley, en la normativa comunitaria y en las disposiciones de desarrollo en materia de calidad diferenciada (art. 45.1).

La ley tipifica las infracciones en leves, graves y muy graves y dentro de cada tipo de infracción la ley distingue entre las infracciones que se pueden cometer con carácter general en materia de calidad alimentaria⁶⁷¹ y las infracciones específicas en materia de calidad diferenciada que afectan a los distintivos de calidad y que podrán ser cometidas por los operadores alimentarios, los organismos delegados de control que actúen como organismos de certificación de producto o por las entidades de gestión.

Las infracciones leves en materia de calidad diferenciada más importantes son las infracciones leves generales en materia de calidad alimentaria cuando tengan como resultado el incumplimiento de la normativa específica de las figuras de calidad

⁶⁶⁹ El régimen de infracciones y sanciones establecido en esta ley se entiende sin perjuicio de que los hechos puedan ser constitutivos de ilícito penal. En estos casos, se suspenderá el procedimiento sancionador, en el caso de estar iniciado, y se dará traslado de las actuaciones a la jurisdicción competente. Es importante señalar que las sanciones que establece esta ley no impiden la imposición de las establecidas en otras leyes por infracciones concurrentes (art. 46).

⁶⁷⁰ La ley establece los supuestos de responsabilidad directa, solidaria o subsidiaria de quienes incurran por acción u omisión en alguno de los supuestos tipificados como infracciones administrativas en esta ley, sin perjuicio de las posibles responsabilidades que se puedan exigir en vía penal, civil o de otro orden en que puedan incurrir (art. 47).

⁶⁷¹ Como infracciones graves en materia de calidad alimentaria destacan el incumplimiento de las normas específicas de la figura de calidad diferenciada, la producción, elaboración, envasado, etiquetado o comercialización de productos amparados por una figura de calidad diferenciada en sitios no inscritos en el registro de la correspondiente figura de calidad y el incumplimiento de la prohibición de introducir en instalaciones inscritas en una figura de calidad diferenciada de productos procedentes de instalaciones no inscritas si dicho hecho se refleja en el pliego de condiciones [(art. 49. 2. f), i) y k)]. Dentro de las infracciones muy graves relacionadas con la calidad alimentaria tiene especial importancia la utilización, cuando no se tenga derecho a ello, de indicaciones, nombres, nombres comerciales, marcas, símbolos o emblemas que hagan referencia a los nombres amparados por una denominación de calidad diferenciada, o que, por su similitud fonética o gráfica con los nombres protegidos o con los signos o emblemas que sean característicos, puedan inducir a confusión sobre la naturaleza, calidad u origen geográfico de los productos alimentarios [(art. 50. 1 d)].

diferenciada y la expresión en forma distinta a la indicada en la normativa específica y, en el caso de operadores de calidad diferenciada, de lo establecido en el respectivo pliego de condiciones, o de indicaciones obligatorias o facultativas en el etiquetado o en la presentación de los productos regulados en esta ley [(art. 48. 2. a) y b)].

Dentro de las infracciones graves relacionadas con la calidad diferenciada destacan las que pueden cometer los operadores alimentarios relacionadas con el etiquetado de los productos amparados por una figura de calidad.

Estas infracciones consisten en no tener etiquetas, omitir la información obligatoria o su deficiente impresión cuando dichas etiquetas fueran obligatorias en los productos amparados por la figura de calidad diferenciada, la utilización en etiquetas u otra documentación, cuando no se tenga derecho a ello, de indicaciones, nombres, nombres comerciales, marcas, símbolos o emblemas que hagan referencia a los nombres amparados por una denominación de calidad diferenciada, o que, por su similitud fonética o gráfica con los nombres protegidos o con los signos o emblemas que sean característicos, puedan inducir a confusión sobre la naturaleza, calidad u origen geográfico de los productos alimentarios, y la expedición, comercialización o circulación de productos amparados por una figura de calidad diferenciada sin llevar la contraetiqueta, precinto numerado o cualquier otro medio de control establecido para la figuras de calidad diferenciada correspondiente [(art. 49.2 d), e) y h)].

En último lugar, lo operadores alimentarios pueden cometer infracciones muy graves que afectan a la calidad diferenciada de un producto cuando tengan, negocien o utilicen de forma indebida etiquetas, contraetiquetas, precintas o cualquier otro elemento de identificación propio del nivel de protección, cuando usen nombres protegidos en los productos a los que expresamente se les haya negado, cuando produzcan o elaboren productos amparados por una figura de calidad diferenciada con materias primas con un origen no autorizado en la normativa reguladora y cuando en las etiquetas no haya elementos suficientes para diferenciar claramente la calificación y procedencia del producto amparado por una figura de calidad diferenciada [(art. 50. 2. d), e), f) y g)].

Respecto al régimen sancionador, la ley además de establecer los órganos competentes (art. 61), en relación a los criterios de graduación de las sanciones, cabe destacar el que consiste en la naturaleza de los perjuicios causados, en particular, en el prestigio de las figuras de protección de la calidad diferenciada [(art. 55. 1 c)].

Tratándose de productos de calidad diferenciada, la ley prevé la imposición de sanciones pecuniarias⁶⁷², sanciones accesorias⁶⁷³ y la aplicación de multas coercitivas⁶⁷⁴.

La sanción accesoria más importante que se puede imponer al operador alimentario acogido a una figura de calidad diferenciada consiste en la pérdida temporal del derecho de uso de la figura de calidad diferenciada por un plazo máximo de tres o cinco años según se trate de infracciones graves o muy graves respectivamente, e incluso en el supuesto de infracciones muy graves, la sanción accesoria podrá ser incluso la pérdida definitiva de tal derecho de uso [(art. 54.1. f)].

H) Ley 6/2019, de 9 de abril, de Calidad Agroalimentaria⁶⁷⁵.

Una de las características más significativas de la “transición postproductivista”⁶⁷⁶ que están viviendo los espacios agrarios actuales es que como consecuencia del cambio de prioridades en el destino final de la producción agroalimentaria a favor de los intereses de los consumidores, estos apuestan por los alimentos de calidad.

La calidad alimentaria se ha asentado en el discurso de la política agraria europea de los últimos años porque los consumidores exigen consumir alimentos saludables, lo cual ha supuesto un aumento tanto de la demanda de alimentos percibidos como de calidad en los que se valora la variedad y diversidad de los mismos en contraposición a

⁶⁷² Para infracciones leves, el apercibimiento (solo se impondrá si no hubiera mediado dolo y en los últimos dos años el responsable no hubiera sido sancionado en vía administrativa por la comisión de cualquier otra infracción de las establecidas en esta ley) o multa de hasta 3.000 euros [art. 53.2 a)], las infracciones graves se sancionarán con una multa comprendida entre 3.000,01 y 30.000 euros [art. 53.2. b)], y la multa para las sanciones muy graves será de entre 30.000,01 y 300.000 euros [(art. 53.2. c)].

⁶⁷³ En caso de infracciones graves y muy graves en materia de calidad alimentaria, además de poder imponer las sanciones accesorias previstas en esta ley, se podrá imponer cualquiera de las sanciones accesorias establecidas en la legislación básica de defensa de la calidad alimentaria (art. 54. 2).

⁶⁷⁴ Las multas coercitivas tendrán una periodicidad de tres meses, hasta el cumplimiento total de la sanción accesoria a que se refiere, y su importe no podrá ser superior a 6.000 euros por cada una de ellas. Serán independientes, compatibles con las que procedan como sanción por la infracción cometida y exigibles por el procedimiento de apremio (art. 58).

⁶⁷⁵ La ley está estructurada en un preámbulo, donde se resume de forma breve los objetivos del texto, y una parte dispositiva dividida en un título preliminar que contiene las disposiciones generales de la ley, cinco títulos que regulan la calidad estándar, la calidad diferenciada, la inspección y medidas cautelares, el régimen sancionador y el Consejo canario de control de la cadena alimentaria respectivamente y doce disposiciones adicionales, cuatro transitorias, una derogatoria y siete finales. Los artículos 4, 32, 37 y 38 han sido objeto de discrepancias que han sido resueltas por la Resolución de 13 de enero de 2020 que da publicidad al Acuerdo de la Comisión Bilateral de Cooperación Administración General del Estado-Comunidad Autónoma de Canarias, de 23 de diciembre de 2019, en relación con la Ley de la Comunidad Autónoma de Canarias 6/2019, de 9-4-2019, de Calidad Agroalimentaria. El artículo 19, que regulaba el “vino de frutas”, ha sido declarado inconstitucional y por tanto anulado por la STC, 74/2021, de 18 de marzo de 2021.

⁶⁷⁶ Preámbulo I de la ley.

las producciones estandarizadas, como del consumo de alimentos de origen local porque son más frescos, más sostenibles y contribuyen a mejorar la economía y el desarrollo locales.

Canarias se ha declarado territorio libre de cultivos transgénicos y es importante señalar que el propio consumidor es el que valora la personalidad de los productos de la tierra frente a la estandarización propuesta por la globalización.

Para la ley es necesario⁶⁷⁷ establecer obligaciones de carácter general para todos los operadores alimentarios para garantizar la calidad agroalimentaria estándar que se corresponde con el nivel básico que debe satisfacer un alimento y así poder proteger los intereses de los consumidores, garantizar la lealtad de las transacciones comerciales y el funcionamiento eficaz del mercado interior. También se hace necesario garantizar que la información que llega al consumidor acerca de un producto sea veraz, evitando el engaño, especialmente en relación con el origen de los productos.

Existe otro tipo de características de calidad que están por encima de los requisitos básicos de la calidad agroalimentaria estándar, regulados por disposiciones de cumplimiento voluntario, que es la calidad diferenciada. Este tipo de calidad alimentaria está definida por los atributos de valor o factores que distinguen a determinados productos de acuerdo a sus características organolépticas, de composición o de producción, que responden a las demandas de un grupo de consumidores cada vez más exigente y selectivo, y que repercuten, en última instancia, en un incremento del valor del producto.

Los distintos regímenes de calidad establecidos por la normativa forman parte de una política tendente a la protección y promoción de productos de excelencia que estimula una producción agraria variada, apoya el desarrollo de las pequeñas industrias y fija la población al medio rural.

Es mandato para las instituciones públicas canarias potenciar aquellos productos producidos, elaborados o transformados en Canarias susceptibles de distinguirse con alguno de los programas de calidad establecidos por su vinculación con una zona geográfica determinada, por su elaboración o transformación con arreglo a métodos tradicionales o por su producción a través de fórmulas respetuosas con el medio ambiente.

⁶⁷⁷ Preámbulo II.

También es importante abordar la definición jurídica de determinados productos típicos de Canarias que vienen usando términos acuñados por el uso en esa comunidad y que son propios de ese territorio como denominación de venta del producto.

Las figuras de calidad diferenciada DOP, IGP o ETG, que están reconocidas internacionalmente y representan la excelencia de los productos agroalimentarios de Canarias, pueden coexistir con otras figuras de calidad, de titularidad pública o privada, promovidas por cualquier Administración, que aunque no sean específicas de productos agroalimentarios garanticen la calidad de las producciones. Es el caso de las marcas colectivas, de garantía y la marca “Reserva de la Biosfera”, la cual combina aspectos medioambientales, de sostenibilidad y de economía circular con la calidad de productos agroalimentarios.

El régimen jurídico aplicable a la calidad alimentaria se caracteriza por ser un conjunto normativo disperso y complejo fundamentalmente por la especial incidencia de la distribución vertical de la potestad legislativa entre la EU, el Estado y la Comunidad Autónoma de Canarias, y por la transversalidad de la competencia que puede ser abordada desde diferentes ámbitos materiales (agricultura, ganadería, sanidad y consumo).

La legislación alimentaria aborda la calidad de los alimentos desde tres vertientes: la higiénico-sanitaria o de protección de la salud (calidad nutricional y calidad higiénica), la de protección del consumidor (calidad de servicio como la información correcta sobre el producto que se ofrece al consumidor para facilitar el adecuado uso, consumo o disfrute del producto en cuestión) y por último la de protección de la lealtad en las transacciones comerciales (calidad comercial como conformidad del producto con la normas de comercialización). La Ley de Calidad Agroalimentaria de Canarias se elaboró y aprobó para regular la calidad agroalimentaria estándar y la calidad diferenciada.

La regulación de la calidad agroalimentaria debe sustentarse en tres criterios: simplificación (reducir cargas y trámites excesivos e innecesarios y clarificar los procedimientos de las distintas administraciones públicas sin disminuir las garantías), racionalización (reordenar las reglas y los instrumentos de intervención) y actualización de las reglas aplicables.

El objeto⁶⁷⁸ de la ley en relación con la calidad es establecer el marco normativo que permita garantizar la calidad estándar y diferenciada de los productos agroalimentarios, producidos, elaborados, transformados o comercializados en la Comunidad Autónoma de Canarias, con sujeción a la normativa comunitaria y estatal de aplicación, y el control e inspección de la calidad de los productos agroalimentarios así como su régimen sancionador.

Los fines de la ley (art. 2.1) son la garantía y protección de la calidad de los productos agroalimentarios, la protección de los derechos e intereses legítimos de los operadores agroalimentarios y de los consumidores finales, garantizando una información correcta y completa de la calidad y el origen del producto en su cadena alimentaria, y la lealtad de las transacciones comerciales.

Es importante señalar que la finalidad que persigue la ley (art. 2.2) es contribuir a compatibilizar la mejora de la calidad de los productos agroalimentarios y que su ámbito de aplicación (art. 3.1)⁶⁷⁹ comprende las actuaciones que se lleven a cabo en materia de calidad estándar y calidad diferenciada de los productos agroalimentarios y elementos para uso alimentario en cualquier etapa de la cadena alimentaria⁶⁸⁰.

De entre las definiciones de términos que hace el artículo 4, es importante señalar las recogidas en las letras c), j), l) y s) que hacen referencia a los conceptos de “calidad agroalimentaria”, “figura de calidad”, “normativa específica de la figura de calidad diferenciada” y “régimen de calidad” respectivamente.

La calidad agroalimentaria es la conformidad de un producto agroalimentario, en relación con las materias primas, procedimientos de producción y transformación, con las normas de comercialización que le sean de aplicación, distinguiéndose entre calidad estándar y calidad diferenciada, y la figura de calidad es el nombre o denominación que

⁶⁷⁸ También constituye objeto de la ley la promoción y el reconocimiento de la producción con origen en Canarias (art. 1.1 in fine) y la prevención y lucha contra el fraude así como el desarrollo de las políticas para hacer efectiva la declaración de la Comunidad Autónoma de Canarias como zona libre de cultivos transgénicos (apartado 2 del artículo 1).

⁶⁷⁹ El apartado 2 de este artículo 3 excluye del ámbito de aplicación de la ley todos los aspectos relativos a seguridad alimentaria y requisitos higiénico-sanitarios y de salud pública de los alimentos y productos alimenticios, así como lo relativo a sanidad animal, sanidad vegetal y bienestar animal, regulados en su normativa específica.

⁶⁸⁰ El concepto de “cadena alimentaria” viene definido en la letra b) del artículo 4.

permite identificar y diferenciar a unos productos que cumplen unas normas específicas y comunes para todos ellos y que se encuadran dentro de un régimen de calidad.

La normativa específica de la figura de calidad diferenciada consiste en el documento normativo del producto reconocido con una figura de calidad que regula las condiciones y requisitos exigibles al producto para poder ser identificado con la correspondiente figura de calidad, y el régimen de calidad hace referencia a cualquier mecanismo de protección de un producto agroalimentario que reconozca una calidad diferenciada debida a unas características específicas vinculadas a un origen geográfico, tradición o método de producción.

En materia de promoción y reconocimiento de los productos agroalimentarios originarios de Canarias, en relación con la calidad, la ley tiene entre sus objetivos (letras a) a g) del art. 5) incentivar la utilización de las diferentes denominaciones de calidad, contribuir a la promoción de los productos canarios de calidad en el mercado, preservar y valorar el patrimonio de los productos de calidad de Canarias, incorporar la política de promoción de productos de calidad en políticas de distintos ámbitos, articular las iniciativas públicas y privadas en favor de la calidad de los productos y por último, promover el consumo de productos agroalimentarios de origen Canarias.

Dentro del Título I dedicado a la calidad estándar, es importante señalar el Capítulo III que hace referencia a las menciones específicas de determinados productos agroalimentarios. Estas menciones específicas (arts. 17 a 21) son vino de la finca o vino de parcela, mención de añada y variedad en vinos sin denominación de origen o indicación geográfica protegida, artesanía agroalimentaria y productos agroalimentarios tradicionales de Canarias⁶⁸¹.

El Título II regula la calidad diferenciada y el artículo 22 la define como el conjunto de propiedades y características de un producto, vinculadas a un origen geográfico, tradición o método de producción, consecuencia del cumplimiento de los requisitos establecidos en las normas que regulan los regímenes de calidad y las normas específicas de cada figura de calidad diferenciada, relativas a sus materias primas o procedimientos de producción o transformación.

⁶⁸¹ Estas menciones específicas están reguladas en los artículos 17 a 21 respectivamente.

Los fines que persigue la calidad diferenciada (art. 23.1) son incrementar el valor añadido y mejorar la competitividad de los productos agroalimentarios y diversificar la economía y fijar la población en las zonas rurales. Para conseguirlos, la autoridad competente tiene que realizar una serie de actuaciones como son incentivar la participación de los operadores en regímenes de calidad diferenciada, propiciar iniciativas de colaboración, asociación e interacción entre los operadores acogidos a un régimen de calidad diferenciada y contribuir a la promoción de los productos amparados por un régimen de calidad diferenciada tanto en el mercado interior como exterior. La administración competente también tiene que preservar y valorar el patrimonio de los productos amparados por un régimen de calidad diferenciada y en último lugar, incardinar la política de promoción de dichos productos en las políticas de desarrollo rural, medioambiental, turístico, gastronómico, artesanal, cultural u otras, llevadas a cabo por el Gobierno de Canarias.

Para conseguir los objetivos y fines en materia de calidad diferenciada, por parte de las autoridades competentes se fomentará el uso de las DOP, IGP y ETG, las indicaciones geográficas de bebidas espirituosas, las indicaciones geográficas de los productos vitivinícolas aromatizados, el símbolo gráfico para productos agrícolas de calidad específicos de las regiones ultraperiféricas⁶⁸², la producción ecológica y producción integrada⁶⁸³ y aquellos otros distintivos de calidad que puedan ser establecidos por la UE, el Estado o por la Comunidad Autónoma de Canarias (art. 24.1).

Es importante señalar que el apartado 2 de este artículo 24 establece que el Gobierno podrá establecer otros regímenes de calidad que en todo caso tienen que cumplir cuatro criterios:

a) Las características especiales del producto final elaborado, producido o transformado de conformidad con tales regímenes de calidad será el resultado de obligaciones que garanticen las características específicas del producto, los métodos específicos de explotación o producción, o una calidad del producto final que supere de forma significativa las normas comerciales en lo que respecta a los aspectos sanitarios,

⁶⁸² La normativa aplicable puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.gobiernodecanarias.org/agp/icca/servicios/normativa/>

⁶⁸³ Regulada en el Decreto 79/2003, de 12 de mayo, por el que se regula el sistema agrícola de producción integrada de Canarias.

zoosanitarios y fitosanitarios, al bienestar de los animales y a la protección del medio ambiente,

b) ha de ser accesible para cualquier operador que lo desee,

c) establecerán pliegos de condiciones vinculantes y su cumplimiento será comprobado por la autoridad competente o por un organismo independiente de control en quien esta delegue, y

d) serán transparentes y garantizarán la plena trazabilidad de los productos.

La ley también recoge los derechos y deberes de los operadores agroalimentarios acogidos a un régimen de calidad.

El operador agroalimentario acogido a un régimen de calidad diferenciada que cumpla los requisitos establecidos en la normativa específica, tiene derecho (art. 27) a hacer uso de las menciones protegidas en el etiquetado y publicidad de los productos amparados, y no podrá negarse⁶⁸⁴ el uso del nombre de la figura de calidad a cualquier operador que cumpla los requisitos establecidos en la normativa específica.

Además de las obligaciones generales sobre calidad estándar, en relación con la calidad diferenciada, los operadores acogidos a un régimen de calidad están obligados (art. 28) a cumplir con la normativa específica que regule el correspondiente régimen o figura de calidad, comunicar cualquier variación en los datos facilitados al incorporarse al correspondiente régimen o figura de calidad y a conservar la documentación que establezca la normativa aplicable en cada caso en condiciones que permitan su comprobación. Otras obligaciones consisten en introducir en las etiquetas y presentación de los productos elementos suficientes para diferenciar de manera sencilla y clara su calificación y procedencia, y para evitar, en todo caso, la confusión en los consumidores, y en cumplir con los acuerdos y decisiones que el órgano de gestión adopte dentro del marco de las funciones propias de gestión de la figura de calidad correspondiente.

El resto de las obligaciones de los operadores acogidos a un régimen de calidad hacen referencia a que tienen que facilitar la información que el órgano de gestión les requiera en el ejercicio de su función de gestión, en especial en lo referente a las etiquetas

⁶⁸⁴ Salvo que se hubiera dispuesto la pérdida temporal o definitiva del uso o concurra otra causa prevista expresamente y con carácter general en la normativa específica reguladora (art. 27.2 *in fine*).

cuando el órgano de gestión haya establecido requisitos mínimos que aquellas deban cumplir, colaborar con la autoridad competente y con los órganos de gestión de la defensa y promoción de la figura de calidad, y por último contribuir económicamente a la financiación del órgano de gestión para el desarrollo de las funciones que le son propias.

La protección de los nombres o términos protegidos por un régimen de calidad será la que le otorgue la disposición que lo regula y las disposiciones generales, pero éstos no podrán utilizarse para la designación de otros productos de la misma o similar naturaleza distintos de los amparados, excepto en aquellos supuestos recogidos en la normativa comunitaria.

La calidad diferenciada tiene un sistema de autocontrol (art. 30) que debe garantizar además de los requisitos de calidad estándar, el cumplimiento de los requisitos y obligaciones exigidos en las normas específicas del correspondiente régimen o figura de calidad, sobre todo la inscripción de los registros correspondientes o, en su caso, la comunicación previa de inicio de actividad, así como la realización de los ensayos o análisis que permitan conocer que el producto es conforme con aquellas.

Los productos agrícolas de calidad específicos de Canarias, en estado natural o transformados, podrán utilizar el símbolo gráfico aprobado por la Decisión de la Comisión de 19 de febrero de 1999 si reúnen las condiciones en ella establecidas (art. 31). Este símbolo se utiliza para mejorar el conocimiento y aumentar el consumo de estos productos y el derecho al uso del mismo, que puede ser para una o más campañas de comercialización, tiene que autorizarlo el Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria.

La gestión de cada una de las figuras de calidad reconocidas como DOP, IGP, IGBE e indicaciones geográficas de productos vitivinícolas aromatizados cuya área geográfica se sitúe exclusivamente en la Comunidad Autónoma de las Islas Canarias y estén integradas por al menos cinco operadores, podrá realizarla un órgano de gestión⁶⁸⁵.

Es importante señalar que la agrupación que solicite el reconocimiento de una figura de calidad ejercerá provisionalmente las funciones del órgano de gestión, pero en

⁶⁸⁵ Un órgano de gestión es una entidad con personalidad jurídica propia y capacidad de obrar suficiente para el cumplimiento de sus fines que, reuniendo los requisitos establecidos para ello, haya sido autorizada como tal por el Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria, quedando reservado el término "consejo regulador" a los órganos de gestión configurados como corporaciones de derecho público (art. 32.2).

el momento en el que se reconozca de forma definitiva la figura de calidad este órgano de gestión provisional dispone de un año para adaptarse a lo dispuesto en la ley y en su normativa específica y solicitar la autorización para continuar gestionando la correspondiente figura de calidad, ya que de lo contrario, perderá el derecho a gestionarla (art. 32.3, 4 y 5).

Las obligaciones de los órganos de gestión (art. 34) consisten en comunicar a la autoridad competente en materia de calidad agroalimentaria los acuerdos y decisiones que se adopten por los órganos de gobierno de la entidad de gestión en relación a la gestión de la correspondiente figura de calidad, suministrar toda la información, incluida la documentación administrativa y contable relativa a su gestión, que requieran la autoridad competente en materia de calidad agroalimentaria o los servicios de inspección, suministrar a las entidades de control que ejercen actividad certificante en el producto correspondiente la información necesaria para el ejercicio de sus funciones, así como poner en conocimiento de la autoridad competente las irregularidades que conozcan.

También están obligados a llevar al día los registros que establezca el pliego de condiciones de la figura de calidad que gestionan, dar publicidad suficiente a los acuerdos y decisiones de carácter general para garantizar el conocimiento por los interesados, remitir a la autoridad competente en materia de calidad agroalimentaria antes de 1 de febrero de cada año la información que, a 31 de diciembre, consta en los registros definidos en las normas específicas de las figuras de calidad que gestionen, y por último comunicar a la autoridad competente y, en su caso, a la entidad de control, los acuerdos y decisiones adoptados en lo que afecta al control.

En el ámbito de la calidad diferenciada, el control oficial (art. 36) comprende la verificación de que el producto cumple el pliego de condiciones correspondiente o norma específica del régimen de calidad, la supervisión del uso que se haga de los nombres o términos protegidos y el control del cumplimiento de las normas de carácter general que le sean de aplicación.

El control y certificación de los productos amparados por un régimen de calidad alimentaria podrá realizarlo la autoridad competente o por entidades acreditadas en el cumplimiento de la norma ISO/IEC 17065.

Cuando la autoridad competente realice directamente el control y certificación de un régimen o figura de calidad, examinará que el sistema de autocontrol implantado por el operador es el adecuado y ofrece suficientes garantías para verificar que el producto cumple con el pliego de condiciones o norma específica del régimen de calidad correspondiente y entonces habilitará a ese operador a producir y comercializar al amparo de esa figura o régimen de calidad correspondiente.

Si la autoridad competente comprueba que el sistema de autocontrol de un operador no garantiza que el producto cumple con los requisitos establecidos en el pliego de condiciones o norma específica del régimen de calidad correspondiente o que el operador no aplica su sistema de autocontrol o se detecten errores en su aplicación, en el plazo de dos meses siguientes a dicha comprobación, iniciará el correspondiente procedimiento para la retirada de la certificación.

La certificación también se retirará cuando se compruebe que el operador no tiene actividad económica en relación al régimen o figura de calidad correspondiente durante un año (salvo causa de fuerza mayor) o que su producción no tenga como destino la comercialización.

Si el control está delegado en entidades privadas, éstas deberán comunicar al órgano de gestión las decisiones respecto a la concesión, denegación, suspensión temporal o retirada del certificado a los operadores y los casos en los que haya detectado una incorrecta utilización de las marcas de conformidad en los operadores certificados.

El régimen sancionador se encuentra recogido en el Título IV y después de considerar los incumplimientos en esta materia como infracciones administrativas, las clasifica en leves, graves y muy graves.

Respecto a la tipificación de las infracciones, la ley establece una clasificación de las mismas en función del sujeto infractor.

Dentro de las infracciones leves que pueden afectar a la calidad⁶⁸⁶ de los productos agroalimentarios, es importante señalar las infracciones leves específicas que afectan a

⁶⁸⁶ Son infracciones leves de carácter general relacionadas con la calidad de los alimentos las inexactitudes, errores u omisiones de datos en los registros o declaraciones y en el etiquetado, o aplicar tratamientos, prácticas o procesos de forma diferente a los obligatorios cuando todas estas prácticas no afecten a la naturaleza, identidad, calidad, características, composición, procedencia u origen de los mismos (art. 50.1). Para las entidades de control y certificación, en relación con la calidad, la falta de comunicación

los distintivos de calidad y que pueden ser cometidas por los operadores voluntariamente acogidos a un régimen de calidad (art. 50.2).

Estas infracciones específicas consisten en la falta de comunicación de cualquier variación en los datos facilitados al inicio de la actividad cuando no haya transcurrido el plazo legalmente establecido, no cumplir con los acuerdos y decisiones que el órgano de gestión adopte en ejercicio sus funciones, las inexactitudes o errores en registros o declaraciones cuando la diferencia entre la cantidad consignada y la correcta no supere en un 5% esta última y ello no afecte a la naturaleza, calidad, características, composición, procedencia u origen de los productos, o la utilización de la expresión en forma distinta a la indicada en la norma que regula el régimen de calidad o en su respectivo pliego de condiciones, de indicaciones obligatorias o facultativas en el etiquetado o en la presentación de los productos, así como la reproducción de forma distinta a la indicada de los símbolos identificativos de un régimen de calidad o de cualquier otro símbolo asociado a un régimen de calidad.

Otras infracciones leves específicas que afectan a los distintivos de calidad son la expedición, comercialización o circulación de productos amparados por un régimen o figura de calidad o sus materias primas sin estar provistos de las contraetiquetas, precintos numerados o cualquier otro medio de control establecido para el régimen de calidad correspondiente, el impago de las obligaciones económicas que deriven para la financiación del órgano de gestión de la figura de calidad, y no facilitar la información que el órgano de gestión les requiera en el ejercicio de su función de gestión, en especial en lo referente a las etiquetas cuando el órgano de gestión haya establecido requisitos mínimos que aquellas deban cumplir.

al órgano de gestión de la figura de calidad correspondiente, antes del 1 de febrero, del número de operadores certificados a 31 de diciembre del año anterior, identificando al operador y la actividad para la que ha sido certificado es considerada infracción leve (art. 50.3). Por último, los órganos de gestión también pueden cometer infracciones leves relacionadas con la calidad como es el hecho de no anotar en los registros de operadores de las figuras de calidad que gestionan, en el plazo de diez días, la inscripción o baja de un operador o las modificaciones en los datos inscritos cuando el operador comunica dicha modificación.

En relación a las infracciones graves⁶⁸⁷, la ley también tipifica el régimen específico de estas infracciones para los operadores voluntariamente acogidos a un régimen de calidad diferenciada y que por tanto afectan a los distintivos de calidad.

Estas infracciones graves tienen lugar cuando se incumplen las normas específicas del régimen y, en su caso, figura de calidad correspondiente, sobre prácticas de producción, elaboración, transformación, conservación, transporte, acondicionamiento, etiquetado, envasado y presentación, así como la omisión de indicaciones obligatorias del régimen de calidad o figura de calidad e incluso cuando hay inexactitudes o errores en registros o declaraciones cuando la diferencia entre la cantidad consignada y la correcta supere un determinado porcentaje o si no lo rebasa, afecte a la naturaleza, calidad, características, composición, procedencia u origen de los productos.

Además, el no introducir en las etiquetas y presentación de los productos elementos suficientes para diferenciar de manera sencilla y clara su calificación y procedencia, y para evitar, en todo caso, la confusión de los consumidores y la indebida tenencia, negociación o utilización de documentos, etiquetas, contraetiquetas, precintas y otros elementos de identificación propios de un régimen o figura de calidad, son comportamientos también tipificados como infracciones graves relacionadas con los distintivos de calidad.

En último lugar, la ley además de indicar cuáles son las infracciones muy graves⁶⁸⁸, también establece cuales son las infracciones muy graves que pueden cometer

⁶⁸⁷ De todas las infracciones graves que enumera el artículo 51.1, relacionadas con la calidad, podemos destacar las siguientes: no disponer de un sistema de autocontrol de calidad o no tenerlo implantado, las inexactitudes, errores u omisiones de datos en los registros o declaraciones y en el etiquetado, aplicar tratamientos, prácticas o procesos de forma diferente a los obligatorios o la utilización de materias primas que no reúnan los requisitos mínimos de calidad establecidos en la normativa vigente, así como la adición o sustracción de sustancias o elementos que modifiquen su composición con fines fraudulentos cuando todas estas prácticas afecten a la naturaleza, identidad, calidad, características, composición, procedencia u origen de los mismos. También son consideradas infracciones graves las defraudaciones, cualquier discrepancia o cualquier acto voluntario que incumpla la legislación vigente y que afecte a la naturaleza, composición, calidad, riqueza, peso, exceso de humedad del producto o elemento del que se trate y las ofrecidas por el operador agroalimentario y utilizar en el etiquetado o publicidad la reproducción de nombres o símbolos identificativos de la Unión Europea o cualquier otro símbolo asociado a un régimen de calidad cuando no se tenga derecho a ello.

⁶⁸⁸ De entre todas las infracciones muy graves es importante señalar la que está relacionada con la calidad, que consiste en la utilización, cuando no se tenga derecho a ello, de indicaciones, nombres comerciales, marcas, símbolos o emblemas que hagan referencia a los nombres protegidos por una denominación geográfica u otro régimen o figura de calidad diferenciada o que, por su similitud fonética o gráfica con los nombres protegidos o los signos o emblemas característicos, puedan inducir a confusión sobre la naturaleza, calidad u origen de los productos, aunque vayan acompañados de los términos "tipo", "estilo", "género", "imitación", "sucedáneo" u otros análogos [(art.52.1. a)].

los operadores voluntariamente acogidos a un régimen de calidad diferenciada y que afectan a los distintivos de calidad (art. 52.2)

Estas infracciones muy graves específicas son el uso de los términos o nombres protegidos en productos a los que expresamente se les haya negado y la producción, transformación o elaboración de los productos amparados por una mención geográfica con materias primas no permitidas en el correspondiente pliego de condiciones.

Respecto a las sanciones, la ley dispone expresamente que no tiene carácter de sanción (art. 54.4) la denegación de la utilización de un distintivo de calidad o la suspensión temporal del mismo acordada por la autoridad competente o por la entidad de control y certificación.

Respecto a las sanciones accesorias, artículo 55, la ley establece en el apartado 2 que cuando las infracciones graves sean cometidas por operadores acogidos a un régimen de calidad diferenciada y afecten a este, podrá imponerse como sanción accesoria la pérdida temporal del uso del nombre protegido por un plazo máximo de tres años, pero si se trata de infracciones muy graves, la pérdida temporal del uso del nombre protegido podrá ser por un plazo máximo de cinco años o la pérdida definitiva de tal uso.

En relación a la concurrencia de infracciones, si concurren dos o más infracciones en materia de calidad agroalimentaria imputables por un mismo hecho a un mismo sujeto se impondrá como sanción conjunta la correspondiente a la infracción más grave, en su grado máximo, sin que pueda exceder de la que represente la suma de las que correspondería aplicar si se sancionan por separado las infracciones, en cuyo caso, cuando se exceda este límite, se sancionarán las infracciones por separado, pero si concurren dos o más infracciones tipificadas, tanto en la normativa en materia de defensa de los consumidores como en materia de calidad agroalimentaria, en las que se aprecie identidad de sujeto, hecho y fundamento, en ningún caso se podrán sancionar ambas (art. 59.1 y 2 respectivamente).

Por último, de entre todas las disposiciones adicionales que contiene la ley es importante señalar la Décima que establece que para promocionar, fomentar su consumo y difundir el conocimiento sobre sus propiedades, reglamentariamente el Gobierno distinguirá como "Alimento del año", al alimento que, a propuesta de los departamentos

con competencia en calidad agroalimentaria y promoción de la salud, resulte de especial interés para Canarias, lo cual resulta cuando menos curioso que la denominación de la distinción no haga referencia a Canarias, y la Décimo primera que hace referencia a que la utilización del término "del país" en la Comunidad Autónoma de Canarias acompañando la denominación de un alimento solo podrá utilizarse cuando el mismo esté compuesto, como mínimo, por el 95% de materia prima que sea originaria de Canarias, en el caso de los productos elaborados o transformados, y del 100% en el caso de los productos sin elaborar o transformar.

CAPÍTULO TERCERO

LAS MARCAS DE CALIDAD AGROALIMENTARIA DE TITULARIDAD PÚBLICA AUTONÓMICA

I. EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL

A) La protección de los nombres geográficos en el sistema europeo de reconocimiento de indicaciones geográficas para productos agroalimentarios: Incidencia en los distintivos institucionales de calidad agroalimentaria.

Las marcas de calidad agroalimentarias de titularidad pública han sufrido una importante evolución con el paso de los años ya que a finales de 1980 y principios de 1990, las Comunidades Autónomas crearon sus propias marcas de calidad agroalimentaria para dar a conocer sus productos agroalimentarios de calidad fundamentalmente en el mercado nacional. La denominación de estas marcas de calidad hacía referencia al origen geográfico del producto y con ello se vinculaba la calidad del producto con la zona geográfica de elaboración.

Con la aprobación de los Reglamentos (CEE) 2081/1992, del Consejo, de 14 de julio de 1992, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios y 2082/1992, de 14 de julio de 1992, relativo a la certificación de las características específicas de los productos agrícolas y alimenticios, se les otorgó una protección reforzada a los nombres geográficos de las figuras de calidad europeas y desde ese momento se consideró que el nombre geográfico no podía integrar marcas que garantizaran la calidad de los productos agroalimentarios.

Con esta nueva regulación europea se pretendía que el origen geográfico se reservara sólo para de los distintivos europeos de calidad agroalimentaria y contenía una serie de reglas básicas⁶⁸⁹ para subsanar los conflictos que pudieran surgir entre indicaciones geográficas y marcas.

⁶⁸⁹ GÓMEZ LOZANO, M^a. M., *Denominaciones de Origen y Otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Pamplona, 2004, pgs. 96-97.

Estas reglas básicas eran la prevalencia de las DOP e IGP frente a las marcas registradas con posterioridad y la coexistencia de las marcas con las DOP e IGP que se hubiesen registrado con posterioridad.

Como antes de esta nueva regulación de los distintivos de calidad europeos las Comunidades Autónomas habían creado marcas de calidad en cuya denominación se hacía referencia al origen geográfico del producto, este nuevo sistema de protección comunitaria influyó en los distintivos de calidad autonómicos. Esos distintivos de calidad autonómicos infringían la nueva normativa europea en la materia y por la necesidad de adaptar la normativa autonómica a esta nueva legislación europea, las Comunidades Autónomas derogaron esos distintivos de calidad que hacían referencia al origen geográfico por otros en los que ya no se incluía dicha referencia geográfica.

Esta circunstancia se recoge en muchas de las exposiciones de motivos de las normas autonómicas que derogaron los distintivos originarios. Como ejemplos podemos citar las marcas de calidad institucionales “Alimentos de Andalucía”⁶⁹⁰, “Aragón Calidad Alimentaria”⁶⁹¹ y “Alimentos Tradicionales de Castilla y León”⁶⁹² que se derogaron y se sustituyeron por las marcas “Calidad Certificada”, “C’alial” y “Tierra de Sabor” respectivamente.

⁶⁹⁰ El Decreto 242/2001, de 6 de noviembre, por el que se regula la marca Calidad Certificada para los productos agroalimentarios y pesqueros derogó la primera marca andaluza de calidad institucional denominada “Alimentos de Andalucía”. En su exposición de motivos, el Decreto establece que “...la normativa vigente en la materia constituida, fundamentalmente, por los Reglamentos (CEE) núm. 2092/91, del Consejo, de 24 de junio; núm. 2081/92, del Consejo, de 14 de julio; núm. 2082/92, del Consejo, de 14 de julio; núm. 1493/99, del Consejo, de 17 de mayo, así como la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, y el Decreto 215/1995, de 19 de septiembre, contempla distintas formas de protección y certificación de productos agroalimentarios y pesqueros, que exige actualizar la normativa de la Comunidad Autónoma de Andalucía en materia de marcas de calidad de este tipo de productos. En este sentido, el Consejo de Gobierno ya ha derogado la normativa que regulaba el uso del distintivo “Alimentos de Andalucía” (Decreto 109/2000, de 21 de marzo).

⁶⁹¹ El Decreto 151/1998, de 28 de julio, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la marca “Calidad Alimentaria”, en su exposición de motivos señala que “...la normativa comunitaria establecida con posterioridad mediante el Reglamento (CEE) 2081/1992, reserva la protección de los productos agrícolas o alimentarios reconocibles por su procedencia geográfica, a través de las figuras de las denominaciones de origen y de las indicaciones geográficas, lo cual exige actualizar la normativa de la Comunidad Autónoma de Aragón en materia de marca de calidad”. Este Decreto derogó al anterior que regulaba la marca “Aragón Calidad Alimentaria” y la marca pasó a denominarse “Calidad Alimentaria”.

⁶⁹² La exposición de motivos del Decreto 92/1999, de 29 de abril, por el que se deroga el Decreto 98/1987, de 15 de abril, por el que se crea y reglamenta el uso del distintivo “Alimentos Tradicionales de Castilla y León” indica que “La posterior regulación por la Comunidad Europea de la utilización de nombres geográficos en los productos alimenticios, a través de normas como el Reglamento (CEE) 2081/1992 y el Reglamento (CEE) 2082/1992, impiden un desarrollo adecuado de los planteamientos iniciales previstos en el Decreto 98/1987. La voluntad de cumplir la normativa comunitaria ha impulsado a la Junta de Castilla y León a optar por la completa derogación del Decreto 98/1987”.

En la actualidad, dicha protección reforzada de los nombres geográficos para las DOP e IGP aparece recogida en el Reglamento 1151/2012⁶⁹³ cuando establece que los nombres registrados como DOP o IGP están protegidos contra cualquier uso comercial directo o indirecto de un nombre registrado en productos no amparados por el registro, cualquier uso indebido, imitación o evocación aunque indique el verdadero origen del producto o si el nombre protegido va acompañado de expresiones tales como “estilo”, “tipo”, “método”, “producido como en”, “imitación” o expresiones similares, cualquier otro tipo de indicación falsa o falaz en cuanto a la procedencia, el origen, la naturaleza o las características esenciales de los productos, o cualquier otra práctica que pueda inducir a error al consumidor acerca del verdadero origen del producto (art. 13).

Esta protección reforzada de los nombres geográficos en el ámbito comunitario, desde el inicio, ha tenido su reflejo en la normativa nacional que regula las indicaciones geográficas ya que aparece recogida en el artículo 13 de la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico e incluso en las prohibiciones absolutas recogidas en el artículo 5.1. c) de la LM.

Es importante señalar que las reglas de prevalencia y coexistencia que establecía el Reglamento (CEE) 2081/1992 entre nombres protegidos como DOP o IGP y marcas también están recogidas en la actual regulación de los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios contenida en el Reglamento 1151/2012 (art. 14).

B) Evolución de las marcas de garantía a las marcas de promoción en el ámbito de la calidad agroalimentaria.

Aunque como acaba de indicarse que las primeras marcas de calidad de titularidad autonómica creadas con anterioridad a la entrada en vigor de los Reglamentos (CEE) 2081/1992 y 2082/1992 fueron derogadas y sustituidas por otras nuevas en las que no se hace referencia al origen geográfico, actualmente han surgido marcas de calidad de

⁶⁹³ Antes de llegar a la regulación actual del Reglamento 1151/2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios, el Reglamento (CEE) 2081/1992 fue derogado por el Reglamento (CE) 510/2006, del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios y el Reglamento (CEE) 2082/1992 fue derogado por el Reglamento (CE) 509/2006, del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre las especialidades tradicionales garantizadas de productos agrícolas y alimenticios. Esta nueva regulación también recogía la protección reforzada de los nombres protegidos por estas figuras de calidad alimentaria comunitarias.

titularidad autonómica creadas o bien después de la entrada en vigor de dichos reglamentos⁶⁹⁴ o con posterioridad a la actual regulación contenida en el Reglamento 1151/2012⁶⁹⁵.

En un primer momento, las marcas de calidad de titularidad autonómica se crearon para dar a conocer a los consumidores que los productos amparados por esas marcas tenían un plus de calidad adicional a la calidad alimentaria de cualquier alimento y fue por ello que las registraron haciendo referencia al origen geográfico. A veces, la utilización de marcas de calidad por parte de las Comunidades Autónomas para identificar productos agroalimentarios era una alternativa a las DOPs e IGP cuando se trate de proteger productos singulares que tienen problemas para ser reconocidos como indicaciones geográficas⁶⁹⁶.

Actualmente, las marcas de calidad de titularidad autonómicas más que certificar la calidad de los productos agroalimentarios que amparan se están utilizando como marcas promocionales de la Comunidad Autónoma que las crea y es importante señalar que ya no son sólo utilizadas en el sector agroalimentario sino que también se utilizan en otros sectores como el turístico⁶⁹⁷.

El uso de marcas institucionales promocionales en las que se haga referencia al origen geográfico puede ser confuso para el consumidor ya que aunque la marca promocional no tenga la función de garantizar la calidad, el consumidor la puede percibir así.

Este hecho se pone de manifiesto porque la marca ha sido registrada como marca de tipo individual en vez de marca de garantía o de certificación de la Unión en la OEPM o la EUIPO respectivamente, o bien porque esa marca de calidad de titularidad

⁶⁹⁴ Las marcas de garantía “Calidad Agroalimentaria – Control Región de Murcia”, “Galicia Calidade” y “Castilla – La Mancha Calidad Diferenciada” fueron creadas en los años 2001, 2007 y 2010 respectivamente sin tener en cuenta la protección reforzada que el Reglamento 2081/1992 le otorga a los nombres geográficos protegidos como DOP o IGP. Este reglamento fue derogado por el Reglamento (CE) 510/2006, del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios.

⁶⁹⁵ Las marcas de garantía “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada” y “Alimentos de Cantabria” fueron creadas en 2014 y 2017 respectivamente

⁶⁹⁶ GÓMEZ LOZANO, M^a. M., “Comentario al artículo 68”, op. cit., pg. 1128.

⁶⁹⁷ GÓMEZ LOZANO, M^a. M., *Los Signos Distintivos en la Promoción de Destinos Turísticos*, op. cit., pg. 33.

autonómica ampara a productos que a su vez forman parte de otras figuras de calidad diferenciada.

Aunque las marcas de calidad de titularidad autonómica han pasado a tener como función principal la de promocionar el territorio de la Comunidad Autónoma que la crea, la referencia al origen geográfico sigue estando reservada en exclusiva para los nombres geográficos de las DOP e IGP.

Como ejemplo de marca promocional podemos citar la marca “Alimentos de Extremadura”⁶⁹⁸ que ha sido creada recientemente en la Comunidad Autónoma de Extremadura por el Decreto 3/2020, de 12 de febrero, por el que se establecen las condiciones de uso de las marcas promocionales de titularidad de la Junta de Extremadura y se establecen las condiciones mínimas de los Reglamentos de uso (en adelante Decreto 3/2020).

La finalidad principal de las marcas promocionales en la Comunidad de Extremadura, según la exposición de motivos del Decreto 3/2020, “*es indicar la procedencia geográfica de los productos que amparan*” así que el régimen jurídico⁶⁹⁹ de la marca promocional “Alimentos de Extremadura” es muy similar al de las marcas de carácter colectivo.

Esta marca promocional es un sello de identidad, que no de calidad, para cualquier producto producido, transformado y envasado en Extremadura y pretende poner en valor las producciones alimentarias regionales y fomentar su conocimiento entre los consumidores, aumentando su percepción y elevando su consideración para fomentar su consumo.

⁶⁹⁸ Según correo electrónico de 22 de septiembre de 2015 de la responsable del Departamento de Comercialización e Internacionalización de Avante Extremadura, la marca “Alimentos de Extremadura” es una marca promocional y no de calidad. Es una marca promocional que creó la Junta de Extremadura en 2008 con el fin de promocionar aquellos productos agroalimentarios extremeños que se acojan a la misma. La marca promocional puede consultarse en el siguiente enlace <http://www.juntaex.es/comercioextremadura/marcas> y está regulada en el Decreto 3/2020, de 12 de febrero, por el que se establecen las condiciones de uso de las marcas promocionales de titularidad de la Junta de Extremadura y se establecen las condiciones mínimas de los Reglamentos de uso. La Junta de Extremadura la tiene registrada en la OEPM con el número de solicitud M3672669 para los productos de las clases 16 y 19, y de forma limitada para los productos de las clases 30, 31, 32 y 33.

⁶⁹⁹ El artículo 16 del Decreto 3/2020 establece las condiciones mínimas que ha de reunir el reglamento de uso de la marca promocional, reglamento de uso que es obligatorio para las marcas de carácter colectivo.

Las ventajas que ofrece esta marca promocional a los elaboradores y fabricantes de alimentos y bebidas de Extremadura es que es un nuevo sello complementario de la propia marca de la empresa mediante el cual pueden diferenciarse en los puntos de venta de otros productos de la misma especie pero producidos en otras regiones, es un reclamo eficaz para atraer al consumidor porque ofrece prestigio a los canales de distribución de los productos amparados por ella y por último, los consumidores se ven beneficiados porque podrán identificar de forma clara y sencilla que esos productos han sido elaborados, transformados y envasados en Extremadura. Es también una gran oportunidad para el producto que use este distintivo el poder promocionarse en puntos de venta nacional e internacional aumentando su nivel publicitario.

II. MARCAS INSTITUCIONALES QUE GARANTIZAN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS.

A) Marcas de garantía con componente geográfico.

1. Marca de garantía “Alimentos de Cantabria”.

La Oficina de Calidad Alimentaria (en adelante ODECA)⁷⁰⁰, es titular de la marca de garantía denominada “Alimentos de Cantabria”⁷⁰¹ que está regulada en el Decreto 12/2017, de 9 de marzo, por el que se regulan las condiciones para obtener la autorización del uso de la marca de garantía “Alimentos de Cantabria” y que actúa como “marca paraguas”.

Las principales ventajas de usar las marcas de garantía son que gracias a ellas se potencia el mercado agroalimentario de la región, se facilita a los consumidores la identificación de productos alimentarios de la zona, se favorece los circuitos cortos de distribución a través de la venta directa y del comercio minorista y por último, se impulsa el consumo de alimentos locales que hace que se revaloricen los recursos locales de las

⁷⁰⁰ La ODECA es un organismo autónomo adscrito a la Consejería del Medio Rural, Pesca y Alimentación creado por la Ley 3/2000, de 24 de julio, por la que se crea el Organismo Autónomo Oficina de Calidad Alimentaria (ODECA). Es la encargada de ejercer las competencias en materia de denominaciones de origen, otras denominaciones de calidad, producción agraria ecológica y la promoción de los productos agroalimentarios. También se encarga de vigilar y coordinar la producción, elaboración, calidad e incluso la comercialización de los productos amparados por cualquier distintivo de calidad, promover el reconocimiento de nuevas denominaciones en la Comunidad Autónoma de Cantabria, vela por el prestigio de las mismas y se ocupa de la mejora y protección de los productos amparados por las figuras de calidad, teniendo funciones de vigilancia en la actuación de los Consejos Reguladores y de colaboración con otras administraciones para ejecutar o mejorar las competencias que tiene atribuidas.

⁷⁰¹ La marca “Alimentos de Cantabria” está registrada en la OEPM como marca de garantía con el número de solicitud M3534285 para los productos de las clases 29,30, 31, 32 y 33 con limitaciones y como marca individual con el número de solicitud M2567392 para los mismos productos pero sin limitaciones.

explotaciones agrícolas y ganaderas de la región, el asentamiento de la población rural y la conservación del medio natural y del paisaje.

Según el artículo 1, el Decreto tiene por objeto establecer las condiciones para obtener la autorización del uso, el régimen jurídico y el distintivo de la marca de garantía "Alimentos de Cantabria" para distinguir en el mercado determinados productos agroalimentarios que se produzcan, elaboren y transformen en la Comunidad Autónoma de Cantabria, así como de los establecimientos hosteleros y comercios de alimentación que utilicen o vendan, estos productos y así lo acrediten cumpliendo los requisitos establecidos en el Decreto.

También se crea la Comisión de la marca de garantía "Alimentos de Cantabria" y el registro de operadores y establecimientos adheridos autorizados para el uso de la marca de garantía "Alimentos de Cantabria".

El objeto de la marca de garantía (art. 2) es identificar bajo una misma imagen los productos agroalimentarios producidos, elaborados y transformados en la Comunidad Autónoma de Cantabria, que procedan de un establecimiento autorizado en Cantabria para realizar dicha actividad. Otros objetivos que complementan el anterior es servir de garantía y seguridad al consumidor, proteger los productos y empresas del sector, las ventajas comerciales y la introducción en nuevos mercados.

La marca podrá usarse en una gran variedad de productos agroalimentarios (art. 4.1. 1) destinados al consumo humano⁷⁰² como son:

1º. Productos DOP, IGP, ETG, en Términos de calidad facultativos, en productos procedentes de la producción ecológica y en los vinos de la tierra con indicación geográfica.

2º. Productos amparados por la marca de garantía "CC Calidad Controlada", por otras marcas colectivas, en productos autorizados para el uso del logotipo "raza autóctona" y por aquellos que tengan un etiquetado facultativo.

3º. Productos agroalimentarios que no pudiéndose acoger a ninguna de las anteriores figuras de calidad, tengan el reconocimiento de empresa Artesana Alimentaria

⁷⁰² Los productos que pueden utilizar la marca de calidad pueden consultarse en el siguiente enlace: <http://www.alimentosdecantabria.com/marcas-de-garantia>

de Cantabria o posean un sistema de control de gestión de calidad certificado⁷⁰³, que ampare los productos para los que se solicita la autorización.

4º- En las aguas minerales naturales y aguas de manantial⁷⁰⁴.

La marca de garantía podrán usarla los establecimientos hosteleros y los comercios de alimentación autorizados con un volumen anual de compras de los productos enumerados anteriormente superior a tres mil euros⁷⁰⁵ y tengan en vigor las autorizaciones y/o requisitos pertinentes para el desarrollo de su actividad (art. 4.1 2).

También pueden usarla cualquier persona física o jurídica que cumpla los requisitos del Decreto y de los reglamentos de uso de los productos una vez que se le conceda la autorización (art. 4.3), con la salvedad de que no se autorizará el uso de la marca de garantía a quien con anterioridad a su solicitud hubiera realizado un uso ilícito de la misma (art. 4.2).

El artículo 6.1 del Decreto crea la Comisión de la marca de garantía “Alimentos de Cantabria” y el Registro de operadores y establecimientos adheridos autorizados para el uso de la marca de garantía “Alimentos de Cantabria”⁷⁰⁶.

El apartado 2 de este artículo 6 señala como funciones que tiene encomendada la Comisión proponer la autorización o denegación del uso de la marca de garantía y su revocación y/o suspensión en caso de incumplimiento, proponer medidas para fomentar y proteger la marca de garantía y realizar cualquier tipo de acción que pueda serle encomendada siempre que afecte al desarrollo de la marca de garantía.

En relación a la autorización de uso, se interpretará de manera restrictiva, es decir, la marca de garantía sólo podrá ser utilizada por las personas físicas o jurídicas

⁷⁰³ Según UNE-EN ISO 9001:2000, UNE-EN ISO 22000:2005, British Retail Consortium (BRC), International Food Standard (IFS), así como cualquier otro estándar reconocido internacionalmente

⁷⁰⁴ Reconocidas conforme a lo establecido en el Real Decreto 1798/2010, de 30 de diciembre, por el que se regula la explotación y comercialización de aguas minerales naturales y aguas de manantial envasadas para el consumo humano.

⁷⁰⁵ Este requisito se sustituirá por un compromiso de compra la primera vez que el establecimiento adherido solicite la autorización para el uso de la marca de garantía, compromiso de compra que será verificable al finalizar el período de autorización.

⁷⁰⁶ La información del registro tiene carácter público (el acceso a los datos de carácter personal se regirá por la LOPD), en la inscripción se anotarán los datos del operador, el producto y la marca de garantía o marcas comerciales con que se presenten en el mercado y en él se inscribirán los productores, elaboradores y transformadores autorizados para el uso de la marca de garantía, los establecimientos de hostelería y comercio de alimentación autorizados y los productos autorizados (art. 7).

autorizadas expresamente, en las condiciones y forma específica que se señalen en la autorización y para los productos autorizados (art. 10).

Tendrá una duración (art. 11.1) de dos años naturales⁷⁰⁷ transcurridos los cuales la autorización caducará y deberá solicitarse de nuevo, pero en el caso de operadores acogidos a cualquiera de las figuras de calidad diferenciada registrados en la ODECA (art. 11.2) la autorización tendrá carácter indefinido y se mantendrá vigente en el tiempo siempre y cuando se encuentre al corriente de sus obligaciones.

Los autorizados a usar la marca de garantía no podrán usar o solicitar la inscripción en ningún país de un signo idéntico o parecido que pueda inducir a error, confusión o aprovechamiento de la fama y reputación de la marca, no podrán utilizarla de manera que pueda causar descrédito, perjudicar su reputación o inducir a error a los consumidores y tampoco pueden realizar campañas de publicidad y promoción de la marca ni ceder ni sublicenciar total o parcialmente la marca, sino que solamente podrán utilizarla de manera accesoria y nunca a título principal o sustitutivo de la marca comercial (arts. 12, 14 y 15).

Para usar la marca de garantía, según la disposición adicional única, hay que satisfacer unas tasas⁷⁰⁸ que vienen establecidas en el epígrafe “Oficina de Calidad Alimentaria” del Anexo de la Ley de Cantabria 12/2020, de 28 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas.

En relación al control del uso de la marca (art. 5), los usuarios autorizados se someterán a un sistema de evaluación⁷⁰⁹ de conformidad realizado por la ODECA para comprobar las exigencias establecidas en el Decreto. Los controles serán diseñados anualmente por la Unidad de Apoyo técnico de la ODECA quien en base a un análisis de riesgos, seleccionará un porcentaje de operadores a visitar para comprobar la vigencia de las certificaciones aportadas en el momento de la autorización.

⁷⁰⁷ Desde el uno de enero al treinta y uno de diciembre.

⁷⁰⁸ La disposición adicional única del Decreto 12/2017 conforme a lo establecido en la Ley de Cantabria 9/1992, de 18 de diciembre, de Tasas y Precios Públicos de la Diputación Regional de Cantabria, prevé que se establezcan las tasas que se deriven de la aplicación del Decreto.

⁷⁰⁹ La evaluación se realizará con carácter previo a la decisión de autorización de uso de la marca de garantía, pudiendo repetirse periódicamente con el fin de comprobar el mantenimiento de los requisitos de autorización y el cumplimiento de las obligaciones resultantes de la misma.

La autorización de uso de la marca de garantía genera una serie de obligaciones tanto para el titular de la marca como para las personas autorizadas.

El titular de la marca está obligado⁷¹⁰, según lo dispuesto en el artículo 17, a no comunicar a terceros la información que pueda haber recibido en el ejercicio de las medidas de control, velando por los legítimos intereses de los usuarios para que queden salvaguardados sus secretos de fabricación o de negocio.

Las obligaciones de las personas autorizadas vienen enumeradas en el artículo 16. Estas personas están obligadas a demostrar a la ODECA, mediante el correspondiente certificado, de la vigencia de la marca de garantía, facilitar al organismo de control el acceso a sus dependencias, documentación y muestras requeridas para que éste pueda ejecutar las medidas de control establecidas y comunicar a la ODECA cualquier variación o modificación relevante en la producción o elaboración de su producto que pudiera afectar al uso de la marca de garantía.

También están obligadas a participar en las ferias y eventos promocionales⁷¹¹, enviar a la ODECA anualmente una memoria con los datos relativos a la comercialización de los productos autorizados, y solicitarle anualmente el correspondiente certificado acreditativo.

La defensa de la marca correrá exclusivamente a cargo de la ODECA, ya que este es el único organismo legitimado para ejercitar las acciones judiciales correspondientes, quedando expresamente prohibido, según el artículo 18, el ejercicio de tales acciones a los usuarios, los cuales deben poner de inmediato en conocimiento de la ODECA cualquier infracción o utilización ilícita de la marca de garantía.

Aunque el titular de la marca de garantía es la ODECA, son las personas autorizadas a usarla los únicos responsables de los defectos de sus productos o de las irregularidades en sus establecimientos y por tanto serán ellos quienes deberán asumir por cuenta propia las indemnizaciones y perjuicios ocasionados a terceros que se deriven de sus acciones u omisiones (art. 19).

⁷¹⁰ Esta obligación también se hace extensiva a la entidad que realice los controles.

⁷¹¹ Corresponde, únicamente a la ODECA, la realización de las campañas de publicidad y promoción de la marca de garantía, debiendo las personas autorizadas para su uso abstenerse de realizar actos publicitarios o promocionales de la marca sin el consentimiento expreso de la ODECA.

El Decreto establece las causas de suspensión y revocación de la autorización de uso en el artículo 20.

La ODECA podrá revocar la autorización de uso según el apartado 1 del artículo 20 en caso de incumplimiento de lo dispuesto en el Decreto, alteración de las condiciones o características tenidas en cuenta para la concesión de la autorización o en caso de que se constaten incumplimientos de la normativa general que le sea de aplicación.

El apartado 2 del artículo 20 establece que durante la tramitación del expediente de revocación, la Comisión de la marca de garantía podrá proponer suspender la autorización de uso hasta que se compruebe la subsanación o se determine la revocación definitiva de la misma⁷¹².

Si los productos o establecimientos autorizados no cumplen lo establecido en el Decreto, los productos deberán retirarse del mercado y los establecimientos deberán retirar la marca de garantía (art. 20.3).

La persona autorizada a usar la marca de garantía podrá darse de baja del registro a petición propia o bien como consecuencia de la revocación de la autorización⁷¹³.

Por último, el derecho de uso de la marca de garantía no puede darse como garantía, ni puede ser embargado ni objeto de otras medidas de ejecución pero se extinguirá en caso de concurso de acreedores, liquidación o fusión de la persona física o jurídica autorizada (art. 22).



Figura 1. Logotipo de la marca de garantía “Alimentos de Cantabria” registrada en la OEPM con el número M3534285 para los productos de las clases 29, 30, 31, 32 y 33 con limitaciones.

⁷¹² Tanto la suspensión como la revocación de la autorización de uso conllevan para su titular la obligación de entregar le certificado acreditativo a la ODECA de forma temporal o definitiva respectivamente (art. 20.4).

⁷¹³ En caso de baja del registro como consecuencia de la revocación de la autorización, no podrán solicitar una nueva inscripción hasta pasados tres años desde la fecha de la revocación, previa evaluación de conformidad (art. 21).

2. Marca de garantía “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada”.

En la actualidad, los consumidores demandan cada vez más productos agrícolas y alimenticios de calidad dotados de una identidad vinculada a un territorio, calidad o a un método de producción compatible con el medio ambiente. Por eso, es necesario abrir nuevas oportunidades de mercado que satisfagan las tendencias actuales de consumo de productos agrícolas y alimenticios de calidad y para ello el sector agroalimentario necesita comunicar a los operadores agroalimentarios las características específicas de estos productos.

Con la entrada en vigor de la Ley 5/2005, de 1 de junio, Ley de Calidad Agroalimentaria de La Rioja, se pretende aumentar la presencia de nuevas figuras de calidad en el mercado agroalimentario y desarrollar aquellas ya existentes dentro de un marco jurídico adecuado proporcionándole a los productores los instrumentos adecuados para identificar y promover mejor sus productos agroalimentarios de calidad diferenciada y para protegerlos de prácticas desleales.

La importancia de la creación de una marca de calidad consiste en que bajo ésta se agrupan una amplia gama de productos agroalimentarios de calidad diferenciada para su puesta conjunta y diversificada en el mercado, permitiendo alcanzar con poca inversión un mayor número de clientes y fidelizando los ya existentes.

La Consejería de Agricultura de La Rioja es titular de la marca de garantía para productos agroalimentarios “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada”, cuyo reglamento de uso fue aprobado por el Decreto 38/2014, de 29 de agosto.

El objeto del reglamento de uso de la marca de garantía agroalimentaria “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada” según su artículo 1 es establecer la regulación del uso de la marca de garantía, los requisitos que han de cumplir los operadores autorizados a utilizarla, los productos para los que se conceda dicha autorización y la manera en que se verificarán estos requisitos.

Su finalidad, artículo 2, consiste en distinguir en el mercado determinados productos agroalimentarios destinados al consumo humano que reúnan las condiciones y cumplan los requisitos de calidad que se especifican en el reglamento garantizando a los consumidores su origen geográfico, su calidad diferenciada o su modo de elaboración gracias a la identificación de dichos productos de forma precisa.

La marca “Alimentos de la Rioja Calidad Garantizada” es propiedad de la Comunidad Autónoma de La Rioja, siendo la Consejería con competencias en materia de calidad agroalimentaria el órgano encargado de la gestión y quien tiene el derecho exclusivo de autorización del uso de la marca en los términos previstos en el reglamento (art. 3).

El régimen jurídico aplicable que establece el artículo 4 del reglamento de uso lo constituye, en primer lugar, el propio reglamento de uso, las disposiciones de la Ley de Marcas aplicables a las marcas de garantía, la Ley 5/2005, de 1 de junio, Ley de Calidad agroalimentaria de La Rioja y las disposiciones comunitarias, estatales y autonómicas que correspondan en razón de la materia.

El distintivo gráfico de la marca se reproduce en el Anexo I y la reproducción del mismo deberá ajustarse con exactitud a las características gráficas con las que ha sido registrado⁷¹⁴ y adecuarse al modelo y condiciones técnicas y gráficas contempladas en el reglamento (art. 5).

El reglamento enumera en su artículo 6 los productos⁷¹⁵ que puede amparar la marca de garantía y son aquellos productos agroalimentarios destinados al consumo humano que estén producidos, elaborados y/o transformados en La Rioja e incluidos en alguno de los sistemas de protección de la calidad agroalimentaria amparados por la Ley 5/2005, de 1 de junio, de modo que aseguren el cumplimiento de unos requisitos comunes de condiciones de calidad, técnicas de cultivo compatibles con el medio ambiente, origen geográfico, condiciones técnicas o modo de elaboración.

Estos productos son los productos agroalimentarios amparados por DOPs, IGP, ETGs y otros regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios, productos agroalimentarios, a excepción de los vínicos, amparados por la agricultura ecológica, productos agrícolas amparados por la producción integrada⁷¹⁶, alimentos

⁷¹⁴ El Anexo I contiene dos logotipos de la marca de garantía, uno rectangular y otro circular pero ambos deberán contener la leyenda “Calidad Garantizada. Alimentos de La Rioja”.

⁷¹⁵ Los productos que puede amparar la marca de garantía vienen enumerados en el artículo 6 del reglamento de uso que ha sido modificado por el artículo único de Decreto 7/2015, de 20 de marzo por el que se modifica el Decreto 38/2014, de 29 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento de uso de la Marca de Garantía agroalimentaria “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada”.

⁷¹⁶ A los que se refiere el Decreto 53/2001, de 21 de diciembre, por el que se regula la producción integrada en productos agrarios en la Comunidad Autónoma de La Rioja y resto de normativa aplicable o que le sustituya.

agroalimentarios artesanales⁷¹⁷, productos agroalimentarios amparados por una Marca de Garantía o Marca Colectiva⁷¹⁸ y a productos agroalimentarios con pliegos facultativos de etiquetado que cumpliendo la normativa aplicable hayan sido aprobados por la Consejería con competencias.

Debido a la gran cantidad de productos agroalimentarios que puede amparar la marca de garantía “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada”, ésta se configura como una marca de calidad “paraguas”⁷¹⁹ debiéndose utilizar los dos logotipos a la vez, es decir, el de la marca de calidad en cuestión más el de “Alimentos de la Rioja Calidad Garantizada”.

En todo caso, todos aquellos productos que potencialmente pudieran quedar protegidos bajo una figura de calidad alimentaria reconocida en base a su origen geográfico (DOP, IGP y Marca de Garantía), sólo podrán solicitar el uso del distintivo “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada” si están amparados por dicha figura de calidad alimentaria (art. 6.2).

La marca de garantía podrá ser utilizada (art. 7.1) por las personas físicas o jurídicas con plena capacidad de obrar que produzcan, elaboren o transformen algún producto agroalimentario para el cual haya sido autorizado⁷²⁰ el uso de la marca por cumplir todos los requisitos y condiciones del reglamento.

El procedimiento de autorización de la marca de garantía viene regulado en el reglamento y una vez presentada la solicitud⁷²¹, la competencia para la tramitación y autorización⁷²² de la misma recaerá sobre la Dirección General competente.

La autorización de uso, que siempre estará vinculada a la persona física o jurídica solicitante, sólo se concederá para aquél o aquellos productos para los que se haya

⁷¹⁷ Según lo dispuesto en la Ley 2/1994, de 24 de mayo de Artesanía de La Rioja.

⁷¹⁸ Regulados según la Ley de Marcas y sometidos a la Ley 5/2005, de 1 de junio.

⁷¹⁹ Según correo electrónico de fecha 30 de noviembre de 2015 de la Jefa de Sección de Sistemas de Calidad y Promoción Agroalimentaria de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de La Rioja.

⁷²⁰ La autorización asociará al operador económico y al producto autorizado, no pudiendo utilizar la marca en productos diferentes de aquellos para los que hubiera recibido la autorización (art. 7.2.).

⁷²¹ Los requisitos mínimos que ha de contener la solicitud de autorización vienen enumerados en el apartado 2 del artículo 8.

⁷²² La resolución de autorización deberá ser dictada y notificada en un plazo de tres meses. Transcurrido dicho plazo sin que se haya notificado la resolución, la solicitud se podrá entender estimada (art. 9.2).

solicitado el uso de la marca y para las marcas comerciales y formatos con las que dichos productos se identifican en el mercado (art. 9.3).

El operador agroalimentario al que se le haya autorizado el uso de la marca, según el apartado 4 de este artículo 9, además de aceptar las condiciones de uso detalladas en el reglamento, también tendrá que aceptar las condiciones que se especifiquen en la resolución de autorización.

El reglamento, que regula cómo se debe utilizar la marca en el artículo 10, establece que ésta se utilizará únicamente de manera accesoria acompañando a la marca comercial del operador agroalimentario autorizado responsable del producto terminado y al distintivo correspondiente al sistema de protección de calidad agroalimentaria y nunca a título principal o sustitutivo de algún elemento del etiquetado⁷²³.

En ningún caso se autorizará su uso en marcas de distribución o marcas genéricas (conocidas como marcas blancas) ni tampoco podrá ser utilizada la marca de manera que pueda causar descrédito, perjudicar su reputación o inducir a error a los consumidores sobre las características del producto al que se aplica, quedando prohibida cualquier utilización fraudulenta o no autorizada de dicho distintivo (apartados 2 y 3 del artículo 10 respectivamente).

Los operadores agroalimentarios autorizados tienen una serie de obligaciones que vienen enumeradas en el artículo 11.

Estas obligaciones consisten en obtener y poner en el mercado el producto terminado conforme al reglamento, a las normas que le correspondan y a lo establecido en la legislación vigente que le sea de aplicación y a utilizar de forma efectiva y visible el distintivo gráfico de la marca agroalimentaria “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada” en todos los productos para los que su uso ha sido autorizado junto a las marcas comerciales que consten en la autorización y junto al distintivo de calidad del sistema de protección agroalimentario en el que se encuentre inscrito⁷²⁴ en las condiciones establecidas en el reglamento y en el manual de identidad y uso de la marca.

⁷²³ A excepción de las marcas de garantía cuya titularidad pertenezca al Gobierno de La Rioja que podrán usar este distintivo de manera exclusiva junto con su marca comercial (art. 10.1 *in fine*).

⁷²⁴ Esta obligación deberá cumplirse en el plazo máximo de doce meses, contados desde el día siguiente al que se notifique la autorización. Si transurre dicho plazo sin haber dado cumplimiento a la obligación de uso, el autorizado decae en su derecho al uso de la marca previo procedimiento contradictorio [(art. 11.b)].

Además de las anteriores obligaciones, los operadores agroalimentarios autorizados están obligados a comunicar a la Dirección General competente, entre otra información, los datos correspondientes al volumen de producto con autorización de uso comercializado así como sus principales destinos de forma anual, cualquier modificación en las condiciones de inscripción y autorización en el plazo máximo de diez días de producirse y también, en el plazo de diez días, tendrán que comunicar cualquier resolución dictada por los órganos que agoten la vía administrativa, de suspensión, sanción o anulación de derecho relacionado con la actividad agroalimentaria así como cualquier decisión administrativa por la que se acuerde el inicio de un procedimiento sancionador en esta materia.

Para garantizar la calidad de los productos agroalimentarios (art. 12.1) la Consejería Competente será la encargada de supervisar el mantenimiento de las condiciones y el cumplimiento de los requisitos por cualquier medio, sistema o procedimiento que considere adecuado⁷²⁵, estando obligados los operadores agroalimentarios a facilitar al personal técnico de la Consejería o de las empresas o entidades que ella designe o contrate para la supervisión el acceso a sus instalaciones y dependencias, a las tomas de muestras y a la documentación e información que sea necesaria.

Sin perjuicio de la supervisión que realiza la Consejería o las entidades que ella designe o contrate para la supervisión, los operadores agroalimentarios autorizados respecto a los productos autorizados están sujetos al Plan de Control Específico al objeto de verificar el cumplimiento de lo establecido en el reglamento y el resto de normativa que le sea de aplicación (art. 12.2).

La autorización de uso de la marca de garantía agroalimentaria, según el apartado 1 del artículo 13, tiene vigencia indefinida siempre y cuando se mantengan inalteradas las condiciones y el cumplimiento de los requisitos con arreglo a los cuales se concedió dicha autorización y podrá ser suspendida temporalmente o revocada por la Consejería competente⁷²⁶.

⁷²⁵ Los costes derivados de los controles serán sufragados por los propios operadores autorizados (art. 12.3).

⁷²⁶ Los procesos de suspensión temporal y de revocación se iniciarán de oficio por la Dirección General competente a iniciativa propia a través del modelo del Anexo II o como consecuencia de denuncia de un operador inscrito. Los procesos tendrán carácter contradictorio, se tramitarán con referencia expresa

Las causas de suspensión temporal⁷²⁷ de la autorización del uso de la marca están enumeradas en el reglamento de uso (art. 13.2), así que la Consejería competente podrá suspender temporalmente la autorización del uso de la marca:

- Cuando así lo solicite por escrito el operador agroalimentario autorizado⁷²⁸.
- Cuando el uso que de la marca haga el operador agroalimentario autorizado contraríe o exceda las condiciones establecidas en el reglamento y en la propia autorización.
- Cuando resulte un uso manifiestamente perjudicial para los fines para los que se concedió la autorización.

Respecto a la revocación⁷²⁹ de la autorización del uso de la marca (art. 13.4), la Consejería competente podrá revocar la autorización del uso de la marca:

- Cuando el operador de la autorización no utilice de forma efectiva y visible el distintivo gráfico de la marca agroalimentaria en los productos para los que su uso ha sido autorizado en el plazo máximo de doce meses contados desde el día siguiente al que se notifique la autorización.
- Cuando durante dos años consecutivos el operador autorizado no haga uso del distintivo en el producto autorizado.
- Cuando el operador de la autorización o los productos a los que la misma se extienda incumpla los requisitos o deje de observar las condiciones que con arreglo a lo dispuesto en este reglamento se tuvieron en cuenta para conceder la autorización.
- Cuando pasen tres años sin solucionar el motivo que causó la suspensión temporal⁷³⁰.

a los productos a los que afecte la suspensión o la revocación y ante la resolución que deja sin efecto la autorización cabrá Recurso de alzada en el plazo de un mes ante el Consejero con competencias en materia de calidad agroalimentaria (art. 13.5).

⁷²⁷ La suspensión temporal conllevará la pérdida del derecho de cualquier uso de la marca agroalimentaria durante un periodo máximo de tres años (art. 13.3).

⁷²⁸ A estos efectos se presentará la correspondiente solicitud oficial del Anexo II [(art. 13.2.a)].

⁷²⁹ La revocación de la autorización conllevará la inmediata extinción de la autorización del uso de la marca concedida y el operador agroalimentario deberá poner fin a cualquier forma de uso que de la marca esté haciendo (art. 13.6).

⁷³⁰ Este motivo de revocación se encuentra recogido en el artículo 13.3.

La realización de campañas de publicidad y promoción de la marca corresponde en exclusiva al titular de la misma, estando expresamente prohibidas dichas actividades en el artículo 14 del reglamento de uso a los operadores agroalimentarios autorizados si no hay consentimiento expreso del titular.

Respecto al régimen sancionador, el artículo 15 nos remite al régimen de infracciones y sanciones establecido en la Ley 5/2005, de 1 de junio y el Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agroalimentaria⁷³¹, y en relación al procedimiento sancionador se estará a lo dispuesto en el Título V de la Ley 5/2005 de 1 de junio además de por las normas tanto autonómicas como estatales que regulan con carácter horizontal el procedimiento administrativo sancionador.

El último artículo del Reglamento (art. 16) es el dedicado al Registro de los operadores adheridos a la marca⁷³², de carácter público y naturaleza habilitante y cuyo objeto es recoger los datos relativos a los operadores autorizados al uso de la marca.



Figura 2. Logotipo de la marca de garantía “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada” registrada en la OEPM con el número de solicitud M3529723 para los productos de las clases 29 (limitada), 30, 31 (limitada) y 32. Esta marca de garantía también está registrada en la OEPM con otro logotipo de forma circular con el número de solicitud M3529728 para los mismos productos que la anterior y el mismo logotipo circular pero como marca de tipo individual para los servicios de las clases 35, 39 y 43 con el número de solicitud M3529749.

⁷³¹ Las infracciones en materia de defensa de la calidad de la producción agroalimentaria vienen enumeradas en el Decreto 1945/1983, que las clasifica en infracciones antirreglamentarias, infracciones por clandestinidad e infracciones por fraude (art. 4.1, 2 y 3 respectivamente).

⁷³² El registro está adscrito a la Consejería competente y dependiente de la Dirección General competente en la materia (art. 16.1).

3. Marca de garantía “Calidad Agroalimentaria – Control Región de Murcia.

Las producciones agroalimentarias tradicionales han ido evolucionando con el paso del tiempo hacia la producción de productos con una mayor calidad demandados por los consumidores, los cuales quieren saber también cada vez más información sobre la naturaleza, los métodos de producción o transformación y las características específicas de los productos alimenticios antes de comprarlos y consumirlos.

En la Región de Murcia no hay ninguna Ley autonómica que regule los distintivos de calidad⁷³³ de los productos agroalimentarios y aunque se creó el Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)⁷³⁴, es el Servicio de Industrias y Promoción Agroalimentaria dependiente de la Dirección General de Producciones y Mercados Agroalimentarios quien tiene encomendadas las funciones de planificación, coordinación y control relacionado con la promoción y fomento de las figuras de calidad y de los productos agrarios.

Es por esto que se aprueba el Decreto 67/2001, de 21 de septiembre, por el que se crea la marca de garantía para productos agrarios y agroalimentarios y se aprueba su reglamento de uso.

La marca de garantía “Calidad Agroalimentaria – Control Región de Murcia”⁷³⁵ se configura como un régimen voluntario que permite a los operadores dar a conocer la calidad diferenciada de un producto ofreciendo a los consumidores la garantía de que las características especiales de ese producto están avaladas por los oportunos controles.

⁷³³ Las denominaciones y marcas de calidad existentes en la Comunidad de Murcia pueden consultarse en el siguiente enlace: [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1185&IDTIPO=100&RASTRO=c214\\$m](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1185&IDTIPO=100&RASTRO=c214$m)

⁷³⁴ La Ley 8/2002 de 30 de octubre creó el IMIDA y el Decreto 13/2006, de 17 de marzo, aprobó sus estatutos. Es un organismo autónomo de carácter administrativo, dotado de personalidad jurídica, patrimonio propio y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines que queda adscrito a la Consejería de Agricultura, Agua y Medio Ambiente o a aquella Consejería que en cada momento ejerza las competencias que la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia tenga atribuidas en materia de agricultura, ganadería y pesca.

⁷³⁵ La marca de garantía está registrada como marca gráfica en la OEPM con el número de expediente M2803220, producto de la fusión de las marcas registradas M2095959 a M2095965. El titular de la marca de garantía es la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia – Consejería de Medio Ambiente, Agricultura y Agua, siendo la Consejería el órgano encargado de dictar cuantas disposiciones sean necesarias para la ejecución y desarrollo de la marca de garantía.

El objeto del reglamento de uso de la marca, según el artículo 1, es la regulación de las condiciones de uso, autorización y control de la utilización de la marca de garantía.

En relación a los productos que puede amparar, son aquellos productos agrarios y alimentarios que cuenten con unas características propias que permitan distinguirlos claramente de otros productos similares pertenecientes a la misma categoría (art. 2.1).

Si el producto para el que se solicita el uso de la marca de garantía tiene una norma de calidad, éste tiene que estar clasificado exclusivamente en las categorías extra o similar, pero si el producto no tiene esa norma de calidad que lo regule, deberá tener entonces las características que aseguren su máxima calidad (art.2.2).

El requisito para obtener la autorización de uso de la marca que establece el artículo 3.1 del reglamento de uso es que los productos deben ajustarse a un pliego de condiciones en el que aparezcan definidos la composición, calidad y características particulares de la producción y/o elaboración del producto.

La autorización de uso, además de contener las condiciones establecidas en el pliego de condiciones del producto, según el apartado 2 del artículo 3 del reglamento de uso, también contendrá los datos identificativos de los operadores agroalimentarios, los nombres de los productos autorizados, el tipo de producto distinguido, las marcas comerciales con que se presenten en el mercado y cualesquiera otras condiciones especiales que se dispongan en su autorización.

Los productos amparados por esta marca están sometidos a controles de calidad para vigilar y garantizar su identidad, características y calidad, siendo el organismo de control de la calidad⁷³⁶ el encargado de realizar estas funciones. El organismo debe ser independiente de la producción y tener en todo momento capacidad suficiente para desarrollar sus funciones (art. 4.2).

⁷³⁶ El organismo de control de la calidad de los productos amparados por la marca de garantía podrá ser la Consejería de Agricultura, Agua y Medio Ambiente de la Comunidad Autónoma de Murcia o los organismos de control autorizados por ella, los cuales deberán cumplir la norma EN 45004 o normativa que la sustituya y estar acreditados por la Entidad Nacional de Acreditación y Certificación (art. 4.1).

El artículo 6 del reglamento de uso crea el Registro de productos agroalimentarios con marca de garantía⁷³⁷ que tiene carácter público y cuya inscripción⁷³⁸ es un requisito previo para la concesión de la autorización de uso.

Otro aspecto importante en la regulación de la marca de garantía es su distintivo, el cual se materializará mediante etiquetas, estampillas u otros medios, se incluirá con carácter obligatorio en el etiquetado de cada unidad de venta del producto hasta su destino final figurando en un lugar visible y con sus características de identidad gráfica y sólo podrá ser utilizado por los titulares que hayan obtenido la autorización para su uso junto con la identificación propia y específica del producto (art. 5).

La marca de garantía podrá ser solicitada⁷³⁹ para un producto o un grupo de productos afines por las personas físicas, jurídicas y las entidades asociativas privadas⁷⁴⁰ que comercialicen por sí mismas o a través de sus asociados, al menos uno de los productos susceptibles de ser amparados por la marca de garantía (art. 7.1).

La solicitud de uso podrá ser denegada, según dispone el artículo 8, cuando se refiera a productos que no puedan ser amparados por la marca de garantía o cuando la entidad asociativa no cumpla las condiciones exigidas por el reglamento en sus estatutos de constitución.

Las personas autorizadas a usar la marca, según el artículo 11, son las únicas responsables de que el producto reúna las características establecidas y están obligadas a suministrar al titular de la marca cuantos datos les sean requeridos.

El titular de la marca velará por su buen uso y perseguirá su empleo indebido de oficio, bien previa denuncia de particulares o por comunicación de los organismos de control autorizados y en caso de incumplimiento de las condiciones previstas para la

⁷³⁷ El Registro se crea en la Consejería de Agricultura, Agua y Medio Ambiente y los datos recogidos en él recogidos están amparados por lo dispuesto en la LOPD.

⁷³⁸ En la inscripción se anotarán los datos identificativos de las personas autorizadas, los nombres de los productos, el tipo de producto y las marcas comerciales con que se presenten en el mercado (art. 6.3).

⁷³⁹ El modelo de solicitud de la marca de calidad puede consultarse en el siguiente enlace: [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1848&IDTIPO=240&RASTRO=c80\\$m2480,2297](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1848&IDTIPO=240&RASTRO=c80$m2480,2297)

⁷⁴⁰ Para que las entidades asociativas privadas puedan solicitar el uso de la marca de garantía deberán contemplar en sus estatutos al menos, el ejercicio de las siguientes funciones: velar por la correcta utilización de la certificación de calidad, adoptar para ello la estructura de control y los medios suficientes, desarrollar actividades de promoción de los productos amparados por la marca de garantía y determinar sus vías de financiación (art.7.2).

autorización así como de la normativa vigente, podrá dejar sin efecto la autorización de uso sin perjuicio de las sanciones⁷⁴¹ que resulten aplicables (art. 12).

En último lugar, la disposición adicional del reglamento de uso de la marca de garantía establece que las facultades que le corresponden al titular de la marca podrán ser ejercidas, previa autorización y en los mismos términos en los que se determinen, por una Asociación o Consejo que a tal efecto se constituya, que cumpla con la norma EN 45011 o normativa que la sustituya y en la que se encuentren representados todos los sectores implicados.



Figura 3. Logotipo de la Marca de garantía “Calidad Agroalimentaria – Control Región de Murcia”, registrada en la OEPM con el número de solicitud M2803220 para los productos y servicios de las clases 16, 29, 30, 31, 32, 33 y 35. Este distintivo tiene varias versiones y el Anexo establece que la tercera versión es “de lujo” con el diseño, colores, brillos y degradados del símbolo.

4. Marca de garantía “Castilla – La Mancha Calidad Diferenciada”.

La Ley 7/2007, de 15 de marzo, de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha enumera de entre sus objetivos fomentar, potenciar y garantizar la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios allí elaborados [(art. 1.b)] y para conseguir este objetivo y preservar y revalorizar el patrimonio de estos productos, el artículo 6 de la ley prevé la creación y registro de una marca de calidad agroalimentaria de titularidad de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha para usarla en el etiquetado, presentación y publicidad de los productos agroalimentarios protegidos por las figuras de calidad que establece la ley en su artículo 5.

La primera marca de garantía agroalimentaria que se creó se fue la marca “Alimentos de Calidad Diferenciada”⁷⁴² y posteriormente el Decreto 73/2010, de 25 de

⁷⁴¹ Las sanciones que se podrán aplicar están recogidas en el Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio, por el que se aprueban las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agroalimentaria y, en su caso, en la Ley 4/1996, de 14 de junio, que aprueba el Estatuto de los Consumidores y usuarios de la Región de Murcia.

⁷⁴² Esta marca de garantía se registró en la OEPM con cuatro números diferentes (M2787160, M2787162, M2788910 y M2789174) para los mismos productos (clases 29, 30, 31, 32 y 33) con el mismo logotipo pero en cuatro colores diferentes.

mayo, consideró que se sustituyera “Alimentos” por “Castilla-La Mancha” y se registró la nueva marca de garantía “Castilla-La Mancha Calidad Diferenciada” que es la que se está utilizando actualmente para identificar los productos agroalimentarios de Castilla-La Mancha y que sustituye a la anterior.

El Decreto 73/2010, de 25/05/2010 por el que se regula la Marca de Calidad Agroalimentaria de Castilla – La Mancha, “Castilla- La Mancha Calidad Diferenciada” se ocupa de la regulación administrativa del uso de esta marca, que ha sido creada y registrada por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha como marca de garantía⁷⁴³ y cuyo reglamento de uso se puede consultar en su sede electrónica⁷⁴⁴.

El Decreto en su artículo 2 define una serie de términos, de entre los que cabe destacar el recogido en el apartado a) que establece que son productos agroalimentarios de calidad diferenciada los productos o sustancias, incluido el vino, que sean destinados a ser ingeridos por los seres humanos, o con probabilidad razonable de serlo, que cumplen un conjunto de requisitos establecidos en disposiciones de carácter voluntario, relativos a sus materias primas o procedimientos de producción, transformación o comercialización, y adicionales a las exigencias previstas en las disposiciones obligatorias, que los hacen conformes para su consumo directo o su transformación en otro producto agroalimentario.

La marca tiene como finalidad garantizar la calidad de los productos agroalimentarios de calidad diferenciada elaborados o distribuidos por operadores agroalimentarios debidamente autorizados, distinguirlos en el mercado y promocionarlos tanto a nivel nacional como internacional (art. 3).

Para ello, se creó el logotipo o distintivo gráfico que figura en el Anexo I, el cual deberá de incluirse en el etiquetado de los productos agroalimentarios que cumplan los requisitos establecidos y en la etiqueta tiene que aparecer el organismo de control que ha

⁷⁴³ La marca de garantía “Castilla – La Mancha Calidad Diferenciada”, está registrada en la OEPM con el número M2867478 para los productos de las clases 29, 30, 31, 32 y 33. Según correo electrónico de la Consejería de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural de 7 de julio de 2020, la marca se encuentra caducada desde Noviembre de 2019, pero han registrado la marca de garantía “Campo y Alma. Marca de Garantía” en la OEPM con el número de solicitud M3690146 para los productos de las clases 29, 30, 31, 32 y 33 (con limitaciones en todos ellos) que aún no está operativa porque están trabajando en la normativa para su utilización.

⁷⁴⁴ http://pagina.jccm.es/documentos/modelos/sjhx_10261.pdf

intervenido en la certificación o inspección del producto mediante su número de registro⁷⁴⁵.

La marca sólo podrá ser utilizada, según el artículo 4, por los operadores agroalimentarios⁷⁴⁶ autorizados por el titular de la misma, los cuales deberán presentar una solicitud con los requisitos que establece el Capítulo II de este Decreto.

En relación a los productos agroalimentarios, el artículo 5 del Decreto dispone que la marca podrá ser utilizada para los productos agroalimentarios amparados por una DOP, IGP y ETG, los vinos con denominación de origen protegida, vinos de la tierra y vinos espumosos de calidad con indicación geográfica, las bebidas espirituosas con indicación geográfica y los productos agroalimentarios procedentes de la producción ecológica o integrada.

Es importante señalar que esta marca de garantía podrá usarse [(art. 5. i)] en productos amparados por otras marcas de garantía o colectivas que hayan sido reconocidos como figura de calidad por la Consejería competente según lo dispuesto en el artículo 28 de la Ley 7/2007, de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha, una vez inscritos en el Registro de Productos Agroalimentarios de Calidad Diferenciada⁷⁴⁷ y siempre que cumplan las condiciones reguladas en los Capítulos II al VIII del Título II de la Ley 7/2007.

La autorización de la marca se concederá de forma restrictiva, es decir, se concederá con carácter singular al operador agroalimentario autorizado expresamente, en las condiciones y forma específica que se señalen y para el producto o productos concretamente autorizados (art. 6.1).

⁷⁴⁵ Ver lo dispuesto en el artículo 11.5. a) del Decreto 9/2007, de 6 de febrero, de autorización de las entidades de control de productos agroalimentarios en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha y de creación del Registro de las mismas.

⁷⁴⁶ Los operadores agroalimentarios son las personas físicas o jurídicas que llevan a cabo, con o sin ánimo de lucro, actividades relacionadas con cualquiera de las etapas de la producción, transformación y comercialización de productos agroalimentarios de calidad diferenciada, incluidos los titulares de explotaciones agrarias o ganaderas dedicadas a la producción de estos productos [(art. 2.b)].

⁷⁴⁷ El Registro tiene carácter administrativo y público y se instalará en soporte informático para facilitar y agilizar su gestión. Está adscrito a la Dirección General Competente en materia agroalimentaria y en él se inscribirán todos los productos y operadores agroalimentarios autorizados en virtud de este Decreto. Puede consultarse en el siguiente enlace: http://pagina.jccm.es/agricul/paginas/comercial-industrial/calidad_diferenciada/reg_productos/buscar_reg_ent.htm. Está dividido en nueve secciones, una por cada uno de los productos agroalimentarios de calidad diferenciada enumerados en el artículo 5 (la Resolución de 10/09/2010 de la Consejería de Agricultura y Medio Ambiente creó subsecciones) y las inscripciones de autorización, renovación o cancelación se practicarán de oficio.

Es importante hacer referencia a la exclusión expresa de responsabilidad de la Administración que hace el apartado 2 del artículo 6 del Decreto por el uso de la marca de la que ella es titular ya que la autorización del uso de la marca no supone que la Administración opere como garante y responsable de los posibles defectos o alteraciones existentes en los productos fabricados o comercializados a su amparo y de los daños derivados de los mismos.

En relación a la vigencia de la autorización, esta tiene carácter temporal, concediéndose por un plazo máximo de tres años a contar desde el día siguiente a la fecha de notificación de la autorización (art. 9.1). Una vez transcurrido el plazo, para poder renovar la autorización de uso de la marca por otros tres años es necesario presentar una solicitud de renovación⁷⁴⁸ entre los tres meses y el mes anterior a la finalización del período de vigencia, teniendo en cuenta que la autorización se entenderá prorrogada hasta que no recaiga resolución expresa⁷⁴⁹ o transcurra el plazo máximo para resolverla.

El Decreto, en el apartado 1 del artículo 10, crea el Registro de Productos Agroalimentarios de Calidad Diferenciada en el que se inscribirán los productos y los operadores agroalimentarios autorizados el uso de la marca de garantía. El registro tiene carácter administrativo y público, está dividido en nueve Secciones (una para cada producto agroalimentario de calidad de los enumerados en el artículo 5) y la inscripción, renovación y cancelación de la autorización se realizarán de oficio (apartados 2, 3 y 4 del artículo 10 respectivamente)

Respecto a las obligaciones del operador agroalimentario, serán de su cuenta todos los gastos que se deriven de la actividad de control externo para evaluar la conformidad del producto que podrá hacer uso de la marca, son responsables de que la producción y el uso de la marca sean conformes a lo dispuesto en el Decreto y en la normativa que lo desarrolle y deberán tener, según el artículo 13.2, un sistema de autocontrol o control interno⁷⁵⁰.

⁷⁴⁸ En caso de que la solicitud de renovación no reúna los requisitos exigidos, el operador agroalimentario tiene diez días hábiles para subsanarlos ya que si no lo hace, se le tendrá por desistido (art. 9.3).

⁷⁴⁹ La resolución sobre la solicitud de renovación deberá ser dictada y notificada en el plazo máximo de tres meses contados desde su presentación. Transcurrido dicho plazo sin que se haya notificado la resolución, la solicitud deberá entenderse estimada (art. 9.4).

⁷⁵⁰ El autocontrol supone la realización de las actuaciones necesarias para acreditar el cumplimiento de las disposiciones de aplicación frente a las entidades u organismos de control y al órgano

Además de este control interno o autocontrol por parte de los usuarios autorizados, los productos agroalimentarios de calidad diferenciada que podrán hacer uso de la marca “Castilla-La Mancha Calidad Diferenciada” deberán someterse, en virtud del artículo 12, al sistema de evaluación de conformidad o control externo realizado por una entidad u organismo de control inscrito en el Registro de Entidades de Control de Productos Agroalimentarios de Castilla-La Mancha⁷⁵¹.

En relación al reglamento de uso éste está hecho básicamente con las disposiciones previstas en el Decreto 73/2010, de 25/05/2010, por el que se regula la Marca de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha, “Castilla-La Mancha Calidad Diferenciada” que hemos visto anteriormente⁷⁵², de ahí que nos centremos en otros aspectos desarrollados en el Reglamento de uso.

El Reglamento de uso incluye las causas de suspensión o revocación y de extinción de la autorización.

La autorización podrá suspenderse por el incumplimiento de cualquiera de las prescripciones establecidas en el Reglamento, pero sobre todo en aquellos casos en que se encuentre suspendida la certificación emitida por el organismo de certificación (art. 10.1).

Las causas de revocación de la autorización están basadas en el incumplimiento de las condiciones que motivaron la concesión o bien porque se hayan producido modificaciones sustanciales en el operador agroalimentario autorizado que afecten a las condiciones de la autorización. La revocación de la autorización se realizará mediante resolución motivada de la persona titular de la Dirección General competente, previa instrucción del correspondiente expediente (art. 10.2).

de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha competente para la realización de la verificación y control oficial.

⁷⁵¹ Según lo dispuesto en el Decreto 9/2007, de 6 de febrero, de autorización de las entidades de control de productos agroalimentarios en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha y de creación del Registro de las mismas (art. 12.1).

⁷⁵² Respecto a las definiciones de los términos que se hacen en el Reglamento, la titularidad y finalidad de la marca, los operadores agroalimentarios legitimados para usar la marca, los productos susceptibles de usarla, el procedimiento de autorización, y la vigencia y renovación de la autorización recogidos en los artículos 2 a 9 del Reglamento, podemos remitirnos a lo establecido en el Decreto 73/2010, de 25/05/2010.

La suspensión o revocación de la autorización se impondrá sin perjuicio de las sanciones que correspondan por la comisión de las infracciones previstas en la Ley de Calidad agroalimentaria de Castilla-La Mancha (art. 10.3).

Como causas de extinción de la autorización recogidas en el artículo 11 del reglamento de uso encontramos la solicitud del titular o representante legal de la entidad, por expiración del periodo para el que la autorización fue concedida o porque el interesado no haya solicitado la renovación, por revocación de la autorización y por cualquier otra causa legal o reglamentariamente establecida.

En relación al uso de la marca, además de lo dispuesto en el Decreto 73/2010, los apartados 1 y 2 del artículo 14 del reglamento de uso establecen que los usuarios no podrán usar o solicitar la inscripción en ningún país de un signo idéntico o semejante o que de cualquier forma pueda inducir a error, confusión o aprovechamiento de la fama y reputación de esta marca, ni tampoco se podrá utilizar de modo que pueda causar descrédito, perjudicar su reputación o inducir a error a los consumidores sobre las características del producto.

La marca de garantía solamente podrá utilizarse de manera accesoria y nunca a título principal o sustitutiva de la marca del usuario, por eso no podrá tener una dimensión igual o mayor que la marca del producto ni estar colocada en un lugar tan predominante que induzca a error sobre su verdadera naturaleza (art. 14.3) y sólo podrá usarla el operador agroalimentario expresamente autorizado, el cual no puede ceder ni sublicenciar los derechos que se derivan de la autorización (art. 15).

El derecho de uso se extingue, artículo 16, en caso de declaración de concurso, liquidación, fusión, absorción, cesión de fondo de comercio o de alguno de sus elementos del operador agroalimentario autorizado, el cual no podrá dar como garantía el derecho de uso de la marca ya que no puede ser embargado ni objeto de otras medidas de ejecución.

Un aspecto importante que desarrolla el Reglamento de uso es la defensa de la marca porque el titular es el único que está legitimado para ejercitar estas acciones, quedando expresamente prohibido a los usuarios ejercitar cualquier tipo de acción en tal sentido (art. 22. 1). Lo que deben hacer los usuarios si tienen conocimiento de alguna violación o utilización ilícita de la marca es ponerlo en conocimiento de la Consejería

competente con los datos precisos para que ésta pueda ejercitar las acciones pertinentes (apartado 2 del artículo 22).

Tanto el Decreto 73/2010 (art. 6.2) como el Reglamento de uso (art. 23) establecen que los únicos responsables de los defectos de los productos son los operadores agroalimentarios autorizados a usar la marca y deberán asumir por cuenta propia las indemnizaciones por daños y perjuicios ocasionados a terceros que se deriven de sus acciones u omisiones, no pudiendo responsabilizar, en ningún caso, al titular de la marca.

En relación a las sanciones, en los supuestos de revocación o suspensión de la autorización al uso de la marca, el operador agroalimentario autorizado no podrá exigir al titular de la marca indemnización alguna (art. 24. 1). Como hemos visto anteriormente, es el operador el que es responsable, en caso de incumplimiento de las normas establecidas en el Reglamento, de los daños y perjuicios que se causen al titular de la marca o a terceros, por eso si se comprueba que los productos no cumplen el Reglamento de uso, el operador deberá retirar todos los productos no conformes, incluso después de haberle sido revocada la autorización (art. 24.2).

También deja claro el Reglamento de uso en el apartado 3 del artículo 24 que los incumplimientos que pudieran ser constitutivos de infracciones administrativas tipificadas en la Ley de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha, se sancionarán conforme a lo previsto en ella.

Por último, las modificaciones que se hagan al Reglamento deberán ser inscritas en la OEPM y serán notificadas a las personas autorizadas para que se cumplan y puedan seguir utilizando la marca de garantía (art. 25).



Figura 4. Logotipo de la marca de garantía “Castilla – La Mancha Calidad Diferenciada”, registrada en la OEPM con el número M2867478 para los productos de las clases 29, 30, 31, 32 y 33 pero se encuentra caducada desde noviembre de 2019.

5. Marca de garantía “Galicia Calidade”.

En 1991, la Xunta de Galicia utilizó el eslogan “Galicia Calidade” en una campaña publicitaria pero al tener tanto éxito entre las empresas y la sociedad gallega, la Xunta creó mediante el Decreto 382/1994, de 15 de diciembre, la sociedad mercantil Galicia Calidade S.A.⁷⁵³ para gestionar y autorizar el uso de la marca registrada “Galicia Calidade” a todos aquellos productos y servicios que por su elaboración en Galicia, su materia prima o su diseño gallegos, tengan acreditado el uso de la misma una vez declarada su calidad a través de los correspondientes mecanismos de control y auditoría.

En junio de 2014, el Consejo de la Xunta de Galicia acordó convertir el sello “Galicia Calidade”⁷⁵⁴ en la marca paraguas de la economía gallega para que productos ya certificados por otros sellos de origen puedan utilizar éste y así impulsar su competitividad en los mercados exteriores.

Las ventajas que obtienen las empresas asociadas que utilizan la marca de garantía es que ésta sólo se otorga a aquellos productos o servicios que destacan por su calidad respecto a otros de su mismo género, los productos pasan unos estrictos controles que acreditan las características de calidad establecidas, es una marca muy valorada y ampliamente conocida por los consumidores, mantiene una destacada presencia en ferias agroalimentarias⁷⁵⁵ y todas sus acciones promocionales van dirigidas a favorecer a las empresas adheridas y a que dispongan de una promoción extra de sus productos o servicios.

⁷⁵³ Hay que tener en cuenta el Decreto 202/2010, de 25 de noviembre, por el que se aprueba la modificación de los estatutos de la sociedad pública Galicia Calidade S.A. que es la encargada de la gestión y administración de la marca de garantía “Galicia Calidade” y tiene encomendadas, en particular, el otorgamiento de las licencias de uso de la marca y el ejercicio de las medidas de control eficaces sobre la naturaleza, la calidad y las características de los productos y servicios elaborados y distribuidos al amparo de dicho distintivo. Como sociedad pública, exige a las empresas que apliquen estrictamente los controles de calidad homologados para garantizar la calidad de sus productos y servicios y certifica su cumplimiento con auditorías propias periódicas.

⁷⁵⁴ El actual logotipo de la marca de garantía “Galicia Calidade” para productos alimentarios (entre otros) aparece registrado en la OEPM con el número de solicitud M2757536 y a nivel comunitario está registrada la marca como tipo individual en la EUIPO con el número de solicitud 010630168. A nivel comunitario está otra vez registrada como marca de tipo individual con otro logotipo diferente con el número de solicitud 003823507 para los productos y servicios de las clases 16, 29, 33 y 35 y en la OEPM aparece registrada otras dos veces más como marca de garantía: con los números de solicitud M3721182 para productos y servicios de las clases 11, 24, 27 y 37, y M3565856 para la clase 4.

⁷⁵⁵ Es una ocasión excelente para que las empresas den a conocer sus productos o servicios tanto a nivel nacional como internacional.

Las condiciones para el uso de la marca de garantía “Galicia Calidade” vienen establecidas en su Reglamento de uso⁷⁵⁶ con el fin de garantizar la calidad de determinados productos que se produzcan, elaboren o transformen en territorio gallego, así como su promoción en el comercio gallego, estatal e internacional (art. 1).

El titular de la marca de garantía, según el artículo 2 del reglamento de uso, es la entidad pública “Galicia Calidade S.A.U.”, que la gestionará y la administrará y será la que otorgue las licencias de uso de la marca ejerciendo medidas de control eficaces sobre la naturaleza, calidad y características según lo dispuesto en el reglamento de uso.

El régimen jurídico de la marca de garantía, establecido en el artículo 4, lo forman las disposiciones del reglamento de uso, la Ley de Marcas y cualquier disposición autonómica o estatal que corresponda por razón de la materia.

Quienes estén interesados en poder utilizar la marca de garantía, deberán presentar a la sociedad gestora una solicitud oficial con los datos y la documentación requerida en el reglamento de uso para su aprobación y para que se pueda otorgar la licencia de uso de la marca, negándoseles dicha autorización a quienes hayan realizado un uso ilícito de la misma con anterioridad a su solicitud (art. 5).

A este respecto es importante señalar que la OEPM concedió la marca número 1.694.098 “Galicia Calidade” de la clase 16 para amparar el nombre de una revista de publicación periódica, pero la STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 29 de junio de 2005, estimó el recurso de casación y declaró que no era procedente la inscripción de la marca número 1.694.098 “Galicia Calidade” al estar incurso en dos prohibiciones absolutas de la anterior Ley 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas: la prohibición absoluta que recogía el artículo 11.1.h) para las marcas que “*reproduzcan o imiten la denominación de las Comunidades Autónomas..., a menos que medie la debida autorización*” y la del artículo 12.1.a) ya que la marca previamente inscrita por la Junta de Galicia con el número 1.644.913 es idéntica en su denominación, y el campo en que desarrolla sus efectos “*eslogan publicitario para servicios de publicidad*”, guarda evidente relación con el de “*una revista de publicación periódica*”, que llevará al público

⁷⁵⁶ El reglamento de uso puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.galiciacalidade.gal/es/content/Reglamento>

consumidor a confusión, al no poder distinguir si los indicados eslóganes pertenecen al titular de la revista, en el que incluso podrían insertarse.

Los solicitantes deberán acreditar ante Galicia Calidade S.A. el cumplimiento de los requisitos del reglamento de uso y de los requisitos complementarios que en función de la naturaleza de los productos, el proceso productivo o el sector operativo, apruebe la sociedad gestora a tal efecto, la cual también establecerá los procedimientos internos para la verificación de los requisitos establecidos para las empresas o los productos para el uso de la marca de garantía (arts. 8 y 9 respectivamente).

El solicitante deberá tener implantado un sistema de gestión de la calidad para el cumplimiento de los requisitos establecidos en el reglamento de uso, pudiendo Galicia Calidade S.A. solicitar la documentación correspondiente al sistema de calidad para su verificación o los certificados emitidos por entidades de control y/o certificación conforme al cumplimiento de las normas que afectan a la calidad de los productos, a la organización, gestión y garantía de la calidad y gestión medioambiental según proceda (art. 10).

Tras la verificación, si no existen defectos en la solicitud o estos fueron subsanados y el solicitante acepta las condiciones de uso generales y particulares, Galicia Calidade S.A. otorgará la autorización para el uso de la marca de garantía, la cual tendrá una duración determinada, pudiéndose otorgar por períodos superiores al año y siendo renovable a su vencimiento (art. 11).

Según lo dispuesto en el artículo 12 del reglamento de uso, la marca sólo podrá ser utilizada por las personas autorizadas y en las condiciones y forma específica que se señalen en tal autorización para los productos concretamente autorizados⁷⁵⁷. Las empresas licenciatarias de la marca deben abonar un canon (art. 6)⁷⁵⁸ anual en concepto de alquiler de la licencia de uso de la marca.

Como prohibición de registro o uso efectivo de la marca, el artículo 13 establece que los usuarios no podrán usar o solicitar la inscripción en ningún país de un signo idéntico o semejante o que de cualquier forma pueda inducir a error, confusión o

⁷⁵⁷ Los términos de esta autorización de interpretarán de manera restrictiva.

⁷⁵⁸ El importe del canon anual será establecido por la Sociedad Anónima Mercantil “Galicia Calidade S.A.U.”, siendo las tarifas actuales las establecidas en el siguiente enlace: <https://www.galiciacalidade.gal/ES/content/tarifas>

aprovechamiento de la fama o reputación de la marca de garantía y tampoco podrá ser utilizada la marca de manera que pueda causar descrédito, perjudicar a su reputación o inducir a error a los consumidores sobre las características del producto o servicio a los que se aplica la marca de garantía.

La marca sólo podrá utilizarse de manera accesoria y nunca a título principal o sustitutivo de la marca del usuario, no podrá tener una dimensión igual o mayor a la marca del producto ni estar colocada en un lugar predominante que induzca a error sobre su verdadera naturaleza (art. 14) y además, Galicia Calidade S.A.U. podrá establecer normas específicas para el uso de la marca o logotipo y sus aplicaciones en el etiquetado⁷⁵⁹.

Como la marca de garantía sólo podrá ser utilizada por la persona autorizada por el titular, ésta no podrá ceder o sublicenciar total o parcialmente los derechos que se deriven de tal autorización (art. 15).

En relación a la extinción del derecho de uso de la marca, según el artículo 16, puede extinguirse en caso de suspensión de pagos, concurso de acreedores, quiebra, liquidación, fusión, absorción, cesión al fondo de comercio o alguno de sus elementos de la persona autorizada⁷⁶⁰.

Respecto a las campañas publicitarias y promocionales de la marca, el reglamento de uso en el artículo 17 dispone que le corresponderá al titular de la marca realizar estas campañas, debiendo abstenerse las personas autorizadas para usar la marca de realizar actos publicitarios o promocionales sin el consentimiento expreso del titular de la misma.

En relación a las medidas de control⁷⁶¹, en primer lugar, los productos a los que se aplique la marca deberán someterse a un control externo por parte de la sociedad gestora de la marca o la entidad que para tal efecto ésta designe en función del producto controlado (art. 18. 1).

⁷⁵⁹ Sin perjuicio de los requisitos establecidos en la legislación vigente aplicable en materia de etiquetado y en particular con lo establecido en el artículo 10.1 de la Ley 3/1983, de 15 de junio de Normalización Lingüística.

⁷⁶⁰ La persona autorizada no podrá dar como garantía el derecho de uso que le corresponde sobre la marca de garantía ni tampoco éste podrá ser embargado o ser objeto de otras medidas de ejecución.

⁷⁶¹ Las medidas de control consistirán fundamentalmente en auditorías para verificar el cumplimiento de las condiciones establecidas para la utilización de la marca (art. 19).

El control externo sobre los productos (art. 18.2 y 3) podrá realizarse⁷⁶² previamente durante el proceso de solicitud o con posterioridad a la autorización de uso de la marca⁷⁶³ y las medidas podrán afectar no sólo a los productos que lleven o puedan llevar la marca, sino también a las propias medidas de control interno o sistema de gestión de la calidad que la persona autorizada para utilizar la marca introdujese⁷⁶⁴.

Las personas autorizadas a usar la marca tienen una serie de obligaciones que vienen enumeradas en el artículo 20 del reglamento de uso.

Estas obligaciones consisten en conservar muestras del producto y enviarlas a la entidad encargada del control externo y facilitar el acceso al personal de Galicia Calidade S.A. o a la entidad de control autorizada por esta a sus instalaciones para poder ejecutar las medidas de control establecidas, a abonar al titular de la marca de garantía el canon correspondiente establecido para su uso, a hacerse cargo de los gastos derivados de las actividades de control llevadas a cabo por las entidades de control externo y por último, a establecer un sistema interno de gestión de la calidad que refleje el control interno de la producción y la elaboración de su producto.

La obligación que tiene el titular de la marca o su sociedad gestora, según establece el artículo 21, es no comunicar a terceros la información que pueda haber recibido en el ejercicio de las medidas de control⁷⁶⁵.

La última parte del reglamento de uso contiene unas disposiciones finales en las que hace referencia a la defensa de la marca, la responsabilidad por defectos en los productos, las sanciones y la modificación del mismo.

Respecto a la defensa de la marca, establece que es el titular el que está legitimado para ejercer las acciones correspondientes en caso de infracción⁷⁶⁶ de la misma y prohíbe

⁷⁶² No es necesario en ningún caso establecer un plazo de aviso para llevar a la práctica el control de los productos.

⁷⁶³ Siempre que la autorización no se considere extinguida.

⁷⁶⁴ Según lo previsto en el artículo 20.3 del reglamento de uso, las personas autorizadas deberán establecer un sistema de gestión de la calidad que refleje el control interno de la producción y la elaboración de su producto y deberá comunicar al titular de la marca de garantía o a su sociedad gestora las modificaciones relevantes al sistema y los productos amparados.

⁷⁶⁵ Esta obligación incumbe también a las entidades que realizan los controles externos, las cuales velarán para que en el ejercicio de su función tengan en cuenta los legítimos intereses de los usuarios a los efectos de salvaguardar sus secretos de fabricación o de su negocio.

⁷⁶⁶ El reglamento en el artículo 22.2 establece el deber de las personas autorizadas que tengan conocimiento de una infracción o utilización ilícita de la marca de garantía de ponerlo en conocimiento

expresamente a los usuarios de la marca ejercitar cualquier tipo de acción en tal sentido (art. 22).

En relación a la responsabilidad por los defectos en los productos o la prestación irregular de sus servicios, el reglamento establece en el artículo 23 que las personas autorizadas para utilizar la marca son los únicos responsables, de manera que no podrán, en ningún caso, responsabilizar al titular de la marca o a la entidad de control por este hecho. En todo caso, el usuario de la marca de garantía deberá asumir por cuenta propia las indemnizaciones y perjuicios ocasionados a terceros que se deriven de sus acciones u omisiones.

La sanción que se prevé en el artículo 24.1 en caso de incumplimiento de las normas en establecidas en el reglamento de uso, así como de las posteriores o posibles modificaciones que en él se realicen, y de las normas específicas que Galicia Calidade S.A. establezca para tal efecto, es la revocación automática de la autorización otorgada para utilizar la marca de garantía sin que la persona autorizada pueda exigir al titular de ésta ninguna indemnización, siendo también la persona autorizada la responsable de los daños que cause al titular de la marca o a terceros por dicho incumplimiento (apartado 2 del artículo 24). En los casos en los que se compruebe que los productos que lleven la marca de garantía no responden a los criterios establecidos en el reglamento de uso, deberán retirarse del mercado (art. 24. 3)⁷⁶⁷.

En último lugar, el reglamento de uso prevé en el artículo 25 que sus modificaciones serán inscritas en la OEPM y notificadas a las personas autorizadas para que las acepten y las cumplan y así poder seguir utilizando la marca de garantía.

Además del reglamento de uso, el titular de la marca de garantía en 2013 editó un manual con las reglas de empleo de la marca de garantía “Galicia Calidade”⁷⁶⁸. El objetivo del documento⁷⁶⁹ es establecer las disposiciones que regulen el uso del logotipo de la

inmediato del titular de la marca, comunicándoles los datos precisos para que éste pueda ejercitar las acciones correspondientes.

⁷⁶⁷ Esta obligación es también aplicable a la persona autorizada después de ser revocada su autorización.

⁷⁶⁸ El manual de las reglas de empleo de la marca se puede consultar en el siguiente enlace: <https://www.galiciacalidade.gal/assets/img/normativa/pdf/Regras%20para%20o%20emprego%20da%20marca.pdf>

⁷⁶⁹ Este documento se aplicará a todas las entidades que utilicen la marca de garantía en relación a la utilización del logotipo “Galicia Calidade” y la publicidad referida a la licencia de uso.

marca de garantía y su aplicación para identificar los productos que la llevan, así como el uso que de la misma pueden hacer las organizaciones licenciatarias.

Como reglas de uso recogidas en el documento cabe destacar que el logotipo debe aparecer siempre asociado al nombre comercial del producto como marca secundaria, no pudiendo ser utilizado de tal forma que induzca a error sobre la verdadera marca comercial del producto y no podrá ser de mayor tamaño o estar situado en un lugar más predominante que la marca comercial a la que se aplica la marca de garantía.

Tampoco podrá usarse en anuncios de productos no amparados por la marca de garantía, lo cual implica que las empresas en las que todos sus productos no estén amparados por la marca no podrán hacer uso de esta salvo que esto se aclare en el propio anuncio o que anuncien solamente los productos amparados por la marca.

En relación a los productos, no se podrán añadir leyendas o distinciones en la marca que pretendan hacer diferenciaciones entre los distintos usuarios de la marca, quedando expresamente prohibidas expresiones del tipo “la primera empresa en conseguir la marca de garantía”, “los únicos en...” o cualquier otro tipo de expresión que pretenda diferenciar la naturaleza de la licencia de uso de la marca de garantía. Lo que sí podrán hacer las empresas con productos amparados por la marca es hacer referencia a su condición de licenciatarias⁷⁷⁰ respetando las restricciones anteriores.

En su actividad de promoción de la marca, Galicia Calidade S.A.U. podrá utilizar el logotipo de la forma que crea más conveniente, pudiendo permitir el uso del mismo en actos promocionales sin que en ningún caso signifique que el evento está amparado por la marca, y la última parte de este documento de uso hace referencia a la forma, dimensiones y color del logotipo y que todas las aplicaciones que no estén contempladas en este documento deberán solicitarse por escrito a Galicia Calidade S.A.U. para su preceptiva aprobación, aportando la información necesaria para su estudio.

⁷⁷⁰ La empresa podrá utilizar la frase “(empresa) dispone de (productos) amparados por la marca de garantía Galicia Calidade” o una expresión similar con el mismo contenido en lugar de hacer uso del logotipo.



Figura 5. Logotipo de la marca de garantía “Galicia Calidade” registrada en la OEPM con el número M2757536 para los productos y servicios de las clases 06,14, 16, 18, 19, 20, 21, 25, 29, 30, 31, 32, 33, 42 (limitada a algunos servicios) y 43, y como marca de tipo individual en la EUIPO con el número 010630168 para los productos y servicios de las clases 16, 18, 25, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 38, 41, 43, 45.

B) Marcas de garantía sin componente geográfico.

1. Marca de garantía “Alimentos del Paraíso Natural”.

Desde hace años el Gobierno del Principado viene apostando por la puesta en valor de los recursos agroalimentarios asturianos, buscando para ellos figuras de protección que ayuden al consumidor a identificarlos como productos de calidad diferenciada, con características singulares y obtenidos bajo sistemas de producción medioambientalmente sostenibles.

El Principado de Asturias para facilitar la diferenciación de los productos de procedencia asturiana y permitir al consumidor la correcta elección y al productor la rentabilización de todo tipo de acciones promocionales y la defensa y ampliación de su cuota de mercado, en 1984 creó la denominación de calidad “Productos Agroalimentarios de Asturias”⁷⁷¹. Cuando ingresó España en la Comunidad Europea creó el Decreto 54/1989, de 21 de marzo, que aprobaba las normas para la utilización del distintivo “Productos Asturianos”⁷⁷² y en 1997 sustituyó las anteriores marcas de calidad por la marca “Productos Tradicionales Asturianos”⁷⁷³.

⁷⁷¹ Decreto 63/1984, de 17 marzo, sobre Denominación de Calidad de “Productos Agroalimentarios de Asturias”.

⁷⁷² Este Decreto fue modificado por el Decreto 12/1991, de 24 enero.

⁷⁷³ Decreto 24/1997, de 17 de abril de creación como marca de calidad “Productos Tradicionales Asturianos” y que deroga los anteriores Decretos que regulaban las marcas de calidad “Productos Agroalimentarios de Asturias” y “Productos Asturianos”. El Decreto 24/1997 fue derogado por el Decreto 13/2000, de 10 de febrero. OLAVI PEREZ-BUSTAMANTE ILANDER, G.: “Denominaciones de origen y marcas de garantía: una aplicación al caso asturiano”. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, Nº. 8, 1997 (Ejemplar dedicado a: Economía de la salud: eficiencia y gestión), pg. 195.

Posteriormente, en 2007, el Gobierno Asturiano creó la marca de garantía “Alimentos del Paraíso Natural”⁷⁷⁴ y aprobó su reglamento de uso⁷⁷⁵ pero fue derogado por la Resolución de 1 de junio de 2017, de la Consejería⁷⁷⁶ de Desarrollo Rural y Recursos Naturales que ha establecido un nuevo reglamento de uso y ha incorporado un nuevo manual de identidad gráfica en el anexo II⁷⁷⁷ y el modelo de solicitud de la marca de garantía en su anexo III.

El actual reglamento de uso de la marca tiene por objeto, según dispone el apartado 1 del artículo 1, la regulación de las condiciones de uso y autorización de la marca “Alimentos del Paraíso Natural”.

La finalidad de esta marca es distinguir en el mercado determinados productos agroalimentarios y pesqueros destinados al consumo humano que producidos y/o elaborados en el Principado de Asturias reúnan las condiciones y cumplan los requisitos que se especifican en el reglamento de uso para garantizar a los consumidores su origen geográfico y su calidad certificada (art. 1.2).

Según el Reglamento de uso, el artículo 2 enumera los productos agroalimentarios y pesqueros que pueden utilizar la marca.

Esta marca puede ser utilizada para distinguir productos reconocidos como DOP, IGP y ETG, vinos amparados por DOP e IGP, bebidas espirituosas y productos amparados por la producción ecológica.

También podrán utilizar esta marca, los productos certificados conforme a los requisitos establecidos en el correspondiente pliego de condiciones técnicas aprobado por Resolución del titular de la Consejería competente en materia agroalimentaria y los productos que posean una calidad superior diferenciada y vinculada al territorio del Principado de Asturias y estén certificados en el cumplimiento de un reglamento de uso

⁷⁷⁴ La marca de garantía está registrada en la OEPM con el número de solicitud M3677686 para los productos de las clases 29, 30, 31, 32 y 33. Para más información podemos consultar el siguiente enlace: <http://www.alimentosdelparaiso.es/>

⁷⁷⁵ La Resolución de 20 de abril de 2007 de la Consejería de Medio Rural y Pesca aprobó el primer reglamento de uso de la marca de garantía “Alimentos del Paraíso Natural” y estableció los requisitos que tenían que cumplir los productos agroalimentarios del Principado para poder usar la marca de garantía.

⁷⁷⁶ La Consejería tiene entre sus objetivos promocionar y diferenciar los productos agroalimentarios asturianos de calidad de su territorio para potenciar el asentamiento de la población rural.

⁷⁷⁷ La Resolución de 1 de Junio de 2017 ha sido modificada por las Resoluciones de 13 de marzo de 2018, de la Consejería de Desarrollo Rural y Recursos Naturales, que sustituye el Anexo II por uno nuevo y la de 20 de abril de 2020, de la Consejería de Desarrollo Rural, Agroganadería y Pesca que modifica algunos artículos.

o pliego de condiciones público o privado, previa autorización expresa de la Consejería competente [(art. 2.1. c) y d)].

El reglamento, de forma excepcional en el apartado 4 del artículo 2, establece que la incorporación de la marca de garantía de productos en los que sus ingredientes caracterizadores no sean de origen asturiano sólo será posible en el supuesto de que éstos hayan experimentado en el Principado de Asturias una transformación sustancial que diera lugar a un producto notoriamente distinto y diferenciado en su condición alimentaria del producto original y que la transformación experimentada suponga características y procesos claramente asociados con modos de hacer propios del Principado.

Según dispone el artículo 3.1 del reglamento de uso, la marca podrá ser utilizada por las personas físicas o jurídicas que produzcan y/o elaboren en el Principado de Asturias algún producto agroalimentario que cumpla los requisitos y condiciones que establece el reglamento de uso.

Es importante señalar que el apartado 2 del artículo 3 establece que los operadores que elaboren productos amparados por DOP e IGP obtendrán de oficio la autorización para el uso de la marca en esos productos. Las entidades de gestión de estas figuras de calidad son las encargadas de comunicar a la Dirección General competente la incorporación de nuevos operadores a sus registros para que se les pueda conceder la autorización de uso de la marca y los inscriba en el registro de operadores y productos autorizados.

El reglamento de uso, en el artículo 7, crea el Registro de operadores y productos agroalimentarios autorizados, de carácter público⁷⁷⁸, en el que se inscribirán todos los productos para los que se ha concedido la autorización de uso que tras la inscripción pasarán a ser ya usuarios de la marca (art. 7).

La autorización de uso se concederá de forma singularizada para el producto o productos para los que se haya solicitado y siempre vinculada a la persona física o jurídica solicitante con las condiciones detalladas en la Resolución de aprobación del uso de la marca de garantía (art. 8.1).

⁷⁷⁸ Los operadores autorizados a usar la marca de garantía pueden consultarse en el siguiente enlace: <http://www.alimentosdelparaiso.es/es/distribuidores/pliegos/>

El distintivo de la marca podrá usarse con efectos promocionales en establecimientos que comercialicen productos amparados por operadores inscritos en el registro correspondiente. Como estos establecimientos no tienen la consideración de operadores de la marca, necesitarán autorización expresa de la Dirección General competente en la materia para su uso (art. 8.2).

Otros aspectos a tener en cuenta en el uso de la marca es que se configura como un sello de identidad⁷⁷⁹ y diferenciación de los productos asturianos y por tanto proporciona a los consumidores una información adicional y nunca sustitutoria del etiquetado reglamentario de los productos agroalimentarios. Además, el uso de la marca nunca puede inducir a error a los consumidores ni causar perjuicios a su reputación y por tanto no se podrán utilizar otras marcas que puedan inducir a confusión por su similitud.

Otro aspecto importante recogido en el reglamento de uso son las funciones que tiene encomendadas el titular de la marca y las obligaciones de los usuarios que surgen como consecuencia de la concesión de la autorización de uso de la marca.

Las funciones del titular de la marca que enumera el artículo 11 del reglamento de uso consisten en autorizar su uso y modificar el reglamento de uso comunicándolo a la OEPM y notificando las modificaciones a las personas autorizadas para su uso, verificar⁷⁸⁰ el cumplimiento del reglamento y de los pliegos individuales de los productos acogidos a la marca, realizar la publicación, promoción y difusión de la marca⁷⁸¹, gestionar el Registro de operadores y productos autorizados de la marca y por último establecer convenios de colaboración con sectores o empresas particulares, de la distribución, comercialización, venta y restauración que dispongan de productos amparados con la marca y hagan uso de la misma.

Las obligaciones de los usuarios que se derivan de la concesión de la autorización de uso recogidas en el artículo 10 del reglamento de uso son mantener los requisitos y exigencias que la normativa vigente establezca para la actividad que realizan, usar el

⁷⁷⁹ La marca no podrá ser modificada y se utilizará respetando las características de diseño descritas en el manual de identidad gráfica del Anexo II de la Resolución de 13 de Marzo de 2018 (art. 8.5).

⁷⁸⁰ Dicha verificación podrá ser realizada por la autoridad o autoridades competentes en la materia o por un organismo de Certificación y Control autorizado por la misma.

⁷⁸¹ Los operadores autorizados deben abstenerse de realizar dichos actos publicitarios o promocionales de la marca sin el consentimiento expreso del titular (art. 9).

distintivo gráfico según lo establecido en el reglamento de uso y en el manual de identidad gráfica, disponer de medios que aseguren la trazabilidad de sus productos y facilitar a la autoridad competente y a los organismos de certificación y control las labores de inspección, y suministrarles toda la información requerida.

Otras obligaciones enumeradas en el reglamento son establecer todos los medios necesarios para que los productos cumplan los requisitos de calidad especificados en los pliegos de condiciones, justificar documentalmente las verificaciones y controles efectuados sobre los productos, y comunicar a la autoridad competente cualquier modificación en las condiciones de inscripción y autorización del uso de la marca o cualquier resolución de suspensión, sanción o anulación de derecho, relacionada con la actividad agroalimentaria, así como cualquier decisión administrativa por la que se acuerde el inicio de un procedimiento sancionador en esta materia.

Por último, los usuarios de la marca están obligados a comunicar anualmente a la autoridad competente o al organismo de certificación y control los datos correspondientes al volumen de producto con autorización de uso comercializado así como sus principales destinos, tienen que tener en todo momento la certificación en vigor que le sea aplicable en función de la categoría de producto indicada en el artículo 2 y abstenerse de usar la marca en el caso de haber sido suspendidos temporalmente o de retirada definitiva de la certificación.

En relación al control de la marca, el reglamento establece en los apartados 1 y 2 del artículo 13 un doble sistema de control: el control interno o autocontrol de la marca por parte de los usuarios autorizados y el control externo que se llevará a cabo por un organismo de certificación y control, público o privado debidamente autorizado por la Consejería competente y cuyos costes serán sufragados por los propios usuarios.

El sistema de control interno o autocontrol lo realizarán los usuarios autorizados ya que son ellos los responsables del cumplimiento de las disposiciones establecidas en el reglamento y para asegurar su cumplimiento, verificarán acreditando documentalmente que se cumplen los requisitos en todas las fases correspondientes a la actividad que desarrollen, garantizando la trazabilidad del producto en todas ellas.

El control externo de la marca se llevará a cabo por el organismo de certificación y control⁷⁸² que establecerá un plan de control en el que indicará la frecuencia, duración y coste del mismo.

En relación a la vigencia de la autorización de uso de la marca, ésta tiene carácter indefinido siempre y cuando se mantengan inalteradas⁷⁸³ las condiciones y el cumplimiento de los requisitos con arreglo a los cuales se concedió y no es transmisible a terceros (art. 12.1).

Como causas de extinción del derecho de uso de la marca de garantía el reglamento enumera las figuras de la renuncia, la suspensión y la revocación.

La renuncia al uso de la marca la pueden hacer los usuarios autorizados pero debe ser debidamente notificada al objeto de proceder a la baja en el Registro de operadores y productos autorizados (art. 12.2).

La suspensión o revocación⁷⁸⁴ de la autorización de uso la hará el titular de la marca, previa comunicación al usuario, por incumplimiento de cualquiera de las prescripciones establecidas en el reglamento de uso (art. 12.3).

En el caso de los operadores autorizados de oficio por pertenecer a una DOP o IGP, el apartado 4 del artículo 12 establece que las entidades de gestión de esas figuras de calidad comunicarán las suspensiones o bajas de los operadores en sus registros, procediéndose a su vez de oficio a suspenderles o revocarles la autorización del uso de la marca.

El reglamento también regula en el artículo 12.8 las causas de revocación definitiva de la autorización inicial sin posibilidad de obtener nueva autorización. El titular de la marca podrá revocar definitivamente la autorización inicial de uso cuando haya graves riesgos para la salud pública como consecuencia de los incumplimientos en

⁷⁸² La Consejería de Desarrollo Rural y Recursos Naturales podrá auditar o supervisar las actuaciones del organismo de certificación y control en cualquier momento [(art. 13.2 d)].

⁷⁸³ Cualquier cambio o modificación en el proceso o en las características del producto autorizado para el uso de la marca deberá ser notificado a la autoridad competente, quien podrá adoptar las medidas oportunas, de acuerdo con la normativa vigente, a fin de garantizar en todo momento el cumplimiento de los requisitos establecidos (art. 12.1).

⁷⁸⁴ El usuario autorizado al que se le ha revocado la autorización inicial del uso de la marca no podrá volver a solicitar dicha autorización hasta pasado un año de la resolución de revocación de la primera autorización (art. 12.7). Es importante señalar que la revocación de la autorización conlleva la inmediata extinción de la autorización de uso de la marca concedida y el operador agroalimentario deberá poner fin a cualquier forma de uso que de la marca esté realizando (art. 12.10).

la normativa sanitaria que resulte de aplicación, cuando se atente contra la imagen de la marca y cuando se obstaculicen las labores de control externo de forma que no se puedan obtener evidencias sobre el cumplimiento del reglamento de uso.

Por último, los organismos de certificación y control y como consecuencia de las actividades de control externo, pueden suspender temporalmente hasta que se subsanen las no conformidades detectadas⁷⁸⁵ o retirar⁷⁸⁶ la certificación de un usuario autorizado (art. 12. 5 y 6).



Figura 6. Logotipo de la marca de garantía “Alimentos del Paraíso Natural”, registrada en la OEPM con el número de solicitud M3677686 para los productos de las clases 29, 30, 31, 32 y 33.

2. Marca de garantía “C’alial”.

La marca de calidad de la comunidad aragonesa ha tenido varios cambios en su denominación. El Decreto 154/1991, de 10 de septiembre, de la Diputación General de Aragón, creó la marca de calidad “Aragón Calidad Alimentaria”, pero fue derogada por el Decreto 151/1998, de 28 de julio, del Gobierno de Aragón y pasó a denominarse “Calidad Alimentaria” y, desde la Orden de 25 de julio de 2007, del Departamento de Agricultura y Alimentación por la que se establece el sistema de gestión, uso y control de la marca “C’alial” en alimentos de calidad diferenciada, es conocida ahora como “C’alial”.

⁷⁸⁵ Mientras tanto el usuario no estará autorizado y deberá abstenerse del uso de la marca hasta que se encuentre nuevamente certificado para el uso de la misma y así se lo haya notificado expresamente el titular de la marca.

⁷⁸⁶ En este caso, el titular de la marca revocará la autorización de uso y el usuario no podrá utilizar la marca y deberá retirar del mercado los productos con ella identificados.

La marca “C’alial”⁷⁸⁷ está registrada por el Gobierno de Aragón en la OEPM como una marca de garantía que se utilizará para identificar alimentos que cumplan los requisitos específicos que para un producto o grupo de productos se establezcan.

Para evitar crear confusión en los consumidores respecto de los distintivos utilizados, la parte expositiva de la Orden establece que la marca “C’alial” sólo podrá ser utilizada para productos que no estén ya identificados con otra marca de calidad alimentaria

La función de esta marca, según el artículo 2.1 de la Orden, es garantizar en el mercado de productos alimentarios la calidad de los productos de Aragón elaborados por personas físicas o jurídicas debidamente autorizadas en cumplimiento de lo establecido en la Orden y que respondan a las características de calidad fijadas en el Reglamento técnico correspondiente al producto o grupo de productos.

El uso de la marca como signo de carácter gráfico, cuya reproducción se incluye en el Anexo II de la Orden, se realizará conforme a los requisitos establecidos en el manual de identidad de la marca⁷⁸⁸ aprobado por la Dirección General de Fomento Agroalimentario y el distintivo se utilizará en el etiquetado de los alimentos elaborados por operadores autorizados para el uso de la marca y para los alimentos o grupos de alimentos autorizados (art. 3).

Para que un producto o un grupo de ellos pueda ser identificado con la marca “C’alial”, tiene que cumplir un Reglamento técnico⁷⁸⁹ que deberá ser aprobado por Orden del Consejero de Agricultura y Alimentación⁷⁹⁰, con el informe previo del Comité de Calidad Alimentaria previsto en el artículo 26 de la Ley 9/2006.

El apartado 2 del artículo 4 de la Orden enumera los requisitos mínimos que el Reglamento técnico ha de incluir, como son, el nombre del producto o grupo de productos

⁷⁸⁷ Toda la información de la marca de calidad “C’alial” puede consultarse en el siguiente enlace: http://www.aragon.es/DepartamentosOrganismosPublicos/Departamentos/DesarrolloRuralSostenibilidad/AreasTematicas/CalidadAgroalimentaria/MARCA_CALIDAD_ALIMENTARIA_C_ALIAL

⁷⁸⁸ El manual de identidad de la marca “C’alial” puede consultarse en el siguiente enlace: http://www.aragon.es/DepartamentosOrganismosPublicos/Departamentos/DesarrolloRuralSostenibilidad/AreasTematicas/CalidadAgroalimentaria/MARCA_CALIDAD_ALIMENTARIA_C_ALIAL/ci.NORMA_TIVA_MARCA_CALIAL.detalleDepartamento?channelSelected=0

⁷⁸⁹ Los Reglamentos técnicos de los productos amparados por la marca “C’alial” pueden consultarse en el siguiente enlace: <https://www.aragon.es/-/marca-c-alial>

⁷⁹⁰ La Disposición adicional séptima dispone que el órgano administrativo competente en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Aragón para autorizar los reglamentos de uso de marcas de garantía de productos agroalimentarios a los que se refiere el artículo 69 de la Ley de Marcas es el Departamento de Agricultura y Alimentación.

que deberá ser específico por sí mismo o expresar sus características específicas, la descripción del método de producción incluyendo las materias primas y/o los ingredientes, las características del producto indicando sus principales parámetros físico-químicos, microbiológicos y/u organolépticos, el envasado y etiquetado y por último, las condiciones específicas del régimen de control y el plan de gestión del Reglamento.

El artículo 6 de la Orden crea el Registro de la marca “C’alial⁷⁹¹” en el cual se inscribirán los operadores alimentarios autorizados a usarla, los productos o grupos de productos respecto a los que se vaya a utilizar y las resoluciones por las que se autorice, modifique o revoque su uso.

También es importante señalar que la Orden establece que para usar la marca “C’alial” hay que abonar un canon (art 7) y que el control del uso de la marca se efectuará según lo establecido en el Reglamento de uso y en los Reglamentos técnicos de productos o grupos de productos (art. 8).

La Orden tiene tres disposiciones adicionales, una transitoria, una final y dos anexos, el primero de los cuales desarrolla el Reglamento de uso de la marca “C’alial” que vamos a analizar a continuación y el segundo que es una representación gráfica de la marca.

Respecto a las disposiciones adicionales, la primera establece como funciones del Comité de Calidad Alimentaria en relación con la marca “C’alial” evaluar la incorporación de nuevos productos o grupos de productos a la marca pudiendo efectuar propuestas al respecto, informar sobre los reglamentos técnicos que se elaboren y elaborar cualesquiera otros informes relacionados con la marca que le solicite el Departamento de Agricultura y Alimentación.

La segunda disposición adicional trata sobre la gestión de la marca, y en este sentido la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón podrá suscribir convenios de colaboración con asociaciones sin ánimo de lucro suficientemente representativas y con implantación reconocida en el sector alimentario, cuyo objeto estatutario sea la promoción de las marcas de calidad alimentarias, para que realicen funciones relacionadas con la gestión de la marca.

⁷⁹¹ Es un registro administrativo público dependiente del Departamento de Agricultura y Alimentación en el que las inscripciones se practicarán de oficio inmediatamente después de dictadas las resoluciones de autorización, modificación o revocación de la autorización de uso.

Por último, la disposición adicional tercera establece la aplicación del Reglamento de uso que forma parte de la Orden como Anexo I cuando se registrara la marca “C’ alial” en la OEPM como marca de garantía.

La disposición transitoria única que se incluye en la Orden hace referencia a la adaptación de los Reglamentos técnicos existentes hasta que sean sustituidos por los que conforme a esta Orden, apruebe el Departamento de Agricultura y Alimentación.

En relación al reglamento de uso de la marca “C’ alial” establecido en el Anexo I de la Orden, en su primer apartado establece el titular de la marca, que es la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón y su domicilio social, y a continuación los operadores alimentarios autorizados⁷⁹² a utilizar la marca, prohibiendo expresamente su uso a aquellos que no hayan sido autorizados a usar la marca conforme a lo previsto en la Orden (punto 3 del apartado Segundo).

Respecto a los productos, sólo se podrá utilizar la marca para aquellos que posean un Reglamento técnico y la autorización se concederá de forma específica para el producto para el que se haya solicitado la marca, no pudiendo extenderse la autorización a cualquier otro producto que elabore el operador alimentario que lo solicite, salvo que dicho producto esté autorizado (apartado Tercero. 1 y 2).

Un aspecto importante de la autorización es que no es transmisible a terceros (punto 4 del apartado Tercero) y tiene siempre carácter temporal ya que se concede por un período de tres años, pudiendo ser renovada de forma sucesiva por el mismo período, aunque si se produce algún cambio en los requisitos exigidos para la autorización antes de concluir este período, deberá ser notificado al titular de la marca (Tercero. 3).

Según el artículo 7 de la Orden y el apartado cuarto del Anexo I, para poder usar la marca es necesario el pago de un canon cuyo importe viene establecido en la Resolución de 27 de junio de 2008, de la Dirección General de Fomento Agroalimentario⁷⁹³, dando

⁷⁹² El Reglamento nos remite a las personas físicas o jurídicas que tengan la condición de operador alimentario conforme a los artículos 3.7 y 50.2 de la Ley 9/2006 y cumplan lo establecido en la Orden.

⁷⁹³ El canon que hay que abonar es de 60€ por la concesión y 30€ por la renovación de la autorización al uso de la marca por cada grupo de productos para los que se solicite la autorización o la renovación. El canon se abonará por Reglamento técnico, es decir, si un Reglamento técnico regula varios productos se abonará un solo canon por el uso de la marca en todos ellos pero si el operador solicita usar la marca en varios productos que están regulados en más de un Reglamento técnico, deberá pagar tantas veces el canon como Reglamentos técnicos de productos haya.

lugar a la revocación⁷⁹⁴ de la autorización de uso de la marca la falta de pago de dicho canon.

El Reglamento de uso, en el apartado quinto. 1, establece que los criterios de calidad, que podrán ser modificados por el titular de la marca, serán aprobados de manera específica para cada uno de los alimentos que vayan a utilizar la marca mediante el Reglamento técnico correspondiente, el cual verificará las características de los productos.

Al igual que en la Orden, el Reglamento de uso (Quinto. 2) prohíbe expresamente el uso de la marca “C’alial” para aquellos productos que ya estén identificados con otra marca de calidad alimentaria.

Respecto al sistema de control y vigilancia del uso de la marca, apartado Séptimo, aunque los usuarios de la misma llevarán a cabo un sistema de autocontrol, también están sometidos a un sistema de evaluación de la conformidad realizado por un organismo de control externo⁷⁹⁵ que informará al titular de la marca de los resultados de las inspecciones realizadas a los productos y a los operadores, proponiendo, en su caso, las medidas correctoras que estime pertinentes.

Si se ha producido un uso indebido de la marca, se apercibirá al usuario para que adopte las medidas correctoras necesarias en un plazo determinado y si transcurrido dicho plazo se constata el incumplimiento, se revocará la autorización.

De entre las facultades y obligaciones del titular de la marca recogidas en el apartado Octavo del Anexo I de la Orden que aprueba el Reglamento de uso, cabe destacar que el titular podrá realizar las actividades de promoción que considere oportunas dando a conocer de forma periódica quiénes son los operadores alimentarios usuarios de la marca utilizando los medios adecuados, y en especial su página web⁷⁹⁶, tendrá derecho a modificar el Reglamento de uso cuando lo estime conveniente y solo él podrá ejercitar

⁷⁹⁴ La revocación de la autorización para el uso de la marca no tiene carácter de sanción, sin perjuicio de las que correspondan al operador alimentario por las infracciones cometidas en materia de calidad alimentaria según lo establecido en la Ley 9(2006). Los efectos de la revocación de la autorización al operador alimentario es que éste deberá cesar de inmediato en el uso de la marca y deberá retirar del mercado los productos identificados con ella.

⁷⁹⁵ El organismo de control externo deberá estar autorizado por el Departamento de Agricultura y Alimentación.

⁷⁹⁶ <http://www.aragonalimentos.es/>

las acciones derivadas del registro de la marca como marca de garantía, salvo autorización expresa a los usuarios.

Los usuarios de la marca también tienen una serie de obligaciones que vienen enumeradas en el apartado Noveno. Estas obligaciones consisten en incluir la marca en el etiquetado de los productos para los que se ha autorizado su uso, respetar las normas e instrucciones fijadas en relación con su uso, someterse a los controles que se determinen para asegurar la calidad de los productos solicitados y denunciar cualquier comportamiento del que tengan conocimiento que pueda afectar a la marca.

El usuario de la marca sólo podrá ejercitar acciones relativas a la violación de la marca con el consentimiento del titular pero si el titular ya ha iniciado las acciones como consecuencia de la vulneración de la marca, cualquier usuario de la marca ya si podrá intervenir en el proceso con el fin de obtener la reparación del perjuicio que se le haya causado.

Por último, el apartado Noveno establece que la responsabilidad por el uso de la marca recae en los operadores alimentarios que la utilicen y el incumplimiento de cualquiera de los requisitos del Reglamento de uso o en los Reglamentos técnicos, será causa de revocación de la autorización del uso de la marca.



Figura 7. Logotipo de la marca de garantía “C’alial”, registrada en la OEPM con el número M2777961 para los productos de las clases 29, 30, 31, 32 y 33.

3. Marca de calidad “Calidad Certificada”.

En un primer momento, la Comunidad Autónoma de Andalucía creó el distintivo de calidad “Alimentos de Andalucía” por medio del Decreto 23/1989, de 14 de febrero, por el que regulaba la concesión y uso de este distintivo de calidad para la promoción y estímulo de la calidad de los productos agroalimentarios y pesqueros de Andalucía.

Una vez cumplidos sus objetivos, el Consejo de Gobierno derogó⁷⁹⁷ dicho Decreto y la Orden que lo desarrollaba porque había que adaptar la normativa de la Comunidad Autónoma de Andalucía a la legislación de la Unión Europea en materia de marcas de calidad de este tipo de productos y la marca “Alimentos de Andalucía” fue sustituida por la marca “Calidad Certificada” que fue creada por el Decreto 242/2001, de 6 de noviembre, por el que se regula la marca “Calidad Certificada” para productos agroalimentarios y pesqueros. Esta nueva marca se establece como un régimen voluntario que permite a los operadores dar a conocer la calidad diferenciada de un producto y ofrece a los consumidores la garantía de las características específicas avaladas mediante los oportunos controles.

Para los productores, el uso de esta marca de calidad supone un beneficio promocional y para los consumidores la forma de obtener una garantía institucional, la de la Junta de Andalucía, y una forma de reconocer fácilmente productos de calidad⁷⁹⁸.

Actualmente, la marca “Calidad Certificada” se encuentra regulada en el Decreto 229/2007, de 31 de julio, por el que se regula la marca “Calidad Certificada” para los productos agrarios y pesqueros⁷⁹⁹. Como novedades, además de renovar la representación gráfica de la marca para darle una imagen más moderna y fácil de localizar en el etiquetado de los productos, este nuevo Decreto incorpora la creación de un Comité Técnico para examinar y garantizar la existencia de unos mínimos de calidad en aquellos productos que deseen acogerse a la marca, y se prevé, para verificar el cumplimiento de

⁷⁹⁷ Decreto 109/2000, de 21 de marzo, por el que se derogan el Decreto 23/1989, de 14 de febrero, por el que se regula la concesión y el uso del distintivo de calidad, Alimentos de Andalucía, para los productos agroalimentarios y pesqueros, y la Orden de 15 de diciembre de 1989 que lo desarrolla.

⁷⁹⁸ DOMINGUEZ GARCIA-BAQUERO, R., “Alimentos de calidad certificada”, *Agromar Andalucía: Revista de Información de la Consejería de Agricultura y Pesca de Andalucía*, nº 35, 2006, pg. 7.

⁷⁹⁹ En su Disposición Derogatoria única deroga el Decreto 242/2001, de 6 de noviembre, por el que se regula la marca “Calidad Certificada” para los productos agroalimentarios y pesqueros y mantiene en vigor la Orden de la Consejería de Agricultura y Pesca de 19 de abril de 2006, por la que se regula el procedimiento para la obtención de la marca “Calidad Certificada” para los productos agroalimentarios y pesqueros mediante tramitación electrónica, en todo aquello que no se oponga a este nuevo Decreto.

la normativa aplicable, la puesta en marcha de un plan anual de control específico de calidad certificada para las personas físicas o jurídicas con productos acogidos a la marca.

La Comunidad Autónoma de Andalucía es la titular de la marca “Calidad Certificada”⁸⁰⁰ y la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural⁸⁰¹ posee el derecho exclusivo de uso de la misma, pudiendo autorizar su uso a terceros según lo previsto en este Decreto y de acuerdo con el manual de identidad gráfica⁸⁰² al que se refiere la Disposición Final segunda.

El manual de identidad gráfica tiene la función de desarrollar las distintas aplicaciones de la representación gráfica y va dirigido tanto a las entidades que están inscritas en el Registro de Productos con Calidad Certificada, como a aquellas empresas que quieran solicitar la autorización de uso de la marca por primera vez, para que puedan presentar sus proyectos de localización de la marca Calidad Certificada en su etiquetado. Es la guía de referencia de las normas básicas para la utilización, de una forma correcta y unificada, de los elementos gráficos que componen la marca.

La denominación, la tipografía, los colores, las ampliaciones o reducciones de la marca, es decir, todos los detalles del signo gráfico de la marca definidos en el manual son de obligado cumplimiento para un uso correcto de la marca, considerándose incorrecto cualquier uso del elemento gráfico distinto de lo recogido en el manual.

La finalidad de la marca, según el artículo 2. 1 del Decreto, es garantizar la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios y pesqueros elaborados o distribuidos por

⁸⁰⁰Toda la información relativa a la marca “Calidad Certificada” puede consultarse en el siguiente enlace: <http://www.juntadeandalucia.es/organismos/agriculturapescayderosarrollorural/areas/industrias-agroalimentaria/calidad-promocion/paginas/solicitud-autorizacion-calidad-certificada.html>.

⁸⁰¹ La Junta de Andalucía a través de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural está tramitando ante la OEPM y la EUIPO para los productos y servicios de las clases 16, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 38, 39, 41, 42, 43 con los números de solicitud M4035929 y 018150423 respectivamente, la marca de tipo individual “Gusto del Sur” que convivirá con la marca “calidad certificada” hasta que se apruebe el Decreto donde se regulen las condiciones de uso. Esta nueva marca se configura como un nuevo sello de calidad agroalimentaria que se otorgará a aquellos productos que tengan como base tres premisas "cruciales" para competir y conquistar los mercados: sabor, salud y sostenibilidad. El manual de identidad gráfica puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/agriculturaganaderiapescaydesarrollorostenible/areas/industrias-agroalimentarias/calidad/paginas/marca-gusto-del-sur.html>

⁸⁰² El manual de identidad gráfica puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/agriculturapescayderosarrollorural/areas/industrias-agroalimentarias/calidad-promocion/paginas/solicitud-autorizacion-calidad-certificada.html>

personas físicas o jurídicas debidamente autorizadas, así como facilitar su distinción en el mercado.

Los productos que pueden acogerse al uso de la marca, artículo 4, son aquellos productos agroalimentarios y pesqueros amparados por DOP, IGP, ETG, las denominaciones específicas⁸⁰³, los productos procedentes de la agricultura ecológica y de la producción integrada⁸⁰⁴, los productos acogidos a pliegos de condiciones de producto cuya calidad esté certificada por organismos de certificación acreditados por la normativa europea y los productos cuya calidad reúnan las condiciones establecidas por un Protocolo Privado y homologado y sean reconocidos para el uso de la marca “Calidad Certificada”.

Además para que los productos puedan acogerse al uso de la marca “Calidad Certificada”, tienen que estar inscritos en el Registro de Productos Autorizados para el uso de la marca “Calidad Certificada”, regulado en el artículo 8⁸⁰⁵, y en el que se inscribirán los datos relativos a la persona, física o jurídica, a la que se le concede la autorización, los productos y demás elementos para los que se autorice el uso de la marca indicando sus principales menciones y características y al productor, fabricante o comercializador.

La solicitud de autorización del uso de la marca pueden realizarla las personas físicas o jurídicas (art. 5) aunque de forma excepcional, la Disposición Adicional única dispone que podrá concederse el uso de la marca a las entidades que asocien a empresas agroalimentarias con derecho al uso de la marca que realicen actividades de promoción de los productos acogidos a la misma.

Respecto a la autorización de uso de la marca, cuya adhesión a la misma es de carácter voluntario y gratuito para la empresa solicitante, se concederá de forma singular

⁸⁰³ A las que se refiere el Reglamento (UE) 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios y por el que se derogan los Reglamentos (CEE) 922/72, (CEE) 234/79, (CE) 1037/2001 y (CE) 1234/2007 y la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino.

⁸⁰⁴ Decreto 245/2003, de 2 de septiembre, por el que se regula la producción integrada y su indicación en productos agrarios y transformados y la Orden de 13 de diciembre de 2004 que lo desarrolla, normas que han sido modificadas por el Decreto 7/2008 de 15 de enero (que modifica el Decreto 245/2003, de 2 de septiembre) y la Orden de 24 de octubre de 2005 (que modificó la Orden de 13 de diciembre de 2004 que desarrollaba el Decreto 245/2003, de 2 de septiembre).

⁸⁰⁵ El Registro está adscrito a la Dirección General competente en materia de calidad agroalimentaria, su acceso es gratuito, la información en él contenida es de carácter público y los datos de carácter personal se registrarán por lo dispuesto en la LOPD. Puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/agriculturaganaderiapescaydesarrollosostenible/areas/industrias-agroalimentarias/calidad-promocion/paginas/solicitud-autorizacion-calidad-certificada.html>

para el producto o productos que se solicite y no para toda la gama de productos que elabore la persona solicitante (art. 7.1), tendrá una validez de cinco años renovable por períodos quinquenales, no podrá transmitirse a terceros y podrá ser revocada (art. 9)⁸⁰⁶.

Las causas de revocación de la autorización de uso de la marca, que vienen enumeradas en el apartado 4 del artículo 9, consisten en incumplir cualquiera de los requisitos establecidos para el otorgamiento de la misma o de la normativa en materia de seguridad alimentaria, alterar alguna de las características del producto, utilizar de manera fraudulenta o cualquier otro uso no autorizado de la marca y la retirada de la certificación concedida por la entidad certificadora a la persona física o jurídica autorizada para el uso de la marca.

Por último, las personas físicas o jurídicas con productos autorizados para el uso de la marca están sujetas al Plan Anual de Control Específico de Calidad Certificada cuya función es verificar el cumplimiento de la normativa aplicable (art. 10), y el Decreto crea en el artículo 11 el Comité Técnico⁸⁰⁷ para la marca “Calidad certificada” cuya principal función (art. 11.2) es estudiar e informar sobre las cuestiones que se susciten en relación con la concesión y uso de la marca de garantía y formular las propuestas de medidas a adoptar para su fomento, protección, evaluación y seguimiento del uso de la marca y de las normas técnicas para su autorización.

Es importante señalar que junto con la solicitud de autorización de la marca, tiene que presentarse el proyecto de localización en el etiquetado, el cual será revisado por la Dirección General competente en materia de calidad agroalimentaria de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, para que ésta dé su aprobación [(art. 5.1. f)].

En el etiquetado y dentro del mismo campo visual de la marca “Calidad Certificada”, artículo 3, se hará referencia al número de inscripción que la entidad de certificación tenga en el Registro de Entidades de Inspección y Certificación de Productos Agroalimentarios y Pesqueros en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

⁸⁰⁶ Las personas físicas o jurídicas a las que se le haya revocado la autorización de uso de la marca, no podrán volver a solicitarla en el plazo de dos años a contar desde la fecha que adquiera firmeza la resolución de revocación, sin perjuicio de las sanciones que correspondan por infracción a la normativa vigente en defensa de la calidad y de la producción agroalimentaria (art. 9.4).

⁸⁰⁷ Su composición, designación y funcionamiento vienen regulados en la Orden de 29 de Mayo de 2009.

Cuando la marca “Calidad Certificada” conviva con otras marcas, siempre se situará a la derecha o en la parte superior respecto a la otra marca.

El símbolo gráfico de “Calidad Certificada” potencia la identificación con el origen de los productos agroalimentarios en los que está representada con la A de Andalucía y la excelencia de los productos amparados bajo dicha marca y con la C de Calidad.



Figura 8. Logotipo de la marca de tipo individual “Calidad certificada”, registrada en la EUIPO con el número 004542941 para los productos y servicios de las clases 16, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 38, 42, 43 y 44.

4. Marca de garantía “CC Calidad Controlada”.

La industria agroalimentaria en Cantabria es un sector productivo muy importante para el desarrollo de la Comunidad y para fijar la población en las zonas rurales, así como para contribuir al mantenimiento del medio natural y del paisaje, de ahí que la Comunidad Autónoma de Cantabria, a través de la ODECA, tenga registrada la marca de garantía “CC Calidad Controlada”.

En materia de calidad agroalimentaria, en Cantabria hay productos reconocidos como DOP⁸⁰⁸, IGP⁸⁰⁹ y la mayoría de los productos agroalimentarios están amparados bajo la marca de garantía “CC Calidad Controlada”⁸¹⁰.

⁸⁰⁸ Los productos actualmente amparados por la figura de calidad DOP se pueden consultar en el siguiente enlace : <http://www.alimentosdecantabria.com/marcas-de-calidad/denominacion-de-origen-prottegida>

⁸⁰⁹ Los productos agroalimentarios de Cantabria reconocidos como IGP pueden consultarse en el siguiente enlace: <http://www.alimentosdecantabria.com/marcas-de-calidad/indicacion-geografica-prottegida>

⁸¹⁰ Para ver el listado de productos amparados por la marca de garantía “CC Calidad Controlada” consultar el siguiente enlace: <http://www.alimentosdecantabria.com/marcas-de-calidad/calidad-controlada>

La marca de garantía “CC Calidad Controlada” fue creada por el Gobierno autonómico por el Decreto 166/2003, de 25 de septiembre, por el que se regulan las condiciones para obtener la autorización del uso de la marca de garantía “CC Calidad Controlada”, para productos alimentarios.

El artículo 1 del Decreto establece que el objeto del mismo es regular las condiciones para obtener la autorización del uso de la marca de garantía para garantizar la calidad singular de los productos alimentarios que lo acrediten cumpliendo los requisitos establecidos en este Decreto y de las normas específicas que se dicten para cada producto o grupo de productos, sin perjuicio del cumplimiento de los requisitos exigidos en las reglamentaciones técnico-sanitarias, normas de calidad y demás normativa vigente.

Tanto los productos que pueden utilizar la marca de garantía como los operadores autorizados para el uso de la misma se inscribirán en el registro creado para tal efecto en el artículo 3 del Decreto⁸¹¹.

Las autorizaciones de uso podrán solicitarlas, según el artículo 8, las entidades asociativas⁸¹² constituidas por los productores, elaboradores o transformadores de los productos de que se trate, directamente las personas físicas o jurídicas que produzcan, elaboren, transformen y comercialicen el producto para el que se pretenda la autorización siempre y cuando no exista entidad asociativa de operadores o lo justifique las características especiales del sector o las singularidades del producto/s afectados⁸¹³, y por último los operadores cuyos productos se encuentren acogidos a una DOP, IGP, Denominación específica, ETG y Agricultura Ecológica.

⁸¹¹ El Registro de productos alimentarios de calidad depende de la ODECA, en la inscripción se anotarán los datos del operador (razón social y domicilio), el producto y la marca o marcas comerciales con que se presenten en el mercado y tiene carácter público salvo lo relativo a los datos de carácter personal que se estará a lo dispuesto en la LOPD.

⁸¹² Las entidades asociativas constituidas para la gestión de la autorización del uso de la marca de garantía deberán velar por su correcto uso, adoptando las medidas de control establecidas estatutariamente y las que dispongan sus órganos de gobierno, además de las que resulten de este Decreto. Sus estatutos deberán contemplar las medidas aplicables a cualquiera de sus miembros que no cumplan con las obligaciones de la marca y no podrán denegar el ingreso a un operador que acredite su capacidad para cumplir los requisitos fijados en este Decreto y en la normativa que lo desarrolle. Las discrepancias que pudieran surgir en este aspecto se someterán al arbitrio de la ODECA, cuya decisión será vinculante para las partes (art. 19.9).

⁸¹³ En este caso la autorización de uso se concederá de forma motivada y se podrá revocar con un preaviso de un año cuando se considere que han cambiado las causas que justificaron la autorización directa de carácter individual y existieran condiciones para una entidad asociativa de operadores (art. 8.3).

La autorización para el uso de la marca de garantía deberá ser aceptada expresamente junto con las condiciones en ella establecidas por el usuario autorizado (art. 9.6) y tendrá una validez de un año, transcurrido el cual y sin ningún tipo de comunicación expresa, se renovará automáticamente por periodos sucesivos de dos años (art. 10)⁸¹⁴.

El Decreto, además del registro anterior, crea en el artículo 4 la Comisión de la marca “CC Calidad Controlada” que es la encargada de evaluar, con carácter preceptivo, la incorporación de productos a la marca de garantía, elaborar, informar, proponer, modificar o derogar las normas técnicas⁸¹⁵ de los productos, así como proponer la concesión o denegación del uso de la marca y su revocación en caso de incumplimiento.

Los productos amparables por la marca de garantía, según establece el apartado a) del artículo 7, son aquellos incluidos en la misma norma técnica que posean unas características de calidad superior a las establecidas normativamente, así como aquellos que careciendo de normativa, la naturaleza o peculiaridades del producto ofrezca unas características específicas de calidad de acuerdo con lo establecido en su norma técnica.

También podrán acogerse a la marca de garantía los productos amparados por DOP, IGP, ETG, denominaciones específicas y agricultura ecológica (apartado b) del artículo 7).

Como en la autorización para el uso de la marca además de hacer mención a la norma técnica del producto figurarán los datos identificativos de los adjudicatarios, los productos autorizados, las marcas comerciales⁸¹⁶ y, en su caso, las condiciones especiales de autorización, la marca de garantía sólo podrá ser utilizada por las personas autorizadas expresamente⁸¹⁷ para los productos autorizados y en las condiciones y forma específica que se indiquen en la autorización y nunca podrá utilizarse de manera que pueda causar descrédito, perjudicar su reputación o inducir a error a los consumidores sobre las características del producto (art. 11).

⁸¹⁴ Con la excepción de que la renovación se deje sin efecto por revocación de la autorización motivada por el incumplimiento del régimen de concesión de la misma.

⁸¹⁵ Los requisitos mínimos de las normas técnicas vienen recogidos en el artículo 2.

⁸¹⁶ La marca de garantía sólo podrá utilizarse de manera accesoria a la marca comercial y nunca a título principal o sustitutivo de ésta y no podrá tener una dimensión igual o mayor a la marca del producto ni estar colocada en un lugar tan predominante que induzca a error sobre su verdadera naturaleza de marca de garantía.

⁸¹⁷ El adjudicatario de la marca no podrá conceder sublicencias total o parcialmente de los derechos que se deriven de la autorización (art. 13).

El uso de la marca de garantía tiene un coste económico⁸¹⁸, el cual viene establecido en el epígrafe “Oficina de Calidad Alimentaria” del Anexo de la Ley de Cantabria 12/2020, de 28 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas.

Los productos amparados por la marca de garantía tienen un sistema de doble control de la calidad: los adjudicatarios deberán disponer de un sistema de autocontrol de los productos formado como mínimo por un sistema de trazabilidad de los productos en cada una de las etapas del proceso y estableciendo las medidas necesarias para garantizar el cumplimiento de la norma técnica de cada producto así como las medidas correctoras aplicables a los productos no conformes (art. 15), y el control externo de la ODECA⁸¹⁹, que podrá realizar en cualquier momento inspecciones sobre la utilización de la marca o sobre la calidad de los productos por ella amparados (art. 16).

De este doble control de calidad podrán estar exonerados, según lo dispuesto en el artículo 18, los productos amparados por una DOP, IGP, denominación específica, agricultura ecológica y ETG pero anualmente deberán presentar un certificado del organismo de control en el que conste que están inscritos en los registros correspondientes.

Las principales obligaciones que tienen los adjudicatarios de la marca vienen enumeradas en el artículo 19. Estas obligaciones consisten en someterse a los planes de control establecidos y permitir el libre acceso a los inspectores autorizados a las instalaciones y colaborar con ellos, llevar al día los registros y los trámites administrativos que se establezcan y utilizar la marca de garantía obligatoriamente junto con la marca comercial en los productos autorizados.

También están obligados a no realizar acciones o actividades que vayan en detrimento o perjudiquen la imagen de la marca⁸²⁰, a asumir por su cuenta los gastos que se deriven de las actividades de evaluación realizadas por la entidad de control y a enviar

⁸¹⁸ La Disposición adicional segunda del Decreto establece la posibilidad de establecer una tasa por el uso de la marca de garantía conforme a lo establecido en la Ley de Cantabria 9/1992, de 18 de diciembre, de Tasas y Precios Públicos de la Diputación Regional de Cantabria.

⁸¹⁹ Este control externo podrá ser realizado además de por la ODECA, por otras entidades designadas por el peticionario que cumplan las normas europeas de la serie EN 45000 que les sea de aplicación o normativa que la sustituya (art. 17.1).

⁸²⁰ Si algún adjudicatario tiene conocimiento de acciones o actividades que vayan en detrimento o perjudiquen la imagen de la marca, deberá ponerlo en conocimiento inmediato de la ODECA para que esta pueda ejercitar las acciones legales oportunas (art. 19.8).

anualmente a la ODECA una memoria que recogerá los datos relativos a la comercialización de los productos autorizados.

El titular de la marca tiene dos obligaciones, que son mantener y asegurar la confidencialidad de todos los datos e informaciones resultantes de su labor con el fin de salvaguardar los intereses de los adjudicatarios e informar a los adjudicatarios que lo soliciten sobre los reglamentos, la gestión promocional y de cualquier otro tipo de cuestión relacionada con la marca de garantía que pueda afectarles (art. 20).

Aunque el titular de la marca de garantía es la ODECA, el artículo 21 del Decreto establece que el único responsable de la producción y el uso de la marca, así como de los defectos de los productos, es el adjudicatario, el cual deberá asumir las indemnizaciones y los perjuicios ocasionados a terceros que se deriven por sus acciones u omisiones.

Las causas de revocación del uso de la marca vienen establecidas en el artículo 22, según el cual, durante la vigencia de la autorización, la ODECA podrá suspenderla o revocarla por incumplimiento de cualquiera de los requisitos establecidos en el Decreto y sus normas de desarrollo, por alteración de las condiciones o características de los productos tenidas en cuenta para conceder la autorización o por falta de uso de la marca de garantía por un período de un año sin que existan causas justificativas.

El artículo 23 establece como efecto de la revocación de la autorización de uso la baja del operador en el registro, no pudiendo solicitar una nueva inscripción hasta transcurrido un año desde la fecha de revocación, previa evaluación de la conformidad.

El derecho de uso de la marca de calidad no puede ser objeto de garantía, embargado ni objeto de otras medidas de ejecución y se extinguirá en caso de suspensión de pagos, concurso de acreedores, quiebra, liquidación o fusión de la persona física o jurídica autorizada (art. 24).



Figura 9. Logotipo de la marca de garantía “CC Calidad Controlada Oficina de Calidad Alimentaria Comunidad de Cantabria” registrada en la OEPM con los números M2492932 a M2492936, para los productos de las clases 29 a 33 respectivamente.

5. Marca de garantía “CV”.

La primera marca que identificaba los productos agrarios y agroalimentarios producidos en la Comunidad Valenciana era la denominación “Productos de calidad de la Comunidad Valenciana” que estaba regulada en el Decreto 90/1989, de 12 de junio, pero para garantizar la calidad y el carácter tradicional de los productos agrarios y agroalimentarios de la Comunidad Valenciana, el Decreto 79/1996, de 16 de abril, creó la “Marca de Calidad de la Comunidad Valenciana” y derogó a la anterior.

Como consecuencia del creciente interés de los consumidores por la calidad y por la información sobre la naturaleza, métodos de producción y condiciones de transformación de los productos agroalimentarios, el Gobierno Valenciano creó la Marca de garantía “CV”⁸²¹, regulada por el Decreto 91/1998, de 16 de junio, del Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el reglamento de la marca de calidad “CV” para productos agrarios y agroalimentarios y que deroga al Decreto 79/1996 que regulaba la anterior marca de garantía, la “Marca de Calidad de la Comunidad Valenciana”.

La marca de garantía “CV” se crea para identificar productos que por su singularidad y calidad diferenciada puedan ser distinguidos claramente en el mercado.

Con éste distintivo, los productores, elaboradores y transformadores de productos agrarios y alimentarios pueden diferenciar sus productos en el mercado ofreciendo al consumidor unos productos con una composición genuina y elaborados con unas técnicas que permiten resaltar sus rasgos característicos.

⁸²¹ El titular de la Marca de Calidad “CV” es la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación.

El reglamento de uso de la marca de calidad “CV” está desarrollado en el anexo del Decreto 91/1998, de 16 de junio, del Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el Reglamento de la Marca de Calidad “CV” para Productos Agrarios y Agroalimentarios, estableciendo un mecanismo de distinción técnica y comercial de aquellos productos con valores peculiares de tipo cualitativo, sociocultural o económico para proteger su singularidad evitando la competencia desleal y facilitando al consumidor su identificación⁸²².

El titular de la marca, a través del Instituto de Calidad Agroalimentaria de la Comunidad Valenciana (en adelante ICACV), podrá promocionar, fomentar, mejorar, controlar y evaluar los productos agroalimentarios producidos en su Comunidad. El artículo 1.1 del Decreto establece que el ICACV podrá adoptar reglamentaciones en materia de calidad de carácter técnico y con finalidad comercial sobre los productos de interés para el sector agroalimentario.

Estas reglamentaciones de calidad tienen carácter indicativo y no pueden contener menores exigencias que las establecidas en las reglamentaciones técnico-sanitarias de aplicación y se referirán a los métodos de producción y elaboración, a la composición y características de los productos y a sus rasgos y condiciones de calidad más significativos (apartados 2 y 3 del artículo 1 del Decreto).

El Decreto aprueba en su Anexo el reglamento de uso de la marca de calidad “CV” que en su artículo segundo y respecto a los productos que pueden solicitar la autorización de uso de la marca, dispone que podrá ser solicitada para un solo producto o para un grupo de ellos, pero cuando éstos tengan una única y común reglamentación específica de calidad.

La autorización de uso de la marca de garantía podrá ser solicitada por las entidades asociativas⁸²³ privadas sin ánimo de lucro constituidas por los operadores de los productos de que se trate (productores, transformadores o comercializadores) para gestionar, por todos sus asociados, el uso autorizado de la marca en las condiciones

⁸²² RAMÓN FERNÁNDEZ, F., y HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, A., “La marca de calidad “CV” para productos agrarios y agroalimentarios”, *Revista de Derecho Civil Valenciano*, nº 7, 2010, pg. 5.

⁸²³ Para conocer las entidades asociativas autorizadas a utilizar la marca de calidad CV podemos acudir al siguiente enlace: <http://www.agroambient.gva.es/web/desarrollo-rural/marcas-cv>.

establecidas del reglamento de uso, de la reglamentación de calidad del producto y de la autorización que se dicte en cada caso (artículo tercero 1).

De forma excepcional, el apartado 2 del artículo tercero, establece que la autorización de uso podrá ser solicitada directamente y se concederá de forma motivada, por las personas físicas o jurídicas que produzcan, elaboren, transformen y comercialicen el producto para el que se solicita la autorización siempre y cuando justifiquen las características especiales del sector o las singularidades del producto.

El titular de la marca de calidad podrá revocar estas autorizaciones concedidas de forma motivada con un preaviso de un año cuando considere que han cambiado las causas que justificaron esta excepcional autorización directa de carácter individual y existieran las condiciones para una entidad asociativa de operadores (artículo tercero 3).

El titular de la marca autorizará el uso de la misma a los operadores que lo soliciten conforme a lo establecido en el reglamento de uso y respecto de los productos agrarios y agroalimentarios sobre los que haya dictado una reglamentación específica de calidad (artículo primero 1), y el distintivo de la marca deberá ser utilizado obligatoriamente (artículo octavo) por los operadores autorizados que cumplan las condiciones exigidas junto con su propia marca.

Para el buen uso de la marca, el titular, a través del órgano competente establecerá los correspondientes mecanismos de vigilancia y control tanto para el uso de la marca como para los productos autorizados verificando que cumplan las características autorizadas. Los usuarios de la marca permitirán y facilitarán las funciones de vigilancia y control y contratarán, previa autorización del titular de la marca, una empresa o profesional independiente e imparcial, con capacidad técnica y económica, que realice el control externo del cumplimiento del régimen de la marca (artículo séptimo).

La autorización de uso, según establece el artículo sexto, tiene principalmente dos funciones⁸²⁴ para los miembros de las entidades asociativas constituidas para la gestión de la del uso de la marca, como son:

⁸²⁴ Estas funciones constarán expresamente en las normas constitutivas de las entidades asociativas que soliciten el uso de la marca de calidad (art. 6).

- Desarrollar las actividades de promoción comercial del producto o productos amparados.

- Velar por el uso correcto de la marca de calidad por sus asociados adoptando las medidas de control establecidas estatutariamente y las que dispongan sus órganos de gobierno, además de las que resulten del reglamento de uso de la marca de calidad o de la resolución de autorización de uso de la marca.

En relación a la vigencia de la autorización de uso, artículo quinto, tiene una validez de un año, transcurrido el cual y sin necesidad de mediar comunicación expresa, se considerará renovada por períodos sucesivos de dos años cada uno. Estas renovaciones se podrán dejar sin efecto con carácter previo por el titular de la marca mediante resolución motivada en caso de incumplimiento del régimen de la autorización.

Por último, el artículo noveno 1 crea con carácter público el Registro de Productos Agroalimentarios con Marca de Calidad CV para inscribir⁸²⁵ a los operadores y a los productos agrarios y agroalimentarios autorizados.



Figura 10. Logotipo de la Marca de garantía “CV Calidad Agroalimentaria Comunidad Valenciana”, registrada en la OEPM con el número de solicitud M2729135 por fusión de los expedientes M2025722 a M2025729 para los productos y servicios de las clases 16, 29, 30, 31, 32, 33, 39 y 42.

6. Marca de garantía “K Eusko Label”.

En la Comunidad Autónoma del País Vasco podemos encontrar varias marcas de garantía para productos agroalimentarios cuya titularidad corresponde a la Fundación Hazi Fundazioa⁸²⁶.

⁸²⁵ La inscripción contendrá los datos de identificación de los operadores, el producto autorizado y la marca/s comerciales con las que opera. Cuando se produzcan modificaciones de estos datos, las entidades asociativas gestoras de las autorizaciones facilitarán mensualmente la actualización de estos datos (artículo noveno 2 y 3).

⁸²⁶ Es una fundación del Gobierno Vasco para el desarrollo rural, litoral y alimentario dependiente del Departamento de desarrollo económico y competitividad; esta fundación impulsa la competitividad y

La marca de garantía del País Vasco que agrupa a más productos agroalimentarios es la marca “K Eusko Label”⁸²⁷ que actúa como “marca paraguas”⁸²⁸, y de todos los productos⁸²⁹ que pueden usarla hay algunos que se han registrado a su vez como marcas de garantía para productos específicos en la OEPM.

Estas marcas de garantía específicas⁸³⁰ son “K Eusko Label Oliva. Olio Birjina Estra-Aceite de Oliva Virgen Extra”, “K Eusko Label Euskal Letxuga Lechuga del País Vasco” y “K Eusko Label Baserriko Txerria cerdo de Caserío”.

La marca de garantía “K Eusko Label” tiene un reglamento de uso que la regula cuyo objeto es, según dispone el artículo 1, fijar las condiciones de acceso a la marca y utilizarla para impulsar, promover y desarrollar los productos de calidad agroalimentarios garantizando al consumidor el origen, seguridad y calidad de los mismos y para incrementar la competitividad de los productos y su rentabilidad para el productor y las empresas.

Con esta marca, artículo 2, se identifican y distinguen los productos agroalimentarios producidos, transformados y/o elaborados en el País Vasco cuya calidad, especificidad o singularidad superan la media general.

Para que un producto pueda ser reconocido con esta marca de garantía, además de ser producido y/o elaborado en el País Vasco con materia prima procedente mayoritariamente de esta zona geográfica, los productos tienen que tener una calidad superior, tiene que haber un volumen mínimo de producto, debe beneficiar a un colectivo

sostenibilidad del sector primario, alimentario y del medio rural y litoral vasco. Para más información acerca de la fundación : <http://www.hazi.es/es/>

⁸²⁷ Marca de garantía registrada en la OEPM con el número de solicitud M2771795 para los productos de las clases 29, 30, 31, 32 y 33.

⁸²⁸ Un producto agroalimentario puede llevar el distintivo de calidad de la marca de garantía “K Eusko Label” junto con otro distintivo de calidad superior como es el de la DOP e IGP; esto sucede con la carne de vacuno (Euskal Okela) que es DOP y el pimiento de Gernika que es IGP.

⁸²⁹ Listado de los productos amparados por la marca de garantía “K Eusko Label”: <http://euskolabel.hazi.eus/es/eusko-label/productos-eusko-label>. Esta marca de garantía es usada por los siguientes productos agroalimentarios: carne de vacuno, pollo y huevos de caserío vasco, cordero lechal, bonito del Norte y atún rojo, leche, miel, patata de Álava, pimiento de Gernika, guindillas de Ibarra, tomate y alubias.

⁸³⁰ Otras marcas de garantía específicas registradas en la OEPM de las que también es titular la Fundación Hazi Fundazioa son las marcas “Euskal Baserriko arraultza” registrada de forma denominativa con el número de solicitud M2486315, “Euskal Baserriko txerria” registrada también sólo de forma denominativa con el número de solicitud M2526535, “Bonito del Cantábrico del País Vasco” que aparece registrada dos veces, una de forma denominativa con caracteres estándar M2828786 y otra de forma denominativa con gráfico M2845439 y la marca de garantía “Anchoa del Cantábrico del País Vasco” que al igual que la anterior, está dos veces registrada, de forma denominativa estándar con la solicitud M2828788 y en el número de solicitud M2877165 de forma denominativa con gráfico.

y tienen que contar con un sistema de control que permita garantizar todas sus características (art. 3).

El reglamento, en el artículo 10, establece que el titular de la marca dispondrá de registros⁸³¹ de los productores y empresas autorizadas para la utilización de la marca de garantía en los productos por ella amparados.

La marca podrá ser solicitada (art. 4) por agrupaciones de productores y/o elaboradores de un mismo producto alimenticio u organizaciones participadas por estos a la Fundación Hazi Fundazioa que procederá al examen de la solicitud y si el producto propuesto cumple las condiciones establecidas en el artículo 5 del reglamento se iniciarán los estudios del sector productivo y transformador, del mercado, de los canales de comercialización y del propio producto para ver la viabilidad del proyecto.

Si es viable, se procederá al reconocimiento del producto mediante la elaboración de un reglamento técnico consensuado con la agrupación solicitante y una vez aprobado será de obligado cumplimiento tanto para la agrupación solicitante como para los operadores integrados en la misma (art. 6).

La autorización para el uso de la marca, según el artículo 9, tiene carácter indefinido pero su vigencia está condicionada al cumplimiento de los requisitos de su reglamento de uso y del reglamento técnico del producto que sea de aplicación.

La marca “K Eusko Label” se constituye como un derecho de uso exclusivo y excluyente, es decir, la marca sólo podrá ser utilizada por los operadores autorizados e inscritos en los registros correspondientes exclusivamente en relación a los productos por ella amparados, debiendo la Fundación Hazi Fundazioa⁸³² aprobar todas las etiquetas y/o soportes en los que se vaya a utilizar (arts. 11 y 12 respectivamente).

El reglamento de uso recoge expresamente en el artículo 13 las condiciones de convivencia entre esta marca de garantía y las “marcas comerciales” de los operadores autorizados. Estas condiciones de convivencia entre ambas marcas están reguladas en un documento público del que hay que destacar dos requisitos: que los operadores inscritos

⁸³¹ El registro de productores y empresas autorizadas puede consultarse en el siguiente enlace: <https://euskolabel.hazi.eus/es/productores-empresas>

⁸³² Hazi dispone de un manual de identidad de la marca que regula las condiciones de reproducción tanto en el etiquetado de los productos amparados como en cualquier otro soporte en que pudiera ser utilizada.

en los registros de Eusko Label deberán presentar una solicitud de autorización para la utilización de “su” marca comercial junto con la marca Eusko Label y que las marcas comerciales de los operadores deberán ser de uso exclusivo para los productos amparados por la marca de garantía Eusko Label.

Respecto a las sanciones, el incumplimiento del reglamento de uso o del reglamento técnico del producto y documentación complementaria podrá ser sancionado por el titular de la marca con un aviso para que cese dicho incumplimiento, o con la suspensión temporal o definitiva de la autorización para utilizar la marca (art. 14).

Por último, el artículo 15 establece que las modificaciones que se hagan del reglamento de uso deberán ser inscritas en la OEPM.



Figura 11. Logotipo de la Marca de garantía “K Eusko Label” registrada en la OEPM con el número de solicitud M2771795 para los productos de las clases 29, 30, 31, 32 y 33.



Figura 12. Logotipo de la Marca de garantía “K Eusko Label Oliba-Olio Birjina Estra Aceite de Oliva Virgen Extra” registrada en la OEPM con el número de solicitud M2901306 para la clase 29.



Figura 13. Logotipo de la Marca de garantía “K Eusko Label Euskal Letxuga Lechuga del País Vasco” registrada en la OEPM con el número de solicitud M2932437 para la clase 31.



Figura 14. Logotipo de la Marca de garantía “K Eusko Label baserriko txerria cerdo de caserío”, registrada en la OPEM con el número de solicitud M3077326 para la clase 29.

7. Marca de garantía “M Producto Certificado”.

El sector agroalimentario en la Comunidad de Madrid es un sector de gran importancia a nivel social, económico y medioambiental en el que el mantenimiento de la actividad productiva sostenible en el territorio y su contribución de manera importante al patrimonio cultural y gastronómico tiene un papel clave en el desarrollo de la industria agroalimentaria de la Comunidad.

Dada la importancia de este sector, la Comunidad de Madrid realiza actuaciones de sensibilización, comunicación y divulgación para valorar y preservar el patrimonio de los alimentos de la región potenciando las figuras de protección de la calidad al amparo de la normativa comunitaria, estatal o autonómica de referencia.

El Decreto 278/2019, de 29 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y sostenibilidad⁸³³, de entre las funciones que enumera de la Dirección General de Agricultura, Ganadería y Alimentación es importante señalar la planificación, coordinación y control de programas oficiales de calidad agroalimentaria y agricultura ecológica, y la promoción de los alimentos de calidad de la Comunidad de Madrid a través de las figuras de calidad diferenciada [(art. 12. 3. b) y g)].

Para el desarrollo de estas funciones, el Gobierno de la Comunidad a través de la Ley 26/1997, de 26 de diciembre, creó el Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (en adelante IMIDRA)⁸³⁴, que de entre las funciones que tiene atribuidas hay que señalar las recogidas en las letras b) y d) del artículo 3.1 que se refieren a la colaboración y contribución al desarrollo e innovación del

⁸³³ Este Decreto deroga al anterior, el Decreto 84/2018, de 5 de junio, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.

⁸³⁴ El IMIDRA es un organismo autónomo de carácter mercantil adscrito a la Consejería de Medio Ambiente, Administración Local y Ordenación del Territorio.

sector agroalimentario a través del apoyo a la calidad y seguridad de los productos y al fomento de la mejora de la gestión y producción de las actividades agrarias y agroalimentarias para elevar la competitividad del sector en la región.

Para ayudar a los productores a informar a los consumidores de las cualidades diferenciales de sus productos y reconocer que esos productos han sido producidos y/o elaborados en la Comunidad de Madrid garantizando su calidad, origen y la conformidad de los mismos con sus respectivas normas específicas de producción, la Comunidad de Madrid decidió crear la Marca de Garantía “M Producto Certificado”⁸³⁵. Para establecer y determinar las condiciones y requisitos que deben cumplir las personas autorizadas y los productos para los que se puede conceder el uso de la marca de garantía, se elaboró un reglamento de uso que fue aprobado por la Orden 2370/2014, de 11 de noviembre⁸³⁶.

La marca de garantía tiene como finalidad, según el artículo 1 del reglamento de uso, distinguir en el mercado determinados productos agroalimentarios destinados al consumo humano producidos, elaborados y/o transformados en el territorio de la Comunidad de Madrid, garantizando su calidad diferenciada porque reúnen las condiciones y cumplen los requisitos de calidad que especifica el reglamento de uso.

La marca de garantía sirve para promocionar el sector agroalimentario madrileño y contribuye a la mejora de la competitividad del sector agroalimentario regional porque permite a los consumidores identificar fácilmente dichos productos.

El régimen jurídico aplicable a la marca está formado por su reglamento de uso⁸³⁷, supletoriamente la Ley de Marcas y su reglamento de desarrollo y en su defecto el resto del ordenamiento jurídico privado, siendo también de aplicación las disposiciones comunitarias, estatales y autonómicas que correspondan por razón de la materia.

El titular de la marca de garantía es el encargado de gestionarla, promocionarla y difundirla (art.5), tiene el derecho exclusivo del uso de la misma, pudiendo autorizar su uso a los solicitantes cuyos productos cumplan las condiciones establecidas en el reglamento de uso, y el único que puede modificar el reglamento de uso sustituyéndolo

⁸³⁵ Para más información sobre la marca de garantía podemos acudir al siguiente enlace: <http://www.mproductocertificado.es/es/>

⁸³⁶ La anterior Orden que establecía el reglamento de uso de la marca de garantía “M Producto Certificado” era la Orden 428/2014, de 6 de marzo.

⁸³⁷ El reglamento de uso de la marca de garantía puede consultarse en el siguiente enlace: https://www.mproductocertificado.es/media/k2/attachments/Reglamento_1.pdf

por otro pero notificando las modificaciones a las personas autorizadas para su uso para que las tengan en cuenta y puedan seguir utilizando la marca de garantía (art. 4).

Los solicitantes de la marca de garantía vienen enumerados en el artículo 8 y podrán ser personas físicas o jurídicas (incluidas las comunidades de bienes) autorizadas expresamente por el titular de la misma de conformidad con lo establecido en este reglamento de uso que produzcan, elaboren y/o transformen en instalaciones ubicadas en la Comunidad de Madrid algún producto agroalimentario exclusivamente para la alimentación humana (productos agrícolas, ganaderos, pesqueros o acuícolas) autorizado a usar la marca o que lo comercialicen y/o distribuyan.

Los productos agroalimentarios amparados por la marca de garantía vienen enumerados en el artículo 7 y forman parte de las siguientes categorías:

- DOP, IGP y ETG.
- Vinos y productos vitícolas amparados por DOP o IGP.
- Bebidas espirituosas con indicación geográfica.
- Productos agroalimentarios ecológicos y los provenientes de la producción integrada.
- Los productos acogidos a la Norma de calidad para la carne, el jamón, la paleta y la caña de lomo ibéricos⁸³⁸.
- Las aguas minerales naturales y aguas de manantial.
- Los productos amparados por un sistema de etiquetado facultativo regulado por una norma de ámbito comunitario, nacional o de la Comunidad de Madrid.
- Los productos amparados por otras marcas de garantía o por marcas colectivas reguladas según la Ley de Marcas cuyo reglamento de uso haya sido reconocido y/o informado favorablemente por el titular de la marca “M Producto Certificado”.
- Cualquier otro producto agroalimentario que no pudiéndose acoger a ninguna de las figuras de calidad descritas anteriormente tengan una calidad superior diferenciada en

⁸³⁸ Según lo establecido en el Real Decreto 4/2014, de 10 de enero.

cumplimiento de un pliego de condiciones de producto⁸³⁹ reconocido por el titular de la marca o de un protocolo privado o norma voluntaria de calidad utilizada en el sector agroalimentario para acceder a determinados canales de comercialización siempre que los productos no se encuentren en ninguna de las categorías vistas con anterioridad y lleguen al mercado envasados y etiquetados.

El procedimiento de control de los productos amparados por la marca de garantía se articula en tres niveles:

- El sistema de autocontrol, establecido en el artículo 10, que tiene que estar acreditado documentalmente, y que todos los operadores autorizados tienen que realizar en todas las fases de producción, elaboración y comercialización garantizando la trazabilidad del producto en todas las fases y según corresponda a la actividad que desarrollen los operadores autorizados ya que son ellos los responsables del cumplimiento del reglamento de uso.

- El control externo regulado en el artículo 11, según el cual, antes de la comercialización del producto, los operadores autorizados deberán haber obtenido certificado de conformidad de cumplimiento de sus esquemas de certificación para el uso de la marca de garantía emitido por un organismo independiente de control, una autoridad o entidad de control autorizada, o de su pliego, protocolo o norma voluntaria emitido por el organismo de control independiente⁸⁴⁰ que actúe como órgano de certificación de producto conforme a la norma 45011/17065 o normativa que la sustituya.

- Por último, el titular de la marca de garantía también podrá realizar controles a través de su propio personal, bajo su supervisión o a través de organismos independientes de control acreditados para la certificación de producto conforme a la normativa europea, examinando y comprobando el cumplimiento de los requisitos exigidos para el uso de la marca de garantía, documentalmente o a través de inspecciones en los lugares o

⁸³⁹ El pliego de condiciones de producto tiene que establecer la forma de producción, elaboración y/o transformación de los productos, la implantación de un procedimiento de autocontrol interno y el sometimiento a un control externo realizado por una entidad independiente de control autorizada y acreditada según la normativa comunitaria.

⁸⁴⁰ En este supuesto, el organismo de control independiente deberá solicitar al titular de la marca autorización para actuar como órgano de certificación del reglamento de uso y deberán estar acreditados por una entidad de acreditación oficialmente reconocida con una antigüedad mínima de un año.

instalaciones en los que los productos son elaborados, transformados o comercializados pudiendo incluso realizar análisis de muestras en los productos (art. 12).

Respecto a la autorización de uso de la marca, según establece el artículo 9, se interpretará siempre de manera restrictiva ya que solamente podrá ser utilizada por la persona autorizada⁸⁴¹ y para los productos expresamente autorizados que comercialice con su propia marca. En caso de que la persona autorizada a usar la marca de garantía suministre sus productos a terceros para que éstos los comercialicen con su propia marca y desee que la marca de garantía figure en los productos, solicitará al titular de la marca de garantía la aprobación de esta excepcionalidad.

La resolución que autorice el uso de la marca indicará las condiciones en las que se concede, especificando la empresa autorizada, los productos concretos objeto de la autorización y las marcas comerciales con las que se identifican estos productos en el mercado (art. 15).

La marca, artículo 17, deberá reproducirse con exactitud a las características gráficas con las que ha sido registrada y deberá adecuarse al modelo y condiciones técnicas y gráficas contempladas en el manual de identidad visual de la marca⁸⁴².

El artículo 19 establece que la marca sólo podrá utilizarse de manera accesorio, nunca sustituirá a la marca comercial que use el usuario autorizado y no podrá tener una dimensión igual o mayor a la marca del producto ni estar colocada en un lugar tan predominante que induzca a error sobre su verdadera naturaleza.

El uso de la marca de garantía, según lo establecido en el último párrafo del artículo 15, se podrá conceder de manera excepcional con la finalidad de promocionar el conjunto o determinados tipos de productos agroalimentarios que utilicen la marca a:

- Entidades suficientemente representativas que asocien a empresas agroalimentarias que elaboren productos que estén autorizados al uso de la marca de garantía.

⁸⁴¹ El usuario autorizado no puede ceder o sublicenciar, total o parcialmente, los derechos que se deriven de la autorización de uso, derechos que el usuario autorizado no podrá dar como garantía ni tampoco podrán ser embargados ni objeto de otras medidas cautelares o de ejecución forzosa (art. 20).

⁸⁴² El manual de identidad de la marca de garantía puede consultarse en el siguiente enlace: http://www.mproductocertificado.es/media/k2/attachments/Manual_Identidad_Visual_M_1.pdf

- Titulares de establecimientos del canal HORECA⁸⁴³ que se abastezcan regularmente de productos autorizados para el uso de la marca.

- Asociaciones u organizaciones sin ánimo de lucro que compartan los objetivos de la marca y deseen utilizarla en campañas y actividades de difusión y promoción de los productos agroalimentarios de calidad de la Comunidad de Madrid.

En cuanto a la vigencia de la autorización de uso otorgada tiene carácter indefinido y está supeditada al cumplimiento inalterado de las condiciones y requisitos conforme a los que se concedió inicialmente (art. 16.1). Durante el período de vigencia de la autorización, el titular de la marca de garantía como consecuencia de las actividades de control externo o el control que él realiza y si constata el incumplimiento de cualquiera de las prescripciones establecidas en el reglamento de uso, podrá suspender temporalmente⁸⁴⁴ o revocar temporal⁸⁴⁵ o definitivamente la autorización de uso (art. 16.3).

Las causas de revocación definitiva de la autorización inicial de uso sin posibilidad de obtener una nueva autorización enumeradas en el artículo 16.7 del reglamento de uso son:

- Los incumplimientos en la normativa sanitaria que resulte de aplicación con resultado de graves riesgos para la salud pública.

- Atentar contra la imagen de la marca de garantía.

- Obstaculizar las labores de control externo y por el titular de la marca descritas en el reglamento de uso de forma que no se puedan obtener evidencias sobre el cumplimiento del mismo.

⁸⁴³ HORECA es el acrónimo de hoteles, restaurantes y cafés.

⁸⁴⁴ La suspensión temporal durará hasta la subsanación de las no conformidades detectadas y mientras tanto el usuario no está autorizado a usar la marca de garantía y deberá de abstenerse de usarla hasta que se encuentre nuevamente autorizado para su uso y así lo haya notificado expresamente el titular de la marca (art. 16.4).

⁸⁴⁵ En caso de revocación temporal de la autorización de uso, no se puede volver a solicitar nuevamente la autorización de uso hasta pasado un año de la resolución de revocación de la primera autorización (art. 16.6). Los efectos de la revocación de la autorización, ya sea temporal o definitiva, son que el usuario tiene que dejar de usar la marca y retirar del mercado los productos con ella identificados (art. 16.5).

La autorización de uso de la marca de garantía genera una serie de obligaciones para ambas partes.

La principal obligación del titular de la marca, recogida en el artículo 23, consiste en no comunicar a los terceros la información que pueda haber recibido en el ejercicio de las medidas de control a los efectos de salvaguardar sus sectores de fabricación o negocios.

El usuario de la marca tiene como obligaciones, además de interpretar restrictivamente la autorización de uso y de utilizar y usar la marca y el logotipo como como hemos visto anteriormente, comunicar anualmente al titular de la marca el volumen comercializado bajo su amparo (último párrafo del artículo 17), no usar o solicitar la inscripción en ningún país de un signo idéntico o semejante que de cualquier forma pueda inducir a error, confusión o aprovechamiento de la fama y reputación de la marca de garantía, y tampoco podrán utilizar la marca de garantía de manera que pueda causar descrédito, perjudicar su reputación o inducir a error a los consumidores sobre las características del producto (art. 18).

El reglamento de uso regula en el artículo 21 como causas de extinción del derecho de uso de la marca, la solicitud por parte de su titular, es decir, el usuario autorizado, por revocación o cualquier otra causa legal o reglamentariamente establecida y por último, cuando el usuario autorizado se encuentre en cualquier modalidad de concurso de acreedores, liquidación, fusión, absorción o por cesión de fondo de comercio o alguno de sus elementos.

La realización de campañas de publicidad o promocionales, así como las acciones que correspondan para la defensa de la marca de garantía en caso de infracción o violación por terceros corresponderá únicamente a su titular, debiendo los usuarios autorizados abstenerse de realizar actos publicitarios o promocionales de la marca de garantía sin el consentimiento expreso del titular y quedando expresamente prohibido para ellos el ejercicio de cualquier tipo de acción en defensa de la marca (arts. 22 y 24 respectivamente).

En relación a la responsabilidad por los defectos en los productos autorizados a usar la marca de garantía regulada en el artículo 25, son los usuarios autorizados los únicos responsables de ellos, debiendo asumir por cuenta propia las indemnizaciones y

perjuicios ocasionados a terceros y al titular de la marca que se deriven de sus acciones u omisiones en relación a sus productos.

Por último, en cuanto al régimen de infracciones y sanciones, el artículo 26 establece que si los defectos o alteraciones en los productos o si en el proceso de producción o elaboración no respetasen lo dispuesto en el reglamento de uso y demás legislación vigente o que la sustituya, no podrán ser amparados por la marca de garantía sin perjuicio de las sanciones que se puedan aplicar por las diferentes administraciones públicas por incumplimiento de la normativa aplicable.



Figura 15. Logotipo de la marca de garantía “Producto Certificado”, registrado en la OEPM con el número de solicitud M3503178 para los productos y servicios de las clases 29, 30, 31, 32, 33 y 43 (limitada).

8. Marca de calidad “Marca Q”.

La marca de garantía agroalimentaria de Cataluña fue creada por el Decreto 362/1986, de 18 de diciembre, que regulaba la creación, difusión y organización de la “Marca Q” para productos alimentarios de calidad.

Actualmente, la “Marca Q” se encuentra regulada el Decreto 285/2006⁸⁴⁶, de 1 de julio, por el que se desarrolla la Ley 14/2003, de 13-6-2003, de Calidad Agroalimentaria

⁸⁴⁶ Este Decreto ha sido modificado por los Decretos 106/2008 de 6 de mayo, 17/2012, de 21 de febrero y 220/2013, de 27 de agosto y por la Orden AMM178/2014 de 5 de junio. El Decreto 106/2008 de 6 de mayo derogó el artículo 90.3, el Decreto 17/2012, de 21 de febrero, incorporó los requerimientos de la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006 relativa a los servicios en el mercado interior y las previsiones del Decreto 106/2008, de 6 de mayo, de medidas para la eliminación de trámites y la simplificación de procedimientos para facilitar la actividad económica, el cual prevé la necesidad de revisar los procesos administrativos para adecuar la gestión administrativa a los requerimientos de eficacia y eficiencia que deben presidir la actividad de la Administración pública. El Decreto 17/2012 contiene dos disposiciones adicionales mediante las que el departamento competente en materia agroalimentaria habilitará los medios necesarios para que los trámites y procedimientos regulados en el Decreto 285/2006 se puedan ir tramitando progresivamente por vía electrónica y no se exigirá la documentación prevista por esta norma si se puede obtener de otros órganos o administraciones por medios telemáticos. El Decreto 220/2013, de 27 de agosto derogó la disposición transitoria primera del Decreto 285/2006 y estableció una nueva disposición final tercera en el sentido de otorgar al consejero competente en materia de calidad agroalimentaria una habilitación para dictar las Órdenes que adapten los reglamentos

de Cataluña⁸⁴⁷, que derogó al anterior Decreto, y en esta nueva regulación se ha tenido en cuenta los requisitos y las normas establecidas en la normativa comunitaria a la hora de regular los diferentes distintivos de origen y calidad de Cataluña

El objeto del Decreto es el desarrollo de la Ley de Calidad Agroalimentaria de Cataluña en relación a la regulación en Cataluña de las DOP, IGP, ETG, las denominaciones geográficas, la marca de calidad alimentaria “Marca Q”, la artesanía alimentaria, el inventario de productos de la tierra, las entidades de certificación y control y su registro, y los registros de los distintivos de calidad (art. 1), y se aplicará cuando los productos amparados por alguna de las figuras de calidad anteriormente mencionadas, sean producidos, transformados o comercializados en Cataluña (art. 2).

Aunque este Decreto se ocupa de regular todas las marcas de calidad agroalimentarias de Cataluña⁸⁴⁸, nosotros nos vamos a centrar en la regulación que hace de la marca de calidad “Marca Q”.

El Decreto regula en los artículos 59 a 66 el régimen jurídico de la “Marca Q” que engloba la definición de la misma, su utilización, el procedimiento de reconocimiento de productos en un sector agroalimentario, el procedimiento de adjudicación de la marca a productores, transformadores o comercializadores, la protección, el etiquetado y la certificación de la marca, y las consecuencias del incumplimiento de los adjudicatarios.

La “Marca Q” es propiedad de la Generalidad de Cataluña⁸⁴⁹ y se otorga a productos alimentarios que tienen unas características diferenciales fijadas por un

de las denominaciones de origen protegidas, indicaciones geográficas protegidas, indicaciones geográficas de bebidas espirituosas y marcas de calidad alimentaria, con la finalidad de poder completar el proceso de adaptaciones de los reglamentos mencionados y la cuarta que hace referencia a las Indicaciones geográficas de bebidas espirituosas, que sustituye a las Denominaciones geográficas, de acuerdo con el Reglamento (CE) 110/2008, del Parlamento europeo y del Consejo, de 15 de enero de 2008, relativo a la definición, designación, presentación, etiquetado y protección de la indicación geográfica de bebidas espirituosas y por el que se deroga el Reglamento (CEE) 1567/89 del Consejo. Este Reglamento está derogado con efectos a partir del 25 de mayo de 2021 por el artículo 49.1 del Reglamento 2019/787/(UE), de 17 de abril, Definición, designación, presentación y etiquetado de las bebidas espirituosas, la utilización de los nombres de las bebidas espirituosas en la presentación y etiquetado de otros productos alimenticios, la protección de las indicaciones geográficas de las bebidas espirituosas y la utilización de alcohol etílico y destilados de origen agrícola en las bebidas alcohólicas, y por el que se deroga el Reglamento (CE) núm. 110/2008.

⁸⁴⁷ La Disposición Final Primera de la Ley de Calidad Agroalimentaria de Cataluña autorizaba al Gobierno y al consejero competente en materia agroalimentaria para que pudiese dictar las normas necesarias para el desarrollo por reglamento de la Ley.

⁸⁴⁸ Las DOP e IGP están reguladas en los artículos 3-45, las denominaciones geográficas de bebidas espirituosas en los artículos 46-51, las ETG en los artículos 52-58, la artesanía alimentaria en los artículos 86-109 y el inventario de productos de la tierra en los artículos 110-117.

⁸⁴⁹ La Marca de calidad alimentaria “Marca Q”, está registrada pero caducada como marca de tipo individual en la OEPM con los números de solicitud M1156986 a M1156990 para los productos de las

reglamento específico, que cumplen los requisitos de los grados superiores de la normativa vigente en materia de calidad agroalimentaria y que son certificadas por entidades externas (art. 59.1).

Tiene una vigencia indefinida, su uso no está sujeto al pago de tasa alguna y los adjudicatarios tienen que hacerse cargo de los costes de certificación⁸⁵⁰.

El Decreto describe en el artículo 59.2 cómo es el distintivo de la marca⁸⁵¹ y que ésta podrá ser otorgada a todo producto alimentario siempre que se cumplan los requisitos establecidos en el Decreto y las normas de desarrollo que se regulen en cada reglamento específico (art. 59.4).

La “Marca Q”, según establece el artículo 60, podrá ser utilizada en los productos agroalimentarios de calidad que tengan regulada la marca de calidad alimentaria de acuerdo con los procedimientos señalados en los artículos 61⁸⁵² y 62⁸⁵³, los productos amparados por DOP, IGP y ETG, Denominaciones geográficas de bebidas espirituosas⁸⁵⁴

clases 29 a 33 respectivamente; sin embargo, está vigente y registrada como marca comunitaria de tipo individual en la EUIPO con el número de solicitud 000337980 para los productos de las clases 29 a 33. Posteriormente a estos registros, el Departamento de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalidad de Cataluña registró como clase 35 (slogan o frase publicitaria) para distinguir los productos protegidos por las marcas M1156986 a M1156990 las marcas “Q Cataluña Alimentación Mediterránea de Calidad” bajo el número de solicitud M1782161 y “Q Alimentación Mediterránea de Calidad” con el número de solicitud M1782166 con el fin de utilizarlas en campañas de difusión y ferias en el extranjero, de ahí que estos dos eslóganes fueron registrados en la OEPM en las versiones traducidas en Catalán (M1782160 y M1782165), Francés (M1782162 y M1782167), Alemán (M1782163 y M1782168), Italiano (M1782169 y M1782170) o Inglés (M1782159 y M1782164). Para más información consultar el siguiente enlace: http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/distintius-origen-qualitat-agroalimentaria/dar_mq/

⁸⁵⁰ La vigencia indefinida, el uso de la marca exento del pago de tasas y que los adjudicatarios tienen que hacerse cargo de los costes de certificación es una información que no está recogida en el Decreto 285/2006, sino que ha sido facilitada por correo electrónico el 14 de marzo de 2019 por la responsable del servicio de promoción de la calidad agroalimentaria de la Dirección General de Alimentación, Calidad e Industrias Agroalimentarias del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación.

⁸⁵¹ El distintivo consiste en un lacre de color rojo con la letra Q dorada en el centro. En este lacre constará la indicación “Calidad Alimentaria. Decreto (normativa de autorización de cada producto)” en color blanco sobre fondo rojo y rodeando la Q. Aunque el modelo de este distintivo, según el artículo 59.3, puede ser modificado por Resolución del Consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, según información facilitada el 8 de julio de 2020 por correo electrónico del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, “*en la práctica, se ha pasado a reproducir habitualmente el logotipo con un único color (rojo) para modernizar la imagen y sobretodo, para facilitar su reproducción e impresión dado que de esta manera es más económica su impresión. No se ha publicado ninguna resolución en este sentido*”.

⁸⁵² El artículo 61 establece el procedimiento para el reconocimiento de productos con Marca Q en un sector agroalimentario.

⁸⁵³ El procedimiento de adjudicación de la “Marca Q” a productores, transformadores o comercializadores viene establecido en el artículo 62.

⁸⁵⁴ Según la disposición final cuarta, las referencias a las Denominaciones geográficas de bebidas espirituosas contenidas en el Decreto 285/2006, deben entenderse referidas a las Indicaciones geográficas de bebidas espirituosas de acuerdo con el Reglamento (CE) 110/2008, del Parlamento europeo y del Consejo, de 15 de enero de 2008, relativo a la definición, designación, presentación, etiquetado y protección de la

y en los productos procedentes de la producción ecológica y de la producción integrada en Cataluña que cumplan los requisitos establecidos en el Decreto.

Su utilización deberá realizarse con arreglo al manual de autorización aprobado por el Director general competente en materia de calidad agroalimentaria y el etiquetado y la publicidad de los productos con “Marca Q” de un adjudicatario no podrán dar lugar a confusión entre los productos que la tienen y los que no (art. 63).

Por esta razón, el artículo 64 dispone que en el etiquetado irá impreso de manera obligatoria y destacada el logotipo de la “Marca Q”, la marca del producto, el nombre de la entidad que realiza la certificación precedida de la leyenda “certificado por”, las menciones obligatorias que se establezcan en el reglamento de cada producto y la información obligatoria establecida en las normas generales de etiquetado, presentación y publicidad de productos alimentarios, además de los datos que con carácter general determine la legislación vigente.

A los adjudicatarios de la marca que se les haya retirado el otorgamiento de la misma por incumplimientos muy graves de acuerdo con el procedimiento de certificación⁸⁵⁵ y de los documentos relacionados, no podrán volver a ser beneficiarios de la misma hasta al cabo de cinco años (art. 66).

La Comisión Catalana de la Marca de Calidad Alimentaria⁸⁵⁶ también está regulada en el Decreto y en él se establece su finalidad, funciones, composición⁸⁵⁷ y funcionamiento.

indicación geográfica de bebidas espirituosas y por el que se deroga el Reglamento (CEE) 1567/89 del Consejo.

⁸⁵⁵ La certificación de un producto amparado por la “Marca Q” deberá realizarla una entidad independiente de certificación de las establecidas en el artículo 57 contratada por la empresa titular del producto amparado y teniendo en cuenta las obligaciones establecidas en el artículo 83.

⁸⁵⁶ La Comisión Catalana de la Marca de Calidad Alimentaria fue creada en el artículo 21 de la Ley de Calidad Agroalimentaria de Cataluña y ha sido desarrollada por el Decreto en el Capítulo II del Título III.

⁸⁵⁷ El Decreto 17/2012, de 21 de febrero reduce sustancialmente el número de miembros que constituyen la Comisión Catalana de la Marca de Calidad Alimentaria, pasando de 15 miembros con derecho a voto a sólo 7, respetando los mínimos de composición establecidos en el artículo 21 de la Ley 14/2003. Esta reducción implica suprimir la participación de los representantes de los adjudicatarios de la “Marca Q”, designados por estos, por considerarlo contrario al artículo 14 de la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, que prohíbe la intervención directa o indirecta de competidores en la concesión de autorizaciones o en la adopción de decisiones de las autoridades competentes.

La finalidad de la Comisión, según establece el artículo 67, es emitir informes sobre los reglamentos de las marcas de calidad alimentaria. Sus principales funciones que enumera el artículo 68 consisten en informar con carácter preceptivo sobre la solicitud de reglamentación de la marca de calidad alimentaria, estudiar y proponer las disposiciones reguladoras que afecten a la “Marca Q”, los nuevos sectores agroalimentarios que pueden ser reglamentados en el futuro y las condiciones que regulan la utilización en el etiquetado y la publicidad del distintivo y por último, también tiene entre sus funciones, la posibilidad proponer medidas destinadas al fomento y a la protección de la marca.

En relación a los registros, se regulan el Registro de distintivos de origen y calidad agroalimentaria de Cataluña (arts. 73 a 79)⁸⁵⁸ y el Registro de entidades de control y certificación de productos agroalimentarios de Cataluña (art. 80).

El primer registro tiene como finalidad conocer, a través de su inscripción, las DOP, IGP y sus consejos reguladores, los operadores de ETG, los operadores de las denominaciones geográficas y si procede sus órganos de gobierno y los adjudicatarios de marcas de calidad (art. 73). Este registro, artículo 74, está dividido en cinco secciones, cuatro de ellas dependiendo del distintivo de calidad (DOP e IGP, ETG, Denominaciones geográficas y Marca Q) y la última en la que constarán los productos de la tierra incluidos en el inventario⁸⁵⁹.

Respecto al otro registro, el de entidades de control y certificación de productos agroalimentarios de Cataluña⁸⁶⁰, tiene como objeto la inscripción de entidades dedicadas al control y/o la certificación de los productos amparados por una figura de calidad que quieran actuar en Cataluña en materia de calidad agroalimentaria.

El artículo 80.7 establece que este registro se divide en dos secciones⁸⁶¹:

⁸⁵⁸ El Decreto regula la forma de acceso a este registro, su gestión e inscripción, los datos a inscribir tanto de los distintivos de origen y calidad o productos de la tierra como de los operadores y la integración de esta información en los Registros del Departamento de Agricultura, Ganadería y Pesca.

⁸⁵⁹ El inventario de productos de la tierra puede consultarse en el siguiente enlace: <http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/segells-qualitat-diferenciada/inventari-productes-terra/>

⁸⁶⁰ Este registro sustituye al anterior que fue creado por la Orden de 16 de noviembre de 2000 y puede consultarse en el siguiente enlace: <http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/segells-qualitat-diferenciada/entitats-control-certificacio-productes-agroalimentaris/registre-dentitats/>

⁸⁶¹ Una de las principales modificaciones que introduce el Decreto 17/2012, es la redacción del apartado 7 del artículo 80 en el que reestructura el Registro de entidades de control y certificación de productos agroalimentarios de Cataluña dividiéndolo en dos secciones.

- La sección de las entidades dedicadas al control y/o la certificación de los productos amparados por una DOP, IGP, ETG, para indicaciones geográficas de bebidas espirituosas, DOP e IGP de productos de origen vitivinícolas y de los productos que procedan de la agricultura ecológica, y otros que pueda establecer la normativa, respecto de los que la normativa comunitaria requiere la realización de controles oficiales, y por lo tanto la verificación del cumplimiento del pliego de condiciones debe ser realizada por la autoridad competente o mediante delegación de esa competencia en un organismo de control.

- La sección de las entidades de control y certificación de aquellos productos amparados por la “Marca Q”, la producción integrada, los pliegos de condiciones del etiquetado voluntario de carne, así como de otros distintivos de calidad o de forma de producción de los que la normativa comunitaria no establezca que la verificación del cumplimiento del pliego de condiciones requiera un control oficial.

Por último, el artículo 118.1 que regula el régimen sancionador por los incumplimientos de las obligaciones previstas en el Decreto nos remite al régimen sancionador previsto en el Título IV de la Ley de Calidad Agroalimentaria de Cataluña analizado anteriormente. Cuando se incoen o se impongan sanciones a productos amparados por una DOP o IGP, el apartado 2 de este artículo 118 dispone que el órgano competente deberá informar a los consejos reguladores de estas figuras de calidad.



Figura 16. Logotipo de la marca de calidad agroalimentaria “Marca Q” registrada como marca de tipo individual en la EUIPO con el número 000337980 para los productos de las clases 29, 30, 31, 32 y 33.

9. Marca de garantía “RC”.

Para garantizar la calidad de los productos agroalimentarios en La Rioja en 1988 se creó la denominación “La Rioja Calidad”⁸⁶² y posteriormente el Decreto 6/1999, de 19 de febrero, aprobó el Reglamento que establecía la marca de garantía “RC” para productos agrarios y agroalimentarios⁸⁶³, marca de garantía que se encuentra registrada en la OEPM con la denominación “RC registrado y certificado por el Gobierno de La Rioja” para aquellos productos agrarios y agroalimentarios que cumplan los reglamentos técnicos específicos y poder así garantizar la calidad singular de los mismos siempre que así lo acrediten cumpliendo las reglamentaciones de calidad.

El órgano⁸⁶⁴ encargado de gestionar esta nueva marca de garantía podrá adoptar, dentro de sus competencias, según dispone el artículo 3, las reglamentaciones de calidad⁸⁶⁵ que estime convenientes sobre los productos, especialmente sobre los métodos de producción y elaboración, la composición y las características de los productos y a sus rasgos y condiciones de calidad más significativos.

Estas reglamentaciones de calidad tienen carácter técnico, finalidad comercial y no podrán contener en ningún caso menores exigencias que las establecidas en las reglamentaciones técnico-sanitarias de aplicación.

El Anexo del Decreto contiene el reglamento de uso de la marca de garantía. El artículo 1.1 establece que la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural autorizará el uso de la marca de garantía a los operadores que lo soliciten según lo establecido en el reglamento de uso y en relación a los productos agrarios y agroalimentarios que tengan una reglamentación específica de calidad.

⁸⁶² El Decreto 67/1988, de 26 de diciembre, creó la denominación “La Rioja Calidad” para productos agroalimentarios, no vínicos, producidos en la Comunidad de La Rioja y aunque el Decreto 71/1990, de 28 de junio, modificó la denominación de la marca de calidad de “La Rioja Calidad” a “de Calidad”, la marca “La Rioja Calidad” se encuentra registrada en la OEPM como marca de tipo individual con los números de solicitud M2920369 y M2955612 porque aunque la denominación de la marca en ambos registros en la misma, “La Rioja Calidad”, los logotipos son diferentes.

⁸⁶³ Para más información, consultar el siguiente enlace: http://www.lariojacapital.com/alimentos_de_la_rioja/18-RC_Registrado_Certificado_Gobierno_Rioja.

⁸⁶⁴ La marca de calidad “RC” está gestionada por la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural a través de la Dirección General de Agricultura, Ganadería e Industrias Agroalimentarias de la Comunidad autónoma de La Rioja.

⁸⁶⁵ Las reglamentaciones de calidad tienen carácter técnico, finalidad comercial y no podrán contener en ningún caso menores exigencias que las establecidas en las reglamentaciones técnico-sanitarias de aplicación.

El uso de la marca se podrá autorizar para un solo producto o para un grupo de ellos siempre que éstos últimos tengan una única y común reglamentación de calidad específica (art. 2).

Los productos que pueden usar esta marca de garantía vienen enumerados en la Orden 13/2001, de 27 de febrero, por la que se amplía la Orden 28/2000, de 6 de julio⁸⁶⁶, por la que se desarrolla el Decreto 6/1999 que aprueba el Reglamento de la marca de garantía “RC” para productos agrarios y agroalimentarios.

Estos productos son: el agua mineral natural, café, frutas y hortalizas frescas, conservas vegetales, productos deshidratados y congelados, productos cárnicos elaborados, miel, caramelos, galletas, embutidos de productos de la pesca y semiconservas de anchoas en salazón o en aceite, quesos, vinagres vínicos, pacharán, aguardientes, licores y otras bebidas derivadas de alcoholes naturales, fardelejos, platos preparados tradicionales y mazapán de Soto.

El reglamento de uso crea en el artículo 9 el Registro de Productos Agroalimentarios con Marca de Calidad “RC”, de carácter público y en el que se inscribirán los productos agrarios y agroalimentarios para los que se haya autorizado el uso de la marca de calidad y los operadores autorizados⁸⁶⁷.

La autorización de uso podrán solicitarla, según el artículo 3.1, las entidades asociativas privadas⁸⁶⁸, sin ánimo de lucro, constituidas por los operadores de los productos de que se trate (productores, transformadores y comercializadores) con el objeto de la gestión del uso autorizado de la marca en las condiciones establecidas por sus asociados que cumplan lo dispuesto en el reglamento, en la reglamentación de calidad del producto y en la autorización que se dicte en cada caso.

⁸⁶⁶ Ambas Órdenes pueden consultarse en el siguiente enlace: <https://www.larioja.org/normativa-autonomica/es?modelo=NA&materiaP=030&materiaS=030&materiaT=050> y en ellas se aprueban los reglamentos de utilización de la marca de garantía “RC” para determinados productos o grupos de productos.

⁸⁶⁷ En la inscripción se anotarán sus datos de identificación, el producto a que se refiere y la marca o marcas comerciales con las que opera. Las entidades asociativas gestoras de las autorizaciones deberán de actualizar mensualmente estos datos cuando se produzcan modificaciones (art. 9. 2 y 3).

⁸⁶⁸ Según establece el artículo sexto, las entidades asociativas constituidas para la gestión de la autorización del uso de la marca “RC” deberán cumplir dos funciones que constarán expresamente en sus normas constitutivas: desarrollar las actividades de promoción comercial del producto/s amparados y velar por el correcto uso de la marca de calidad por sus asociados, adoptando las medidas de control establecidas estatutariamente y las que dispongan sus órganos de gobierno, además de las que resulten de este reglamento o de la resolución de autorización del uso de la marca.

También podrán solicitar la autorización directamente, y así concederse de forma motivada⁸⁶⁹, las personas físicas o jurídicas que produzcan, elaboren, transformen y comercialicen el producto para el que se pretenda la autorización, siempre y cuando lo justifiquen las características especiales del sector o las singularidades del producto o productos afectados (art. 3. 2).

La solicitud de autorización deberá acompañarse, artículo 4. 2, de la documentación acreditativa de la identidad del solicitante, en su caso de los estatutos de la entidad asociativa, y de la relación de operadores y de sus marcas registradas que vayan a hacer uso de la marca de calidad “RC”.

En relación a la vigencia de la autorización de uso, el artículo 5 establece que será de un año, transcurrido el cual y sin necesidad de mediar comunicación expresa, se considerará renovada por períodos sucesivos de dos años cada uno⁸⁷⁰.

Los asociados de las entidades asociativas constituidas para la gestión de la autorización de uso de la marca deberán cumplir las dos funciones que enumera el artículo sexto y que han de constar expresamente en sus normas constitutivas: desarrollar las actividades de promoción de los productos amparados y velar por el correcto uso de la marca de calidad por sus asociados adoptando las medidas de control establecidas estatutariamente, las que dispongan sus órganos de gobierno, y las que resulten del reglamento o de la resolución de autorización del uso de la marca.

En cuanto a la vigilancia y control del uso de la marca, el reglamento establece en el artículo 7. 1 que la Consejería, a través del órgano competente, podrá realizar el control externo del uso de la marca y de los productos autorizados para verificar que responden a las características autorizadas y podrá formular y tramitar las correspondientes denuncias a los órganos sancionadores competentes.

Las entidades asociativas gestoras de la autorización y las personas físicas o jurídicas directamente autorizadas contratarán, previa autorización del órgano

⁸⁶⁹ La Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural podrá revocar las autorizaciones concedidas, con un preaviso de un año, cuando se considere que han cambiado las causas que justificaron la autorización directa de carácter individual, y existieran las condiciones para una entidad asociativa de operadores (art. 3. 3).

⁸⁷⁰ Estas renovaciones automáticas podrán ser dejadas sin efectos, con carácter previo, mediante resolución de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural motivada en el incumplimiento del régimen de la autorización (art. 5).

competente, una empresa o profesional de carácter independiente e imparcial, con capacidad técnica y económica acreditadas, que realice el control externo del cumplimiento del régimen de la marca de calidad y en especial de la reglamentación de calidad por los productos amparados (art. 7.3).

El uso del distintivo, según el artículo 8 será obligatorio para los operadores autorizados cumpliendo las condiciones exigidas y podrá ser utilizado junto con la identificación propia y específica de cada operador.



Figura 17. Logotipo de la marca de garantía “RC Registrado y certificado por el Gobierno de La Rioja” registrada en la OEPM con el número M2882951 (en el que se fusionan los expedientes número M2223572, M2223573, M2223574, M2223576 y M2223577), para los productos y servicios de las clases 29, 30, 31, 35 y 39.

10. Marca de garantía “Reyno Gourmet”.

Aunque la crisis económica de estos años le ha afectado negativamente, la industria agroalimentaria es un sector fundamental para el desarrollo económico de Navarra y es importante señalar que el sector agroalimentario es un sector que está continuamente innovando, reinventándose y adaptándose tanto a las nuevas exigencias de los consumidores como a las nuevas tecnologías y a los nuevos canales de ventas.

La Comunidad Foral de Navarra no tiene una normativa específica que se ocupe de regular los distintivos de calidad agroalimentarios⁸⁷¹, así que en esta materia se estará a lo dispuesto en la normativa europea y estatal específica.

Para promocionar las denominaciones de calidad de los productos agroalimentarios navarros y conseguir una imagen común que los identifique en el mercado, el Gobierno de Navarra creó el Instituto Navarro de Tecnologías e Infraestructuras Agroalimentarias (en adelante INTIA) cuya División Alimentaria ha hecho una gran labor promocional tanto de los productos agroalimentarios de calidad diferenciada como de la marca de garantía “Reyno Gourmet”.

⁸⁷¹ Los productos acogidos a certificaciones de calidad en la Comunidad Foral de Navarra pueden consultarse en el siguiente enlace: <http://www.reynogourmet.com/index.php/es/denominaciones>

La marca de garantía “Reyno Gourmet”⁸⁷² se creó para identificar, amparar y promover los productos agroalimentarios navarros que tengan unas características específicas que los hagan diferentes al resto de los de su misma especie y su régimen jurídico, según establece el artículo 2. 3 y 16 del reglamento de uso, lo constituye su reglamento de uso, la Ley de Marcas y el resto de la legislación vigente aplicable.

El reglamento de uso tiene por objeto en su artículo 1 establecer y regular el uso de la marca de garantía que identifica y ampara aquellos productos agroalimentarios que por su reconocimiento en la Comunidad Foral de Navarra y sus características específicas son susceptibles de diferenciación.

Esta marca de garantía es un instrumento fundamental para amparar y promover los productos de calidad agroalimentaria de Navarra y su finalidad es dotar de una imagen común a estos productos para impulsar su notoriedad y defender una posición adecuada en los mercados tanto de los productos por ella amparados como de las empresas que los producen y/o elaboran (art. 2. 2).

El reglamento de uso⁸⁷³ enumera en el artículo 4 los productos⁸⁷⁴ que puede amparar la marca y los clasifica en cuatro grupos: los productos agroalimentarios de Navarra con reconocimiento europeo, los que tengan un reconocimiento normativo de Navarra, los elaborados conforme a las directrices establecidas en Referenciales o Normas de Aseguramiento de la Calidad y certificados por organismos de certificación externos y por último, los productos agroalimentarios certificados conforme a referenciales de producto privado que establezcan requisitos de calidad diferenciada.

En el primer grupo de productos amparables por la marca de garantía, es decir, en el grupo de los productos agroalimentarios de Navarra con reconocimiento europeo, están los productos reconocidos como DOP, IGP, ETG y la producción ecológica (art. 4.1).

⁸⁷² El titular de la marca de garantía “Reyno Gourmet” es el Instituto Navarro de Tecnologías e Infraestructuras Agroalimentarias. Para más información sobre la marca podemos acudir al siguiente enlace: <http://www.reynogourmet.com/index.php/es/reyno-gourmet>

⁸⁷³ Puede consultarse en el siguiente enlace: http://www.reynogourmet.com/images/descargas/REGLAMENTO_USO_MARCA_REYNO_GOURMET.pdf

⁸⁷⁴ El reglamento de uso crea en el artículo 9 el Registro de Empresas y Productos autorizados para el uso de la marca “Reyno Gourmet”, en el que constarán, al menos, todos los datos requeridos en los impresos de “solicitud” y “ficha de productos” y se dejará constancia de la integración y uso efectivo de la marca Reyno Gourmet en el etiquetado de los productos para los que ésta ha sido autorizada.

Los productos reconocidos como DOP, IGP y ETG tienen prioridad en la concesión del uso de la marca pero tienen que solicitar su incorporación a la misma asumiendo los pliegos de condiciones correspondientes. En el caso de productos ecológicos, éstos tienen que ser elaborados y certificados totalmente en Navarra y en el caso de que exista una DOP, IGP o ETG que proteja el mismo producto para el que se solicita el uso de la marca en producción convencional, el producto ecológico deberá cumplir el pliego de condiciones correspondiente a la DOP, IGP o ETG referida (art. 4.2).

El siguiente grupo de productos amparables por la marca de garantía está regulado en el artículo 4.2 y lo constituyen aquellos productos agroalimentarios que cuentan con un reconocimiento normativo de Navarra, como son los productos procedentes de la artesanía agroalimentaria⁸⁷⁵ y los de la producción integrada de Navarra⁸⁷⁶. En relación a los productos procedentes de la artesanía agroalimentaria de Navarra, éstos deberán ser elaborados por empresas inscritas en el Registro de Empresas Artesanales Agroalimentarias, certificados por organismos de control oficialmente autorizados y haber sido elaborados totalmente en Navarra. Respecto a los productos procedentes de la producción integrada de Navarra éstos deberán ser conformes a la Norma Técnica de Producción Integrada y el solicitante deberá aportar un documento que justifique el diferencial de calidad que el producto presenta para que pueda ser amparable.

También podrán ser amparables por la marca de garantía, según el apartado 3 del artículo 4, los productos elaborados conforme a las directrices establecidas en Referenciales o Normas de Aseguramiento de la Calidad⁸⁷⁷, certificados por organismos de certificación externos, que han de estar elaborados totalmente en Navarra (si son productos frescos deberán de ser origen Navarra) y deberán ser conformes a una Norma Técnica Específica promovida o aceptada por el INTIA y que tiene que incluir los aspectos diferenciales de calidad que el producto presenta para ser amparable.

El último grupo de productos amparables por la marca de garantía lo forman los productos certificados conforme a referenciales de producto privados que establezcan

⁸⁷⁵ La Artesanía Agroalimentaria en Navarra está regulada en el Decreto Foral 103/1994, de 23 de mayo de 1994.

⁸⁷⁶ La legislación autonómica sobre esta materia podemos consultarla en el siguiente enlace: <http://www.navarra.es/NR/exeres/FEE3C907-210B-4D25-8A3E-89975BF38ADF.htm>.

⁸⁷⁷ BRC, IFS, ISO 22000, GLOBALGAP, etc...

requisitos de calidad diferenciada, los cuales tienen que ser elaborados totalmente en Navarra y contar con la aprobación expresa de la Comisión Reyno Gourmet (art. 4. 4).

Es importante señalar que en el caso de que los productos artesanos o los productos elaborados conforme a las directrices establecidas en Referenciales o Normas de Aseguramiento de la Calidad puedan entrar en conflicto con DOP's, IGP's o ETG's reconocidos en Navarra, éstos deberán de ser valorados caso a caso y contar con la aprobación expresa de la Comisión de Reyno Gourmet (arts. 4.2. a) y 4.3).

Respecto a la solicitud de uso de la marca, el artículo 5 establece que podrá ser solicitada⁸⁷⁸ por productores y/o elaboradores de los productos amparables cuya sede social e instalaciones se encuentren ubicadas en el territorio de la Comunidad Foral de Navarra, por los Consejos Reguladores allí reconocidos y por las Agrupaciones representantes de productos amparados por una certificación de calidad.

El reglamento de uso también dispone que se podrá solicitar el uso de la marca de garantía tanto para las marcas de fabricante del solicitante como para marcas de distribuidor siempre y cuando cumplan los requisitos del producto amparable (último párrafo del artículo 5).

La autorización de uso de la marca, según el artículo 7, tiene una vigencia indefinida salvo que el solicitante incurra en alguno de los supuestos de revocación de la autorización enumerados en el reglamento de uso. Cualquier cambio producido en el cumplimiento de los requisitos requeridos para la autorización deberá ser notificado al titular de la marca de garantía para que tome las medidas oportunas y pueda garantizar el cumplimiento del reglamento y solicitar, en cualquier momento, la información que considere oportuna para comprobar el mantenimiento de las condiciones que dieron lugar a la autorización de uso de la marca.

⁸⁷⁸ Se podrá solicitar el uso de la marca de garantía tanto para las marcas de fabricante del solicitante como para marcas de distribuidor siempre y cuando cumplan los requisitos del producto amparable (último párrafo del artículo 5).

En relación a los controles de calidad⁸⁷⁹ que hay que realizar a los productos amparados por la marca, el reglamento de uso establece en el artículo 8 un sistema de control basado en la figura de calidad que ampara al producto.

Así, para productos amparables por la marca de garantía como DOP, IGP, ETG, producción ecológica, artesanía agroalimentaria y producción integrada de Navarra, se entenderán suficientes los controles efectuados por sus respectivos organismos de control y certificación, aunque el Comité Técnico o la Comisión Reyno Gourmet podrán solicitar, de forma excepcional y expresamente, los controles adicionales que consideren si las circunstancias así lo requieren.

En cambio, para los productos amparables conforme a referenciales o normas de aseguramiento de la calidad y a referenciales privados que establezcan requisitos de calidad diferenciada, el control de los mismos se efectuará de oficio con una visita de inspección anual. Estas auditorías de control se realizarán según el programa de control aprobado por el Comité Técnico para verificar las características diferenciales del producto que han servido como fundamento para conceder la autorización de uso así como para el mantenimiento de un sistema de autocontrol del usuario de la marca de garantía que permita constatar documentalmente las condiciones de trazabilidad del producto y verificación del producto final etiquetado.

La concesión de la autorización de uso de la marca de garantía por parte del titular de la misma a los usuarios autorizados genera una serie de derechos y obligaciones para ambas partes.

Las funciones y obligaciones del titular de la marca de garantía, según establece el artículo 10, consisten en resolver las solicitudes de uso de la marca conforme al reglamento, desarrollar la actividad de control, la creación y el mantenimiento del Registro de empresas y productos autorizados para el uso de la marca “Reyno Gourmet”, y velar por el correcto uso de la marca.

Como últimas funciones y obligaciones, el INTIA es el encargado de promover todo tipo de acciones que potencien el desarrollo de la marca de garantía, impulsen su notoriedad y permitan su reconocimiento en el mercado y también de garantizar la

⁸⁷⁹ La autoridad competente para realizar el control oficial de las figuras de calidad diferenciada de Navarra es la Dirección General de Desarrollo Rural del Departamento de Desarrollo Rural, Medio Ambiente y Administración Local del Gobierno de Navarra.

confidencialidad de todos los datos relativos a la empresa y los productos facilitados por los solicitantes para el procedimiento de autorización del uso de la marca (a excepción de aquellos de orientación comercial).

El artículo 11.1 enumera los derechos que tienen los usuarios autorizados de la marca, entre los que cabe destacar, usar la marca y el logotipo en las etiquetas de los productos según lo establecido en el reglamento de uso, hacer constar su condición de empresa autorizada para la comercialización de productos amparados por la marca de garantía en actos sociales, mercantiles y promocionales o en otros soportes promocionales autorizados por el titular de la marca y solicitar la suspensión voluntaria de autorización de la marca.

También tienen derecho a recurrir ante la Comisión las decisiones adoptadas por el Comité Técnico, a tener garantizada la confidencialidad de los datos suministrados para desarrollar el procedimiento de autorización de la marca y a la difusión comercial de su condición de empresa “Reyno Gourmet”, si procede, en los actos promocionales promovidos por el titular de la marca de garantía.

Además de éstos derechos, los usuarios autorizados a usar la marca de garantía están obligados, según el artículo 11. 2, a cumplir con las disposiciones recogidas en el reglamento de uso, facilitar los procesos de control que sean necesarios a requerimiento del titular de la marca y hacer un correcto uso de la marca y logotipo “Reyno Gourmet” conforme al manual de imagen de la marca⁸⁸⁰.

Las últimas obligaciones de los usuarios autorizados a usar la marca que enumera el reglamento de uso consisten, en caso de revocación de la autorización de uso de la marca, en eliminar todo tipo de referencia, empleo y comunicación relativa a la misma, notificar al titular de la marca cualquier modificación en las condiciones que llevaron a la concesión de la autorización de uso de la marca, abonar el canon anual correspondiente por utilización de la marca y por último cumplir, en todo caso, con la normativa vigente que les resulte de aplicación en todos los ámbitos de su actividad.

En cuanto a las funciones del Comité Técnico y de la Comisión Reyno Gourmet, éstas vienen enumeradas en los artículos 12 y 13 del reglamento de uso respectivamente.

⁸⁸⁰ Puede consultarse en el siguiente enlace:
http://www.reynogourmet.com/images/descargas/MANUAL_EMPRESAS.pdf

Las principales funciones del Comité Técnico son valorar y resolver las solicitudes de uso de la marca con arreglo al reglamento, aprobar el Programa de control para los productos elaborados conforme a las directrices establecidas en Referenciales o Normas de Aseguramiento de la Calidad y productos certificados conforme a referenciales de producto privados que establezcan requisitos de calidad diferenciada, proponer, con carácter excepcional y de forma expresa, requerimientos adicionales de control si procede y elevar a la Comisión los casos de solicitudes de productos amparables por la marca de garantía acompañándolos del informe de valoración previa.

También es importante señalar las funciones del Comité Técnico que están relacionadas con proponer a la Comisión las revocaciones del uso de la marca, detectar, controlar y resolver posibles incidencias relativas al uso de la marca, supervisar el Registro de Empresas y Productos autorizados para el uso de la marca, y por último velar por el buen uso de la marca y desarrollar todas aquellas funciones que le sean encomendadas por la Comisión.

Respecto a las funciones que desempeña la Comisión Reyno Gourmet, recogidas en el artículo 13.2, hacen referencia al seguimiento periódico de toda la actividad relativa al uso de la marca de garantía, valorar y aprobar expresamente las solicitudes de productos amparables, y solicitar con carácter excepcional y de forma expresa, controles adicionales para los productos elaborados conforme a las directrices establecidas en Referenciales o Normas de Aseguramiento de la Calidad y productos certificados conforme a referenciales de producto privados que establezcan requisitos de calidad diferenciada.

La Comisión Reyno Gourmet también tiene encomendadas las funciones de resolver las propuestas de revocación de uso de la marca a propuesta del Comité de Control y previo informe de éste y los recursos presentados por los solicitantes del uso de la marca, supervisar las actividades del Comité Técnico, promover cualquier tipo de actividad o actuación que fomente el uso de la marca de garantía, favorezca su notoriedad y su reconocimiento en el mercado, difundir el conocimiento e interés del uso de la marca, y en general, velar por el buen uso de la marca.

La autorización de uso puede ser revocada de forma temporal durante un año o de forma definitiva cuando se incumplan las condiciones recogidas en el reglamento de uso para el correcto uso de la marca sin perjuicio de otras responsabilidades en las que se hubiera podido incurrir (art. 14).

Por último, las empresas autorizadas tienen que pagar un canon anual⁸⁸¹ establecido para el uso de la marca de garantía por su condición de empresa y referencias autorizadas.



Figura 18. Logotipo de la Marca de garantía “Reyno Gourmet” registrada en la OEPM con el número de solicitud M3078234 para los productos de las clases 05, 29, 30, 31 (limitada), 32 y 33.

11. Marca de garantía “Tierra de Sabor” (remisión).

⁸⁸¹ A título de ejemplo, las tarifas/canon para el año 2019 para la empresa PYME / no PYME fueron de 255/510 € para productos DOP, IGP, ecológicos, artesanos y de la producción integrada y de 612/1.224 € para productos BCR/IFS (que son referenciales o normas de aseguramiento de la calidad) respectivamente. El canon anual implica la autorización para el uso de la marca en 15 productos sin coste. Los productos sucesivos se facturarán a un coste de 31 € por producto y año. Esta información fue facilitada por correo electrónico el 18 de febrero de 2019 por la responsable del Departamento de Administración de la División Alimentaria del INTIA.

CAPÍTULO CUARTO

INTEGRACIÓN DE LA MARCA INSTITUCIONAL EN EL SISTEMA DE CALIDAD AGROALIMENTARIA AUTONÓMICO: EL CASO DE CASTILLA Y LEÓN

I. ANTECEDENTES.

A) Consideraciones generales.

En 1987 la Comunidad Autónoma de Castilla y León creó el distintivo “Alimentos Tradicionales de Castilla y León” para identificar y conocer sus productos agroalimentarios por medio del Decreto 98/1987, de 15 de abril, por el que se crea y reglamenta el uso del distintivo “Alimentos Tradicionales de Castilla y León”. Pero este primer distintivo sólo tenía la función indicadora de la procedencia del producto y no podía garantizar la calidad del mismo porque las marcas de garantía aparecieron por primera vez en nuestra legislación en la Ley 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas⁸⁸², pues en la anterior legislación vigente, el Estatuto de la Propiedad Industrial de 1929⁸⁸³, no estaban contempladas.

A partir de 1992 la Comunidad Europea empezó a regular la utilización de los nombres geográficos en los productos alimenticios. Dado que esa nueva regulación impidió el desarrollo adecuado de esta primera marca de calidad, la Junta de Castilla y León optó por dictar el Decreto 92/1999, de 29 de abril, que derogó el Decreto 98/1987 por el que se creaba y reglamentaba el uso del distintivo “Alimentos Tradicionales de Castilla y León”.

Con la nueva Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas vigente y teniendo en cuenta la normativa comunitaria sobre la materia, se aprobó el Decreto 6/2005, de 13 de enero, por el que se establecía un nuevo distintivo de calidad para los productos agroalimentarios de Castilla y León.

Este distintivo además de asegurar al consumidor la identificación en los mercados de los productos agroalimentarios, la procedencia y una calidad diferenciada reconocida,

⁸⁸² En esta Ley, las marcas de garantía estaban reguladas en los artículos 62 a 64.

⁸⁸³ El Estatuto de la Propiedad Industrial fue aprobado por el Real Decreto-Ley de 26 de julio de 1929, que reformaba la Ley de Propiedad Industrial de 16 de mayo de 1902 y su Reglamento de ejecución de 15 de enero de 1924.

ya sí podía “garantizar” la calidad de esos productos elaborados y distribuidos por personas físicas o jurídicas debidamente autorizadas.

Por último, en 2010, la Junta de Castilla y León quiso potenciar aún más la promoción del sector agroalimentario a través de una nueva marca de garantía que sustituyera a la anterior y para evitar la confusión de los consumidores dictó el Decreto 9/2010, de 25 de febrero, que derogaba el Decreto 6/2005, de 13 de enero, y establecía la obligación de utilizar la nueva marca de garantía “Tierra de Sabor” en todas las actividades de promoción de los productos o las industrias agroalimentarias de Castilla y León que se llevaran a cabo por cualquier órgano de la administración de la Comunidad y por cualquier empresa o fundación pública dependiente de la misma.

La evolución de la marca de calidad que ha venido identificando los productos agroalimentarios desde 1987 hasta la actual ha sido muy importante para el desarrollo económico de la Comunidad. Tan importante que incluso la LACyL recoge en los artículos 133.e), 134.4 y 154, el régimen especial de la marca de garantía “Tierra de Sabor” como una figura de calidad diferenciada de productos agroalimentarios.

Gracias a las campañas de promoción y difusión que hacen la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, así como el Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León (en adelante ITACyL)⁸⁸⁴ para dar a conocer los productos que utilizan la marca de garantía “Tierra de Sabor” y a la gran acogida que han tenido estos productos entre los consumidores y en los mercados, se abrieron nuevos canales de comercialización a nivel internacional a través de la marca “Tierra de Sabor. Heart of Spain. Castilla y León” y se han creado una serie de marcas asociadas más especializadas (sabor gourmet, sabor social, sabor saludable, sabor ecológico y sabor artesano) que han diversificado aún más la oferta⁸⁸⁵.

⁸⁸⁴ Ver la Ley 7/2002, de 3 de mayo, de creación del Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León y el reglamento de desarrollo aprobado por el Decreto 121/2002, de 7 de noviembre de 2002. El ITACyL se creó como una entidad pública regida fundamentalmente por el derecho privado, con personalidad jurídica, plena capacidad de obrar, patrimonio propio y administración autónoma. El objetivo fundamental del ITACyL era potenciar la actividad del sector agrario y de sus industrias de transformación mediante el impulso del desarrollo tecnológico y la dinamización de iniciativas que comportaran nuevas orientaciones productivas o de adecuación del mercado y a sus exigencias de calidad y competitividad.

⁸⁸⁵ Sobre este tipo de marcas, ver el epígrafe Tercero de este Capítulo.

El sector agroalimentario es un sector en constante evolución que día a día sigue innovando y que está comprometido en aumentar la calidad de sus productos siendo respetuoso con el medio ambiente para que esos productos sean lo más naturales posibles.

Así pues, del uso de las marcas de garantía en el sector agroalimentario se benefician todos los integrantes del sector (la Comunidad Autónoma que es titular de la marca, los productores, elaboradores, transformadores, comercializadores y distribuidores y por último los consumidores) y se convierten en un pilar fundamental para el desarrollo del mismo, para las zonas rurales que en estos últimos años sufren la despoblación y para la economía de toda la Comunidad Autónoma.

B) 1987: La creación del distintivo “Alimentos Tradicionales de Castilla y León”.

El sector agroalimentario en Castilla y León siempre se ha caracterizado por su gran diversidad de productos, que han mantenido el sistema de elaboración tradicional y por tanto han ido consiguiendo a lo largo de los años un cierto conocimiento en los mercados. Este aspecto unido a la evolución de los hábitos alimentarios hacia una mayor exigencia en la calidad y referencia al origen de los productos hizo posible la creación de la primera marca de calidad que empezó a identificar los productos agroalimentarios de Castilla y León.

El Decreto 98/1987, de 15 de abril, creó y reglamentó el uso del distintivo “Alimentos Tradicionales de Castilla y León”⁸⁸⁶ para usarlo en los productos de calidad agroalimentarios producidos y/o elaborados en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

La normativa vigente en ese momento era el Estatuto de la Propiedad Industrial de 29 de julio de 1929 en el cual no existía la figura de la marca de garantía. Por eso, este

⁸⁸⁶ Esta marca, que actualmente se encuentra caducada, fue registrada en la OEPM por la Comunidad de Castilla y León con la denominación “Alimentos de Castilla y León Tradicionales” con los números M1193151 a M1193155 para los productos de las clases 29, 33, 31, 30 y 32 respectivamente (Estos productos y servicios no se encuentran disponibles en la OEPM). La posterior regulación por la Comunidad Europea de la utilización de los nombres geográficos en los productos alimenticios a través de los Reglamentos (CEE) 2081/1992 y 2082/1992, impidió el desarrollo adecuado de los planteamientos previstos en el Decreto 98/1987. La Junta de Castilla y León para cumplir con la normativa comunitaria, derogó el Decreto 98/1987 mediante el Decreto 92/1999, de 29 de abril.

primer distintivo sólo tenía la función indicadora de la procedencia del producto pero no podía garantizar la calidad del mismo.

Este distintivo, cuya titularidad pertenecía al patrimonio de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, tenía carácter mixto (gráfico – denominativo)⁸⁸⁷ y en él aparece el escudo oficial de la Comunidad de Castilla y León con las inscripciones en rojo de “Alimentos” en la parte superior y “Tradicionales” en su parte inferior junto con un gallardete amarillo dorado con la inscripción “De Castilla y León” superpuesto al escudo en sentido horizontal.

El objeto del distintivo, según el artículo 4, era establecer una imagen común para los productos agroalimentarios de calidad de Castilla y León que favoreciera su identificación y la realización de ofertas publicitarias y de promoción en los mercados como complemento y apoyo a la promoción de las denominaciones de calidad y marcas de las empresas particulares, públicas o privadas.

Respecto a los productos a los cuales el distintivo podía aplicarse, el artículo 6 distinguía dos categorías:

a) la de los productos agroalimentarios producidos y/o elaborados en el ámbito territorial de la Comunidad de Castilla y León que pudieran estar protegidos por denominaciones de origen u otras denominaciones de calidad establecidas según la normativa vigente, que cumplieran con los controles de calidad de los respectivos consejos reguladores y órganos similares, siempre que la propia regulación de estos productos no se opusiera a lo establecido en el Decreto y

b) la de los productos tradicionales producidos y/o elaborados en el ámbito territorial de la Comunidad de Castilla y León que cumplieran con las categorías de las normas de calidad vigentes y con los requisitos complementarios que se establecían en el Decreto.

En lo que respecta a los usuarios del distintivo, el Decreto establecía en el artículo 7 que el distintivo sólo podía ser utilizado por:

⁸⁸⁷ Según información remitida por el responsable del Servicio de Boletín Oficial de Castilla y León en el Boletín 61/1987, de 6 de mayo se publicó el Decreto, pero no el anexo en el que figuraba la representación gráfica del distintivo.

a) los consejos reguladores de las denominaciones de origen y otras denominaciones de calidad o por las personas físicas o jurídicas inscritas en los mismos;

b) las asociaciones de industrias o agrupaciones sectoriales domiciliadas legalmente en el territorio de la Comunidad de Castilla y León (así como por sus asociados) y

c) toda aquella persona física o jurídica que tuviera su domicilio en el territorio de la Comunidad de Castilla y León y produjera y/o elaborara, previo convenio, alguno de los productos enumerados anteriormente.

Todos los usuarios del distintivo estaban obligados a cumplir estrictamente las condiciones o requisitos que se exigían en los convenios ya que la vulneración de éstos, aparte de las responsabilidades a que pudieran dar lugar, podría conllevar la privación del uso del distintivo.

Por último, se creó el registro de usuarios del distintivo en el que se inscribían los usuarios autorizados para su uso.

C) 2005: El distintivo gráfico de calidad para los productos agroalimentarios.

1. Finalidad del distintivo, titularidad y alcance.

Ya en el marco de la regulación europea de la utilización de los nombres geográficos en los productos alimenticios⁸⁸⁸, la Junta de Castilla y León aprobó el Decreto 6/2005, de 13 de enero, por el que se establecía el distintivo de calidad para los productos agroalimentarios de Castilla y León.

En esta nueva regulación, el distintivo tenía una triple finalidad:

1^a) asegurar al consumidor la identificación en los mercados de los productos agroalimentarios de procedencia y calidad reconocidas y diferenciadas mediante el uso de este distintivo;

⁸⁸⁸ La regulación europea de la materia estaba contenida en aquel momento en el Reglamento (CE) n.º 2092/91, del Consejo, de 24 de junio, sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios; el Reglamento (CE) n.º 2081/92, del Consejo, de 14 de julio, de Protección de las Indicaciones Geográficas y de las Denominaciones de Origen de los Productos Agrícolas y Alimenticios; el Reglamento (CE) n.º 2082/92, del Consejo, de 14 de julio, relativo a la certificación de las características específicas de los productos agrícolas y alimenticios y el Reglamento (CE) n.º 1493/99, del Consejo, de 17 de mayo, por el que se establece la Organización Común del Mercado Vitivinícola.

2ª) mejorar la calidad continua entre productores, transformadores y comercializadores de Castilla y León y

3ª) garantizar la calidad de los productos agroalimentarios elaborados y distribuidos por personas físicas o jurídicas debidamente autorizadas.

Este nuevo distintivo, creado después de la aprobación de la Ley de Marcas de 2001, en la que por primera vez se recoge la figura de las marcas de garantía en nuestra legislación, es el primero que ya sí podía “garantizar” la calidad de los productos agroalimentarios que identificaba.

La Comunidad de Castilla y León es la titular de este distintivo de calidad en el registro de la Oficina Española de Patentes y Marcas (en adelante OEPM) y podía ser utilizado para diferenciar todos aquellos productos agroalimentarios producidos y/o transformados en Castilla y León, de calidad reconocida o diferenciada, en los términos y condiciones previstos en el Decreto.

Para concretar el alcance del distintivo, el artículo 4 definía una serie de conceptos, entre los que cabe destacar el de “producto agroalimentario” (que eran aquellos productos, incluidas las bebidas, destinados a la alimentación humana), así como la diferencia entre producto de “calidad reconocida” y de “calidad diferenciada”.

Los “productos de calidad reconocida” eran aquellos productos agroalimentarios que ya se encontraban incluidos en alguna de las siguientes figuras de calidad:

a) productos amparados por Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) o Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP)⁸⁸⁹; por agricultura ecológica⁸⁹⁰ así como los vinos de calidad producidos en regiones determinadas (v.c.p.r.d) y los vinos de la tierra⁸⁹¹;

b) productos amparados por certificaciones de características específicas⁸⁹²;

⁸⁸⁹ A los que se refería el Reglamento (CEE) 2081/92, de 14 de julio.

⁸⁹⁰ A los que se refería el Reglamento (CEE) 2092/91, de 24 de junio.

⁸⁹¹ A los que se refería el Reglamento (CEE) 1493/99, del Consejo de 17 de mayo (arts. 54-58) y la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino.

⁸⁹² Regulados por el Reglamento (CEE) 2082/92 que regulaba la Especialidad Tradicional Garantizada (E.T.G).

- c) productos amparados por producción integrada de productos agrícolas⁸⁹³;
- d) alimentos artesanales⁸⁹⁴;
- e) productos agroalimentarios amparados por una marca de garantía⁸⁹⁵;
- f) productos acogidos a la Norma de Calidad para el jamón ibérico, paleta ibérica y caña de lomo ibérico⁸⁹⁶ y
- g) aquellos otros productos cuya calidad estuviera protegida por normativa comunitaria, nacional o autonómica que les fuese de aplicación.

Los “productos de calidad diferenciada” eran los productos agroalimentarios no incluidos en el apartado anterior, elaborados y transformados en Castilla y León en los que la materia prima sustantiva procedía de esta Comunidad Autónoma y que por su alta calidad, garantía de trazabilidad y características específicas diferenciales disponían de una certificación adecuada expedida por un órgano certificador externo inscrito en el registro que regulaba la Orden AYG/1142/2003, de 2 de septiembre, por la que se regula el Registro de Entidades de Certificación de Productos Agroalimentarios de Castilla y León para el producto y alcance de que se tratara. De este modo, la “calidad diferenciada” se limitaba a un grupo específico de productos sin reconocimiento previo y la “calidad reconocida” a productos que ya estaban acogidos a un régimen propio que certificaba la calidad.

2. Autorización del distintivo y creación del Registro de operadores agroalimentarios autorizados.

Para poder utilizar el distintivo de calidad, los operadores agroalimentarios interesados tenían que presentar la solicitud de autorización para su uso⁸⁹⁷. Una vez presentada la solicitud, el ITACyL estudiaba las solicitudes presentadas y solicitaba, si

⁸⁹³ A los que se refería el Decreto 208/2000, de 5 de octubre.

⁸⁹⁴ A los que se refería el Decreto 211/1992, de 10 de diciembre, o norma que lo sustituyera.

⁸⁹⁵ El reglamento de uso tenía que tener el informe favorable de la Administración competente según lo establecido en la Ley de Marcas.

⁸⁹⁶ Estos productos estaban regulados en el Real Decreto 1083/2001, de 5 de octubre pero actualmente, la calidad de estos productos está regulada en el Real Decreto 4/2014, de 10 de enero, por el que se aprueba la norma de calidad para la carne, el jamón, la paleta y la caña de lomo ibérico.

⁸⁹⁷ Los operadores agroalimentarios, que tenían que estar inscritos en el Registro de Industrias Agrarias integrado en el Registro Único y en el Registro Artesano de la Consejería de Agricultura y Ganadería, en su caso, tenían que acompañar la solicitud de autorización con los documentos enumerados en el artículo 6.2. Para ello tenían que seguir el modelo del Anexo II, presentándolo en el registro del ITACyL o bien en cualquiera de los lugares previstos en el artículo 34.8 de la Ley 30/1992.

procedía, la documentación o aclaraciones que precisara para asegurarse el cumplimiento de lo establecido en el Decreto.

En el caso de los productos de calidad diferenciada, el ITACyL estudiaba y valoraba si el documento normativo del producto para el que se solicitaba la autorización de uso del distintivo cumplía con los requisitos de origen, diferenciación, calidad y garantía de trazabilidad, pudiendo, en función del resultado de esta valoración, autorizar o denegar su uso.

La solicitud de autorización de uso tenía que estar resuelta⁸⁹⁸ en un plazo máximo de 6 meses ya que transcurrido dicho plazo sin que se notificara la resolución, la solicitud se entendía estimada.

Si la resolución autorizaba el uso del distintivo, en ella se tenían que indicar las condiciones en las que se concedía y tenía que especificar tanto a los operadores agroalimentarios a los que se le concedía de forma singular como el producto o productos solicitados⁸⁹⁹ y no para toda la gama de artículos que elaborara el solicitante.

Aunque se autorizara el uso del distintivo al operador agroalimentario solicitante, éste tenía que comunicar la aceptación expresa de la autorización y de sus condiciones al ITACyL en el plazo de un mes a contar desde el día siguiente a la notificación de la resolución, ya que transcurrido dicho plazo sin esa aceptación expresa de la autorización de uso se entendía que el operador agroalimentario renunciaba a la misma.

Respecto a la vigencia de la autorización de uso para utilizar el distintivo de calidad, ésta tenía carácter temporal y se concedía por un plazo de tres años desde la fecha de la resolución de la autorización y era renovable de forma sucesiva por idéntico período de tiempo.

La renovación de la autorización⁹⁰⁰ de uso se tenía que solicitar antes de finalizar su período de vigencia y se tenía que presentar del mismo modo que indicaba el artículo 6 para la solicitud de autorización.

⁸⁹⁸ El encargado de dictar la resolución para la autorización de uso del distintivo era el Director General del ITACyL. Frente a esta resolución el interesado podía interponer recurso de alzada ante el Consejero de Agricultura y Ganadería (art. 7.3).

⁸⁹⁹ En todo caso, la autorización de uso del distintivo de calidad se concedía exclusivamente a los productos que contaban con la conformidad del órgano certificador (art. 7.4 in fine).

⁹⁰⁰ La autorización de uso se entendía prorrogada si no recaía resolución expresa o si transcurría el plazo de seis meses para resolver la solicitud de renovación (art. 8.2).

Si durante la vigencia de la autorización de uso y antes de concluir su período de vigencia se producía cualquier cambio en las condiciones requeridas en la autorización, éste debía ser notificado al ITACyL para que adoptara las medidas oportunas según la normativa vigente para garantizar en todo momento el cumplimiento de los requisitos establecidos para la autorización.

El Decreto, en el artículo 8.4 enumeraba las causas⁹⁰¹ por las que el Director General del ITACyL podía suspender el uso de la autorización, suspensión que se mantendría vigente en tanto en cuanto siguiera subsistiendo la causa que la originó, o en su caso, hasta que se cumpliera la sanción y se anotara en el Registro de operadores agroalimentarios autorizados.

Los operadores con autorización de uso del distintivo de calidad estaban inscritos en el Registro de operadores agroalimentarios autorizados⁹⁰² que regulaba el artículo 9. Además de otros datos, en él figuraban los datos relativos a la persona física o jurídica a la que se concedía la autorización, los datos del producto o productos relativos a sus principales menciones, características y la marca o nombre comercial con los que opera, y la vigencia de la certificación⁹⁰³ y la del documento normativo sobre el cual se certificaba.

3. Uso del distintivo de calidad, obligaciones de las empresas autorizadas y actuaciones de control.

El distintivo de calidad sólo podía utilizarse⁹⁰⁴ en la presentación de los productos agroalimentarios que cumplieran las exigencias requeridas en la normativa vigente, en el propio Decreto y en las disposiciones que lo desarrollasen.

Únicamente podía ser utilizado por los operadores agroalimentarios autorizados y para el producto o productos expresamente autorizados y sólo de manera accesoría, nunca

⁹⁰¹ Las causas de suspensión de la autorización de uso enumeradas en el artículo 8.4 eran el incumplimiento de cualquiera de las prescripciones enunciadas en el Decreto y sus normas de desarrollo; la alteración de las condiciones o características consideradas para la concesión de la autorización; la utilización fraudulenta del distintivo, así como cualquier otro uso no autorizado; la retirada o suspensión de la certificación por parte del órgano certificador y el haber sido sancionado con carácter firme por la comisión de una infracción de la normativa vigente en materia sanitaria, comercial, de calidad, medioambiental, de seguridad alimentaria y/o de derecho de los consumidores.

⁹⁰² El Registro dependía del ITACyL. La inscripción en el mismo se comunicaba al interesado mediante el correspondiente certificado y tenía carácter público, si bien el acceso a los datos de carácter personal tenía en cuenta la legislación vigente en la materia.

⁹⁰³ Se tenía que presentar periódicamente el informe de certificación.

⁹⁰⁴ El reglamento de condiciones técnicas de uso del distintivo era aprobado por la Consejería de Agricultura y Ganadería a propuesta del ITACyL.

a título principal o sustitutivo de la marca o nombre comercial de la empresa autorizada responsable del producto terminado, a la que debía acompañar, así como la conformidad del órgano certificador.

El Decreto establecía dos prohibiciones expresas del uso del distintivo de calidad: estaba prohibida cualquier autorización fraudulenta o no autorizada del mismo y tampoco podía utilizarse de manera que pudiera causar descrédito o inducir a error a los consumidores sobre las características del producto.

Respecto a las obligaciones de las empresas autorizadas, el artículo 11 del Decreto enumeraba las siguientes: 1^a) obtener el producto terminado conforme al documento normativo sobre el que se certifica y a lo establecido en la legislación vigente; 2^a) facilitar las labores de inspección⁹⁰⁵; 3^a) utilizar el distintivo de calidad en todos los productos para los que se hubiera autorizado su uso y 4^a) usar el distintivo de calidad y el del órgano certificador⁹⁰⁶.

Las empresas autorizadas estaban obligadas a comunicar al ITACyL diversas cuestiones de interés relacionadas con la actividad desarrollada, como las siguientes: a) los datos correspondientes al volumen de producto comercializado con autorización de uso y una estimación del valor económico del mismo (con periodicidad anual); b) cualquier modificación habida en las condiciones de inscripción, particularmente en la documentación relacionada en la solicitud de autorización (en el plazo de 30 días de producirse) y cualquier resolución dictada por los órganos que agotaban la vía administrativa, de suspensión, sanción o anulación de derecho, relacionado con la actividad agroalimentaria (en el plazo de 10 días).

Para garantizar la calidad de estos productos agroalimentarios el ITACyL podía efectuar controles sobre el uso del distintivo y el cumplimiento de los reglamentos correspondientes en las instalaciones de las empresas autorizadas o en los puntos de venta de los productos. Y las empresas autorizadas debían someterse al control del correspondiente órgano certificador y hacerse cargo de sus costes.

Para los productos de calidad reconocida, el control debía ser realizado por el respectivo órgano certificador mientras que para los productos de calidad diferenciada el

⁹⁰⁵ Se tenía que facilitar al personal inspector responsable del control o certificación el acceso tanto a las dependencias como a la documentación de la empresa.

⁹⁰⁶ El uso de ambos distintivos se tenía que hacer según lo establecido en el Decreto y en las condiciones de uso de la marca que fueran de aplicación.

control lo llevaba a cabo una empresa de certificación externa⁹⁰⁷ que realizaba como mínimo, una certificación inicial y otra anual de mantenimiento de la certificación que incluía la visita a las instalaciones y la toma de muestras de los productos.



Figura 19. Distintivo de calidad creado por el Decreto 6/2005, de 13 de enero.

II. RÉGIMEN GENERAL DE LAS MARCAS DE CALIDAD AGROALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN.

A) El artículo 153 de la LACyL.

1. Las marcas colectivas y de garantía como marcas de calidad. Sujeción a lo dispuesto en la normativa de marcas.

Una de las figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios que recoge expresamente el artículo 133. d) de la LACyL son las marcas de calidad alimentaria, cuya regulación nos remite a lo establecido en el artículo 153, según el cual, las marcas de calidad diferenciada son las marcas de garantía y las marcas colectivas, que además de cumplir la legislación comunitaria o estatal que las regula, deben observar una serie de requisitos que enumera el propio artículo.

Estas marcas de calidad, a nivel nacional, están reguladas en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas y en el Real Decreto 687/2002, de 12 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas⁹⁰⁸.

⁹⁰⁷ La empresa de certificación externa tenía que estar inscrita en el registro que regulaba la Orden AYG/1142/2003 o norma que la sustituyera para el producto y alcance de que se tratase.

⁹⁰⁸ El Reglamento de la Ley de Marcas dedica el artículo 37 a las disposiciones aplicables a ambos tipos de marcas y el 38 al contenido mínimo que ha de contener el reglamento de uso de las marcas colectivas y de garantía (apartados 1 y 2 respectivamente), a la documentación que tiene que acompañar al Reglamento de uso y a la posible modificación del mismo (apartados 3 y 4). Por último, el apartado 5 se refiere a la publicación en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial del acuerdo de inscripción o denegación de la modificación del Reglamento de uso.

En la legislación nacional las marcas colectivas están recogidas en los artículos 62 a 67 LM⁹⁰⁹ y son todo signo⁹¹⁰ que, cumpliendo con los requisitos establecidos en el artículo 4 LM⁹¹¹, sirva para distinguir los productos o servicios de los miembros de la asociación titular de la marca de los productos o servicios de otras empresas⁹¹² (art. 62.1 LM).

Según esta definición, la función principal⁹¹³ de la marca colectiva es la de indicar el origen empresarial de los productos o servicios con la peculiaridad de que lo hace de forma distinta a como se produce en las marcas individuales, porque no designa a un empresario en cuanto tal, sino en su condición de miembro de una asociación, diferenciando los productos o servicios de dicha colectividad respecto de otras empresas.

Las marcas de garantía, recogidas en los artículos 68 a 73 LM⁹¹⁴, son definidas como todo signo⁹¹⁵ que, cumpliendo los requisitos previstos en el artículo 4 LM⁹¹⁶, sirva

⁹⁰⁹ Hay que tener en cuenta las disposiciones comunes de las marcas colectivas y de garantía recogidas en los artículos 74-78 LM.

⁹¹⁰ El término “signo” debe ser entendido de forma amplia, que tenga carácter distintivo y que cumpla los requisitos del concepto de marca colectiva (DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas en la Ley 17/2001, de marcas”, op. cit., pg. 145).

⁹¹¹ A pesar de la prohibición absoluta de registro como marca recogida en el artículo 5.1.c) LM, podrán registrarse como marcas colectivas los signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para señalar la procedencia geográfica de los productos o de los servicios siempre que dicho uso se realice con arreglo a prácticas leales en materia industrial o comercial; el derecho conferido por la marca colectiva no permitirá a su titular prohibir a un tercero el uso en el comercio de tales signos o indicaciones y tampoco podrá oponerse dicha marca a un tercero autorizado a utilizar una denominación geográfica (art. 62.3 LM). Por tanto, la denominación podrá seguir siendo usada por terceros ajenos a la asociación para identificar la procedencia geográfica de aquellos productos o servicios que procedan del sitio en cuestión siempre y cuando se trate de un uso leal y sin que de ello pueda inferirse la posibilidad de que tal uso se realice a título de marca (SELAS COLORADO, A., *Comentarios a la Ley de Marcas*, op. cit., pg. 294 y VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 62”, en *Comentarios a la Ley de Marcas*, op. cit., pg. 1077).

⁹¹² La referencia a la “empresa” hay que hacerla en sentido amplio, como unidad económica, al modo en que se admite en otros sectores del derecho de la competencia (LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de marcas de 2001”, op. cit., pg. 147 y también en *Las marcas colectivas y las marcas de garantía*, op. cit., pg. 97).

⁹¹³ DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas...”, op. cit., pg. 145, FERNÁNDEZ NOVOA, C., *Manual de la propiedad industrial*, Marcial Pons, Madrid, op. cit., pg. 663 y MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “El nuevo régimen de las marcas colectivas”, op. cit., pg. 3.

⁹¹⁴ Al igual que para las marcas colectivas, hay que tener en cuenta las disposiciones comunes recogidas en los artículos 74-78 LM.

⁹¹⁵ Al igual que para las marcas colectivas, el término “signo” debe ser entendido de forma amplia, tener carácter distintivo y cumplir, en este caso, los requisitos del concepto de marca de garantía.

⁹¹⁶ Al igual que para las marcas colectivas y a pesar de la prohibición absoluta de registro como marca recogida en el artículo 5.1.c) LM, podrán registrarse como marcas de garantía los signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para señalar la procedencia geográfica de los productos o de los servicios siempre que dicho uso se realice con arreglo a prácticas leales en materia industrial o comercial, no permitiendo a su titular prohibir a un tercero el uso en el comercio de tales signos o indicaciones ni oponer dicha marca a un tercero autorizado a utilizar una denominación geográfica (art. 68.3 LM).

para distinguir los productos o servicios que el titular de la marca certifica respecto de los materiales⁹¹⁷, el modo de fabricación de los productos o de prestación de los servicios, el origen geográfico, la calidad, la precisión u otras características de los productos y servicios que no posean esa certificación (art. 68.1 LM).

Según su definición, la principal función que cumple la marca de garantía es la función indicadora de la calidad⁹¹⁸ de los productos o servicios, aunque en la doctrina hay discrepancias sobre si en la marca de garantía la función indicadora de la procedencia empresarial desaparece por completo⁹¹⁹ o si por el contrario persiste⁹²⁰.

A nivel comunitario, el Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de junio de 2017 sobre la marca de la Unión Europea⁹²¹ es el encargado de regular las marcas colectivas de la Unión y las marcas de certificación de la Unión.

Una de las novedades a destacar de esta nueva regulación de las marcas de la Unión Europea es la inclusión de las marcas de certificación de la Unión, ya que antes no estaban previstas en la normativa comunitaria. Sin duda, esta nueva modalidad de marca unionista tendrá un importante papel en el uso de signos distintivos de carácter colectivo en el ámbito agroalimentario.

Las marcas colectivas de la Unión vienen definidas en el artículo 74 RMUE como aquellas marcas así designadas al efectuarse la presentación de la solicitud que sean adecuadas para distinguir los productos o servicios de los miembros de la asociación que sea su titular frente a los productos o servicios de otras empresas. Las marcas de certificación de la Unión (art. 83 RMUE), son aquellas marcas que se describen como tal

⁹¹⁷ En el nuevo concepto de marca se hace referencia a los materiales (mientras que antes se aludía a los componentes) y a la precisión u otras características de los productos y servicios que no posean esa certificación, de tal forma que se deja abierta la posibilidad de incluir otras peculiaridades del producto o servicio que lo distinguen de los demás. CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M^a. C., “Las marcas de garantía”, op. cit., pg. 8.

⁹¹⁸ Según ha indicado la doctrina, “*esa función hay que entenderla como la obligación de mantener una constancia relativa de la calidad y de las características específicas de los productos o servicios que la portan. Lo que no impide una mejora de los mismos*” (LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas y las marcas de garantía...”, op., cit., pg. 97).

⁹¹⁹ Para una parte de la doctrina “*en la marca de garantía se desvanece, en efecto, la función indicadora del origen empresarial*” (FERNÁNDEZ NOVOA, C., *Manual de la propiedad industrial*, op. cit., pg. 658 y anteriormente en el *Tratado sobre derecho de marcas*, op. cit., pg. 554).

⁹²⁰ La función indicadora de la procedencia empresarial de los productos o servicios a los que se aplica aún persiste en la marca de garantía, aunque “*queda en cambio, muy atenuada*” (BOTANA AGRA, M., “Panorámica de la Ley 32/1988 española de Marcas”, op. cit., pg. 32).

⁹²¹ El Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de junio de 2017 sobre la Marca de la Unión Europea regula las marcas colectivas en los artículos 74-82 y las marcas de certificación que son el equivalente a las marcas de garantía de la Ley de Marcas en los artículos 83-93.

en el momento de la solicitud y que permiten distinguir los productos o servicios que el titular de la marca certifica por lo que respecta a los materiales, el modo de fabricación de los productos o de prestación de los servicios, la calidad, la precisión u otras características, con excepción de la procedencia geográfica⁹²², de los productos y servicios que no posean esa certificación.

Como características de las marcas colectivas podemos destacar que tienen que ser un signo que se pueda representar en el Registro de Marcas, que sirva para distinguir los productos o servicios que identifica de los productos o servicios de otras empresas, por tanto tiene como finalidad indicar el origen empresarial de los productos o servicios que identifica, son utilizadas por personas distintas a las de su titular, pueden consistir en una indicación de procedencia geográfica y es necesario un reglamento de uso en el que se indiquen las condiciones de acceso y uso de la marca.

Las notas características de las marcas de garantía son que el signo se pueda representar en el Registro de Marcas, que sirvan para distinguir los productos o servicios que el titular de la marca certifica respecto de los materiales, el modo de fabricación de los productos o de prestación de los servicios, el origen geográfico, la calidad, la precisión u otras características de los productos y servicios que no posean esa certificación, por tanto la finalidad principal es la función certificadora de los productos o servicios que identifica, es utilizada por personas distintas a las de su titular y también es necesario un reglamento de uso que contenga las condiciones de uso de la marca pero en este caso deberá ser informado favorablemente por el órgano administrativo competente.

Por tanto, las disposiciones nacionales y comunitarias que regulan este tipo de marcas se constituyen en la principal norma que contiene el régimen aplicable a las mismas, siempre desde la perspectiva de ser un signo distintivo integrado en el ámbito de la propiedad industrial.

⁹²² Hay que señalar que una gran diferencia entre las marcas de garantía nacionales y las marcas de certificación de la Unión es que las primeras pueden estar constituidas por una denominación geográfica (art. 68.3 LM) mientras que las segundas no, ya que el artículo 83.1 del RMUE establece que las marcas de certificación de la Unión permiten distinguir los productos o servicios que el titular de la marca certifica por lo que respecta a los materiales, el modo de fabricación de los productos o de prestación de los servicios, la calidad, la precisión u otras características, “*con excepción de la procedencia geográfica*”, de los productos y servicios que no posean esa certificación. Otra diferencia importante es que el reglamento de uso de las marcas de certificación de la Unión no tiene que ser informado favorablemente por ningún órgano administrativo (art. 84 RMUE).

2. Requisitos adicionales que han de cumplir las marcas de calidad. Análisis crítico.

El artículo 153 de la LACyL, después de concretar que las marcas de calidad alimentaria son las marcas colectivas y las de garantía, establece que además de cumplir la legislación que las regule, como se ha indicado en el apartado anterior, tienen que cumplir los siguientes requisitos:

a) contar con un reglamento de uso. Al respecto, se exige que éste sea informado favorablemente por el órgano administrativo que sea competente según la naturaleza de los productos a los que se refiera la marca. Y, además, se requiere que este documento establezca obligaciones detalladas sobre los métodos agroalimentarios utilizados en relación con ese producto. Estos métodos van a influir tanto en las características específicas que garantiza la marca como en una calidad adicional del producto, que va más allá de la que le corresponde al mismo en función de los criterios de calidad estándar.

b) la vigilancia sobre el cumplimiento de lo exigido por el reglamento de uso la ha de llevar a cabo un organismo de control;

c) las marcas deben estar abiertas a todos los productores que cumplan los requisitos establecidos y

d) las marcas deben haber sido reconocidas como figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios por la consejería competente en materia agraria basándose en el hecho de que esos productos hayan sido producidos, elaborados y/o transformados en el territorio de la Comunidad de Castilla y León.

Respecto a los tres primeros requisitos adicionales que han de cumplir las marcas de calidad en Castilla y León enumerados en el artículo 153 LACyL, letras a), b) y c), éstos podrían ser considerados realmente, en general, como “falsos requisitos adicionales”, ya que éstos coinciden con lo establecido para las marcas de carácter colectivo (marcas colectivas y marcas de garantía) reguladas en la Ley de Marcas. Esto implica, además, ser crítico con su inclusión en la norma autonómica, puesto que es un aspecto que se incardina en la competencia sobre propiedad industrial que tiene asumida el Estado en virtud del texto constitucional⁹²³.

⁹²³ Artículo 149.1. 9º CE.

El requisito adicional que hace referencia al reglamento de uso (art. 153. a)] ya constituye uno de los requisitos esenciales en la Ley de Marcas a la hora de solicitar una marca colectiva o de garantía, puesto que la solicitud de registro de estas marcas deberá ser acompañada de un reglamento de uso (arts. 63.1 LM y 69.1 LM respectivamente)⁹²⁴. En caso de que no se acompañe la solicitud de la marca con el correspondiente reglamento de uso, es causa de denegación de la solicitud (art. 64.1 y 70.1 LM)⁹²⁵ y puede conllevar la nulidad de la marca (arts. 66 y 72 LM).

Sólo cabría considerar como exigencia específica para este tipo de marcas el hecho de que se establezca que el reglamento de uso ha de contener obligaciones detalladas sobre los métodos agroalimentarios utilizados en relación con ese producto y la referencia a la influencia que han de tener, precisamente con la finalidad de distinguir los productos que para ser comercializados únicamente cumplen con los requisitos obligatorios exigidos por las normas de calidad comercial (obligatorias para cualquier operador) y aquellos otros que, con carácter voluntario, fijan las normas específicas que regulan la calidad, ya diferenciada, de esos productos por cumplir otro tipo de requisitos. Estos son adicionales a los de calidad comercial y por supuesto tienen inicialmente un carácter voluntario (ningún operador puede ser obligado a utilizar ese distintivo de calidad), pero una vez que haya entrado a formar parte de ese colectivo de productores y haga uso de la marca, dichas reglas específicas se convierten para cada uno de ellos, en obligatorias.

El segundo “falso requisito adicional” de las marcas de calidad alimentaria en Castilla y León recogido en el artículo 153. b) LACyL, es que la comprobación del cumplimiento del reglamento de uso la tiene que llevar a cabo un organismo de control.

Aunque el control y vigilancia del reglamento de uso sólo forma parte del contenido mínimo⁹²⁶ del reglamento de uso de las marcas de garantía, los reglamentos de uso de ambos tipos de marcas suelen establecer un doble sistema de control: el control

⁹²⁴ El reglamento de uso de las marcas colectivas o de garantía depositado en la Oficina Española de Patentes y Marcas podrá ser libremente consultado sin sujeción a pago de tasa alguna por cualquier persona, según dispone el artículo 74 LM.

⁹²⁵ Las otras causas de denegación de la solicitud de una marca colectiva o de garantía son las siguientes: 1ª) cuando el reglamento de uso sea contrario a la ley, al orden público o a las buenas costumbres (arts. 64.1 y 70.1 *in fine* LM) y 2ª) cuando la solicitud pueda inducir al público a error sobre el carácter o la significación de la marca, en particular cuando pueda dar la impresión de ser algo distinto de una marca colectiva o de garantía (arts. 64.2 y 70.2 LM) aunque estas causas de nulidad pueden ser subsanadas si se modifica el reglamento de uso (arts. 64.3 y 70.3 LM).

⁹²⁶ Según los artículos 69.1 LM y 38.2 d) RLM, el reglamento de uso deberá contener al menos referencias a “los controles y vigilancia del uso de la marca que se efectuarán” y “los sistemas de control y vigilancia del uso de la marca”.

interno o autocontrol de la marca por parte de los usuarios autorizados ya que son ellos los responsables del cumplimiento de las disposiciones establecidas en el reglamento y el control que pueda realizar el titular de la marca por sus propios medios o delegando dicha tarea en un organismo de certificación y control, público o privado debidamente autorizado por la Consejería competente y cuyos costes serán sufragados por los propios usuarios.

Por tanto, este segundo requisito adicional también forma parte ya de la regulación que la Ley de Marcas hace de las marcas colectivas y las de garantía. También en el caso de las marcas de garantía, la propia normativa marcaria exige el informe favorable del órgano administrativo competente en función del tipo de productos a los que se refiera la marca (art. 69.2 LM).

El último “falso requisito adicional” es el que enumera el apartado c) del artículo 153 LACyL que hace referencia a que las marcas de calidad alimentaria de Castilla y León tienen que estar abiertas a todos los productores que cumplan los requisitos establecidos en el reglamento de uso.

Este requisito ya está recogido en los artículos 63.2 y 69.3 LM y es el que parte de la doctrina denomina como “principio de puertas abiertas”⁹²⁷, es decir, que si la marca colectiva o de garantía 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 utilizar la marca (aunque en el caso de las marcas colectivas, antes de poder utilizarla podrá hacerse miembro de la asociación titular de la misma). Como se verá en los siguientes epígrafes de este mismo capítulo, las marcas que identifican la calidad de los productos agroalimentarios suelen estar integradas por una denominación geográfica.

El último de los requisitos a que hace referencia el artículo 153 LACyL en relación a las marcas de calidad alimentaria es que éstas hayan sido reconocidas como figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios por la Consejería competente en materia agraria porque esos productos hayan sido producidos, elaborados y/o transformados en el territorio de la Comunidad de Castilla y León.

⁹²⁷ LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, op. cit., pgs. 934-935.

Este requisito recogido en el artículo 153.d) LACyL nos remite a las figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios de Castilla y León enumeradas en el artículo 133 LACyL.

La “remisión recíproca” que hay entre los artículos 133, letra d) y 153, letra d) de la LACyL es innecesaria y por tanto el artículo 153 LACyL en su conjunto contiene unas reglas que ya están previstas en la normativa marcaria. Esto lleva a plantear dos cuestiones estrechamente relacionadas: 1º) la necesidad de volver a reproducir esos requisitos en la normativa autonómica y 2º) la competencia del legislador autonómico para hacerlo, ya que si se trata de reglas que están en la Ley de Marcas, éstas tienen como base la competencia estatal en materia de propiedad industrial y por tanto, no sólo carece de sentido la repetición, sino que ésta es contraria a la ley, pues las Comunidades Autónomas no tienen competencia para legislar en esta materia⁹²⁸. El artículo 133 de la LACyL debería contener una mera remisión a la normativa marcaria, concretando únicamente el órgano administrativo competente para informar los reglamentos de uso de las marcas de garantía.

B) Marcas sujetas al régimen general.

1. Consideraciones generales.

De la enumeración de las figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios en Castilla y León que se hace en el artículo 133 LACyL⁹²⁹, podemos distinguir entre las marcas que están sujetas al régimen general [apartados a), b), c), d) f) y g)] y el régimen especial de la marca de garantía “Tierra de Sabor”, recogido en el apartado e) y regulado específicamente en el artículo 154 LACyL.

En este epígrafe se van a analizar de forma individualizada las marcas de calidad de productos agroalimentarios reconocidas en la Comunidad de Castilla y León.

⁹²⁸ En relación con el problema de la distribución competencial en materia de propiedad industrial, ver la Sentencia del Tribunal Constitucional 103/1999, de 3 de junio.

⁹²⁹ De las figuras de calidad que enumera el artículo 133 LACyL se han excluido del presente trabajo las que hacen referencia a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas de productos vitivinícolas (las denominaciones de origen Arlanza, Arribes, Bierzo, Cigales, León, Ribera del Duero, Rueda, Tierra del Vino de Zamora y Toro, las denominaciones de origen protegidas Cebreros, Sierra de Salamanca, Valles de Benavente y Valtiendas y las denominaciones de origen de vinos de pago Abadía Retuerta, Dehesa Peñalba y Uruña y la indicación geográfica protegida Vino de la Tierra de Castilla y León) y las indicaciones geográficas de bebidas fermentadas o espirituosas, dado el ámbito objetivo de aplicación de la norma (art. 3.2 LACyL).

En primer lugar se tratarán los distintivos comunitarios de calidad diferenciada de productos agroalimentarios como son las DOP e IGP reconocidas en Castilla y León y también se va a hacer mención a la única ETG que hay reconocida, y que afecta a su ámbito territorial, como es el “Jamón Serrano”

Una vez vistos los productos agroalimentarios identificados con las figuras de calidad comunitarias, se analizarán los distintivos de calidad agroalimentaria recogidos en las letras b), f) y g) del artículo 133 LACyL que hacen referencia a la producción ecológica, la artesanía alimentaria y a la producción integrada.

En último lugar, se analizarán las marcas colectivas y de garantía de productos agroalimentarios de Castilla y León.

2. Marcas vinculadas a indicaciones geográficas protegidas ya reconocidas.

a) Nociones.

Las denominaciones de origen protegidas (DOP)⁹³⁰ son aquellos nombres que identifican 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 particular, con los factores naturales y humanos inherentes a él, y cuyas fases de producción tengan lugar en su totalidad en la zona geográfica definida⁹³¹.

En la Comunidad Autónoma de Castilla y León, actualmente están reconocidas las siguientes denominaciones de origen: Guijuelo, Mantequilla de Soria, Manzana Reineta del Bierzo y Queso Zamorano.

El distintivo europeo que identifica los productos reconocidos como DOP es el siguiente:

⁹³⁰ Según el artículo 5.1 del Reglamento 1151/2012.

⁹³¹ El Reglamento 1151/2012, en el apartado 3 de este artículo 5, establece que algunos nombres se asimilarán a las denominaciones de origen aun cuando las materias primas (únicamente se consideran materias primas los animales vivos, la carne y la leche) que se utilicen para el producto procedan de una zona geográfica más amplia que la zona geográfica definida o de una zona distinta de esta, siempre que: la zona de producción de las materias primas esté delimitada, existan condiciones específicas para la producción de las materias primas y se apliquen medidas de control para garantizar el cumplimiento de estas condiciones específicas y las denominaciones de origen en cuestión estén reconocidas como denominaciones de origen en el país de origen desde antes del 1 de mayo de 2004.



Figura 20. Distintivo europeo que identifica los productos DOP.

Las indicaciones geográficas protegidas (IGP)⁹³² son un nombre que identifica un producto originario de un lugar determinado, una región o un país, que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda esencialmente atribuirse a su origen geográfico, y de cuyas fases de producción, una al menos tenga lugar en la zona geográfica definida.

La Comunidad Autónoma de Castilla y León tiene los siguientes productos agroalimentarios reconocidos como IGP:

-Carnes frescas: Carne de Ávila, Carne de Salamanca, Lechazo de Castilla y León y Ternera de Aliste.

- Productos cárnicos: Botillo del Bierzo, Cecina de León, Chorizo de Cantimpalos y Morcilla de Burgos.

-Quesos: Queso Castellano, Queso de Burgos, Queso de Valdeón y Queso Los Beyos.

-Productos de panadería, pastelería, repostería y galletería: Mantecadas de Astorga

-Frutas, hortalizas y cereales frescos o transformados: Alubia de La Bañeza-León, Garbanzo de Fuentesauco, Judías de El Barco de Ávila, Lenteja de La Armuña, Lenteja de Tierra de Campos, Pimiento asado del Bierzo y Pimiento de Fresno-Benavente.

El distintivo europeo que identifica los productos reconocidos como IGP es el siguiente:

⁹³² Artículo 5.2 del Reglamento 1151/2012.



Figura 21. Distintivo europeo que identifica los productos IGP.

Aunque en la LACyL no hay ningún artículo que defina estos distintivos, ya que el artículo 133. a) nos remite a su normativa comunitaria específica, a lo largo del articulado de la LACyL sí se hace referencia a ellos.

El artículo 132. a) LACyL define el concepto de pliego de condiciones (la verificación de su cumplimiento viene establecida en el artículo 140 LACyL), el artículo 134.1 LACyL establece el ámbito de protección de estas figuras, los apartados 1. a) y 3. a) del artículo 135 dedicados al fomento y promoción de la calidad diferenciada incluye a estas figuras de calidad y el artículo 136.1 LACyL se ocupa de la solicitud de reconocimiento y del procedimiento de oposición.

Los consejos reguladores de las denominaciones de origen protegidas e indicaciones geográficas protegidas de productos agroalimentarios están regulados en el Capítulo V del Libro Tercero, las condiciones de adaptación de los reglamentos de las denominaciones geográficas de calidad existentes vienen establecidas en la Disposición Transitoria Segunda y por último, la Disposición Final Primera modifica en estas materia algunos de los artículos de la Ley 8/2005, de 10 de junio de la Viña y del Vino de Castilla y León.

b) Las marcas asociadas a las DOP de Castilla y León.

1) DOP Guijuelo.

La Denominación de Origen Guijuelo⁹³³ es la primera denominación reconocida a nivel europeo que ampara productos cárnicos curados (exclusivamente jamones y

⁹³³ La denominación de origen “Guijuelo” está reconocida desde 1996, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PDO-ES-0077 para los productos de la clase 1.2 (Productos cárnicos (cocidos, salados, ahumados, etc.) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n° 1107/96 de la Comisión de 12 de junio de 1996 relativo al registro de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen con arreglo al procedimiento establecido en el artículo 17 del Reglamento (CEE) n° 2081/92 del Consejo.

paletas) procedentes del cerdo ibérico puro o sus cruces con la raza Duroc-Jersey hasta en un 25%.

Los cerdos proceden de distintas dehesas de España, fundamentalmente Castilla y León, Extremadura y algunas comarcas de Andalucía y Castilla La Mancha.

Las modificaciones que ha sufrido el ganado apto para la elaboración del producto amparado en cuenta a raza y alimentación, obedece a la adaptación del Pliego de Condiciones del producto al Real Decreto 4/2014, por el que se aprueba la norma de calidad para la carne, el jamón, la paleta y la caña de lomo ibéricos.

La zona de elaboración del producto, es decir, la zona de sacrificio, curación y maduración de los jamones se ubica al sudeste de la provincia de Salamanca, sobre una altitud superior a los mil metros y junto con Guijuelo, completan la zona de elaboración 77 municipios más.

Las condiciones climáticas de la zona son muy importantes para la elaboración del producto ya que los largos inviernos de seis meses de duración facilitan el secado natural de las piezas y los suaves veranos dan lugar a que se produzca el sudado, un fenómeno de vital importancia para que la grasa se infiltre entre las porciones musculares ocasionando el veteado típico de este producto, siendo también factores importantes en la curación del jamón la humedad y la flora ambiental. Este proceso viene a durar aproximadamente dos años.

En relación al etiquetado de los productos, en el precinto numerado figurará de forma destacada el nombre y/o logotipo de la Denominación de Origen Protegida Guijuelo, teniendo en cuenta que los colores de los precintos se corresponderán con cada categoría de las establecidas en el R.D. 4/2014⁹³⁴ y que la vitola deberá ir siempre acompañada de una etiqueta comercial.

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Guijuelo es titular en la OEPM de las marcas individuales mixtas “Guijuelo Consejo Regulador Denominación de Origen” y “Guijuelo. Consejo Regulador Denominación de Origen”⁹³⁵.

⁹³⁴ Etiqueta negra para el jamón o paleta de bellota 100 % Ibérico, roja para el jamón o paleta de bellota 75 % Ibérico y verde para el jamón o paleta cebo de campo ibérico.

⁹³⁵ Ambas marcas están registradas en la OEPM para los productos de la clase 29 (Jamones, paletas y embutidos) con los números M1172771 y M1622085 respectivamente.



Figuras 22 y 23. Distintivos registrados en la OEPM



Figuras 24 y 25. Modificaciones⁹³⁶ del pliego de condiciones de la DOP “Guijuelo” que modifican los distintivos anteriores. Actualmente se está utilizando el último distintivo.

2) DOP Mantequilla de Soria.

Esta denominación de origen⁹³⁷ abarca a las tres variedades de mantequilla que tradicionalmente se vienen elaborando (natural, salada y dulce) y certifica que esas

⁹³⁶ El primer distintivo empezó a utilizarse como consecuencia de la modificación del pliego de condiciones de la DOP “Guijuelo” publicada en el DOUE C 329/04 de 6 de octubre de 2015 y el segundo distintivo es el que se está utilizando actualmente como consecuencia de la modificación del pliego de condiciones de la DOP publicada en el DOUE C362/05 de 26 de octubre de 2017.

⁹³⁷ La denominación de origen “Mantequilla de Soria” está reconocida desde 2007, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PDO-ES-0326 para los productos de la clase 1.5 (Aceites y grasas (mantequilla, margarina, aceite, etc.)) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 148/2007 de la Comisión de 15 de febrero de 2007 por el que se incluyen algunos nombres en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas [Geraardsbergse mattentaart (IGP) — Patata de Galicia o Patata de Galicia (IGP) — Poniente de Granada (DOP) — Gata-Hurdes (DOP) — Patatas de Prades o Patates de Prades (IGP) — Mantequilla de Soria (DOP) — Huile d'olive de Nîmes (DOP) — Huile d'olive de Corse o Huile d'olive de Corse-Oliu di Corsica (DOP) — Clémentine de Corse (IGP) — Agneau de Sisteron (IGP) — Connemara Hill Lamb o Uain Sléibhe Chonamara (IGP) — Sardegna (DOP) — Carota dell'Altopiano del Fucino (IGP) — Stelvio o Stilfser

mantequillas se obtienen a partir de la materia grasa de leche de vaca, de las razas frisona y pardo alpina, o de sus cruces entre sí, procedente de explotaciones lecheras de los 169 municipios de la provincia de Soria que están inscritas en el Registro de Ganaderías del Consejo Regulador.

Al ser un producto protegido como denominación de origen, la zona de elaboración de la “Mantequilla de Soria” es la misma que la de producción de leche.

La composición de los pastos, duros y secos, con flora característica, incide en unas cualidades peculiares de la leche que se transmiten a la mantequilla. El período entre el ordeño y la recogida de la leche será como máximo de dos días y para mejorar el acabado del producto, en la elaboración de esta mantequilla no se añaden los fermentos lácticos al inicio de la fase de maduración sino al cabo de 3 o 4 horas.

Respecto al etiquetado del producto, la etiqueta deberá ir numerada, y junto con la marca comercial figurarán obligatoriamente las menciones “Denominación de Origen Protegida” y “Mantequilla de Soria”⁹³⁸.

El Consejo Regulador de la DOP “Mantequilla de Soria” es titular en la EUIPO de la marca colectiva mixta “Mantequilla de Soria Denominación de Origen Protegida”⁹³⁹.



Figura 26. Distintivo registrado en la EUIPO

(DOP) — Limone Femminello del Gargano (IGP) — Azeitonas de Conserva de Elvas e Campo Maior (DOP) — Chouriça de Carne de Barroso-Montalegre (IGP) — Chouriço de Abóbora de Barroso-Montalegre (IGP) — Sangureira de Barroso-Montalegre (IGP) — Batata de Trás-os-Montes (IGP) — Salpicão de Barroso-Montalegre (IGP) — Alheira de Barroso-Montalegre (IGP) — Cordeiro de Barroso, Anho de Barroso o Borrego de leite de Barroso (IGP) — Azeite do Alentejo Interior (DOP) — Paio de Beja (IGP) — Linguíça do Baixo Alentejo o Chouriço de carne do Baixo Alentejo (IGP) — Ekstra deviško oljčno olje Slovenske Istre (DOP)].

⁹³⁸ El etiquetado del producto llevará una banda de color dorado para identificar la mantequilla natural, de color rosa para la mantequilla dulce y de color azul para la mantequilla salada.

⁹³⁹ Marca registrada con el número 004567616 para los productos de la clase 29 (Mantequilla de Soria).

3) DOP Manzana Reineta del Bierzo.

Esta denominación de origen⁹⁴⁰ protege las variedades de manzanas “Reineta Blanca” y “Reineta Gris”, destinadas al consumo humano en fresco, de las categorías extra y primera.

Se caracterizan por una dureza extraordinariamente alta y niveles altos de azúcares y su zona de producción, conservación, acondicionamiento y envasado está constituida por la Comarca del Bierzo.

Esta zona se encuentra situada al noroeste de la provincia de León y está constituida por los terrenos ubicados en los términos municipales integrados en la Comarca del Bierzo: Arganza, Balboa, Barjas, Bembibre, Benuza, Berlanga del Bierzo, Borrenes, Cabanas Raras, Cacabelos, Camponaraya, Candín, Carracedelo, Carucedo, Castropodame, Congosto, Comilón, Cubillos del Sil, Fabero, Folgoso de la Ribera, Igüefia, Molinaseca, Noceda del Bierzo, Oencia, Páramo del Sil, Peranzanes, Ponferrada, Priaranza del Bierzo, Puente de Domingo Flórez, Sancedo, Sobrado, Toreno, Torre del Bierzo, Trabadelo, Vega de Espinareda, Vega de Valcarce, Villadecanes y Villafranca del Bierzo.

La recolección tendrá lugar cuando los caracteres físicos, químicos y organolépticos se ajusten a los valores establecidos en el pliego de condiciones pero la época normal de inicio de la recolección de la manzana reineta del Bierzo se sitúa entre el 8 y el 15 de septiembre.

En las etiquetas numeradas de los envases figurará obligatoriamente la mención “Denominación de Origen Manzana Reineta de El Bierzo” y el logotipo de la denominación de Origen.

⁹⁴⁰ La DOP está reconocida desde el año 2001, se registró en la base de datos eAmbrosia con el número PDO-ES-0115 para los productos de la clase 1.6 (Frutas, hortalizas y cereales frescos o elaborados) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 2601/2001 de la comisión de 28 de diciembre de 2001 que completa el anexo del Reglamento (CE) n.º 2400/96, relativo a la inscripción de determinadas denominaciones en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas establecido en el Reglamento (CEE) n.º 2081/92 del Consejo, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios.

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Manzana Reineta del Bierzo es titular en la EUIPO de la marca individual mixta “Consejo Regulador Denominación de Origen Manzana Reineta del Bierzo”⁹⁴¹.



Figura 27. Distintivo registrado en la EUIPO

4) DOP Queso Zamorano.

La zona de producción de la leche y la zona de elaboración de este queso corresponde a la totalidad de los términos municipales de la provincia de Zamora y la denominación de origen⁹⁴² protege un queso graso de pasta prensada elaborado con leche de oveja de las razas Churra, Castellana y procedentes del primer cruce (F1) de madres de la raza Churra y Castellana y padre de la raza Assaf española, no pudiendo, en este último caso, realizar reposición de la propia explotación.

La alimentación se realiza mediante pastoreo, pero durante el invierno en el que los pastos escasean y coincidiendo con los períodos de máximas necesidades climáticas (partos y lactación) la ración base se suplementa con la aportación de raciones compuesta por henos de buena calidad (alfalfa, leguminosas, forrajes), paja de leguminosas o cereales.

La leche para la producción de este queso tiene que ser entera y limpia, exenta de calostros, contaminantes, conservantes, antibióticos y de cualquier producto que pueda incidir de forma negativa en la elaboración, maduración y conservación del queso.

⁹⁴¹ Esta marca se encuentra registrada con el número 005631726 para los productos de las clases 29 (Frutas en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas) y 31 (Productos agrícolas, hortícolas, frutas frescas).

⁹⁴² La Denominación de origen está reconocida desde el año 1996, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PDO-ES-0089 para los productos de la clase 1.3 (Quesos) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 1107/96 de la Comisión de 12 de junio de 1996 relativo al registro de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen con arreglo al procedimiento establecido en el artículo 17 del Reglamento (CEE) n.º 2081/92 del Consejo.

El "Queso Zamorano", es un queso graso con una curación mínima de 100 días a partir de la fecha del moldeado.

En el etiquetado del producto, en las etiquetas comerciales propias de cada firma inscrita, que irán numeradas, figurará obligatoriamente la mención “Queso Zamorano Denominación de Origen Protegida”

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Queso Zamorano es el titular en la OEPM de la marca individual mixta “Consejo Regulador Denominación de Origen Queso Zamorano”⁹⁴³.



Figura 28. Distintivo registrado en la OEPM.

c) Las marcas asociadas a las IGP de Castilla y León.

1) IGPs relativas a carnes frescas: Carne de Ávila, Carne de Salamanca, Lechazo de Castilla y León y Ternera de Aliste.

La Carne de Ávila fue la primera figura de calidad de carne fresca reconocida en España. Su zona geográfica abarca territorios de más de una Comunidad Autónoma y por tanto es una IGP de carácter supraautonómico cuya gestión y control es competencia del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación⁹⁴⁴.

⁹⁴³ Marca registrada con el número M2584952 para los productos de la clase 29 (Quesos). El Consejo regulador también tiene registrado el nombre comercial “Consejo Regulador de la Denominación de Origen Queso Zamorano” en la OEPM con el número N0171259 para el servicio de la clase 45 (la defensa de la denominación de origen, la aplicación de su reglamento, la vigilancia del cumplimiento del mismo, así como el fomento y control de la calidad de la leche y de los quesos amparados, quedan encomendados al consejo regulador de la denominación de origen y a la dirección general de la política alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en el ámbito de sus respectivas competencias).

⁹⁴⁴ La Disp. Adic. Primera de la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico crea la Corporación de derecho público Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida “Carne de Ávila”. Las DOP e IGP de carácter supraautonómico pueden consultarse en el siguiente enlace:

El ganado apto que suministra la carne amparada por la IGP⁹⁴⁵, es de la raza Avileña- Negra Ibérica y el procedente del primer cruce entre reproductoras de raza Avileña-Negra Ibérica y sementales de las razas Integradas Charolesa y Limusina.

Respecto a la zona de producción de las explotaciones con ganado cuya carne es apta para ser amparada por la IGP, está constituida por determinadas Comarcas Agrarias de las Comunidades Autónomas de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, La Rioja y Madrid.

La zona de elaboración (sacrificio, faenado y despiece) también está constituida por determinadas Comarcas Agrarias de las Comunidades Autónomas de Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura y Madrid.

La Comunidad Autónoma de Castilla y León juega un papel muy importante dentro de esta IGP ya que es tanto zona de producción como de elaboración y la más extensa ya que en ella se encuentran en torno a 282 explotaciones que producen animales para la IGP, que supone un 49% del total de explotaciones de la IGP y la sede del Consejo Regulador de la IGP está situada en la ciudad de Ávila.

Las etiquetas de la IGP “Carne de Ávila” llevarán el distintivo europeo que identifica la IGP y el distintivo nacional “Consejo Regulador Carne de Ávila”. Además, la etiqueta incluirá datos tales como un número de referencia, la descripción de la pieza, la fecha de sacrificio, el origen, el número de autorización, la expresión “despiezado en”, el número de autorización, el número de canal y la denominación de venta (ternera, añojo, novillo).

El Consejo Regulador de la IGP Carne de Ávila es el titular en la OEPM de la marca individual mixta “Consejo Regulador Carne de Ávila”⁹⁴⁶ y de las marcas

https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/dop/igp/htm/Copia_de_reglamentacion.aspx

⁹⁴⁵ La indicación geográfica protegida está reconocida desde el año 1996, registrada con el número PGI-ES-0093 en la base de datos eAmbrosia para los productos de la clase 1.1 (Carne fresca y despojos) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 1107/96 de la Comisión de 12 de junio de 1996 relativo al registro de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen con arreglo al procedimiento establecido en el artículo 17 del Reglamento (CEE) n.º 2081/92 del Consejo.

⁹⁴⁶ Esta marca está registrada en la OEPM con los números M1809634, M1809635 y M1809636 para las clases de productos y servicios 29 (Productos cárnicos), 31 (Animales vivos) y 39 (Servicios de transporte, almacenaje, depósito, suministro y distribución) respectivamente. El Consejo regulador también es titular del nombre comercial “Consejo Regulador de la Denominación Específica “Carne de Ávila” registrado en la OEPM con el número N0175501 para los servicios de las clases 35 (Fomento de las funciones que le han sido encomendadas en la orden ministerial de su creación) y 42 (Control de vigilancia de las funciones que le han sido encomendadas en la orden ministerial de su creación).

registradas como eslóganes “Consejo Regulador Carne de Ávila carne con carné”⁹⁴⁷ y “Consejo Regulador Carne de Ávila España Garantía de Calidad Natural”⁹⁴⁸.

En relación al registro de marcas, es importante señalar la SAP de Burgos, Sección 3ª, de 28 de marzo de 2018, que declaró la nulidad de la marca española “CHULETON DE AVILA CR” registrada en la OEPM con el número M3096304 y que el uso de los nombres de dominio www.chuletondeavila.es y www.chuletondeavila.com.es suponían una infracción a la Indicación Geográfica Protegida “Carne de Ávila”, con arreglo al artículo 13 del Reglamento (UE) 1151/2012, así como una conducta desleal. También declaró la nulidad de la marca colectiva M3106758 “CHULETON DE AVILA” para servicios de restauración de la clase 43, sobre la base de los artículos 5.1.g), 5.1.f), 9.1.c), 6.1.b), 7.1.b) y 64 en conexión con los artículos 51, 52 y 66 LM y del artículo 14 del Reglamento (UE) 1151/2012.

El titular de las marcas, la Asociación Abulense de Empresarios de Hostelería, en el Fundamento Jurídico Tercero alegaba que lo que la Asociación protegía con su marca “CHULETON DE AVILA CR” no era lo que decía la sentencia apelada, es decir, la carne fresca de vacuno procedente de una zona geográfica determinada que es el producto protegido por la IGP de la demandante, sino que protegía simplemente un producto de restauración, es decir, la marca no protegía el chuletón en cuanto carne fresca, en cuanto ingrediente, sino la forma de cocinar y presentar a la mesa el producto típico de la gastronomía abulense, con el único propósito de marcar unos estándares de calidad para ser presentado al comensal (grosor, peso, corte, ingredientes, cocinado, etc.) que se determinan el reglamento de uso de la marca colectiva “CHULETÓN DE AVILA” (el artículo 3 del reglamento de uso define la marca colectiva como *“el producto de restauración en su formas tradicionales de cocinado (a la plancha o a la brasa) de las obtenidas del despiece del lomo alto y del lomo bajo de las canales de vacuno, en las condiciones establecidas en este Reglamento. Las siglas C.R significan Calidad (C) en Restauración (R). Y sobre esas condiciones señala el artículo 8 que el Chuletón de Ávila “se elaborará en restaurantes en las modalidades de asado, a la brasa o a la plancha.*

⁹⁴⁷ Registrada con el número M1810315 para el servicio de la clase 35 (Slogan o frase publicitaria aplicable a los productos y servicios amparados en las marcas españolas 1809634 clase 29, 1809635 clase 31 y 1809636 clase 39, solicitadas el 16 de marzo de 1994).

⁹⁴⁸ Registrada con el número M1972135 para el servicio de la clase 35 (Slogan o frase publicitaria aplicable a los productos y servicios amparados en las marcas españolas 1.809.634, clase 29, concedida 5.10.94, 1.809.635, clase 31, concedida 5.10.94 y 1.809.636, clase 39, concedida 5.9.94, solicitadas el 16 de marzo de 1994).

Aditivos: el producto admitirá como único aditivo, sal y en su caso, leve toque de aceite. Servicio: Se servirá caliente, al punto demandado por el consumidor y en ningún caso recalentado. El peso mínimo de la pieza nunca será inferior a 600 gr. El olor y el sabor de la pieza deben ser a carne asada, sin olores ni sabor extraño. La pieza mantendrá su ternaza característica que debe permitir fácil tributación") por eso se registró la marca en la clase 43 (servicios de restauración) en lugar de incluirla en la clase 29 (productos cárnicos). Este hecho no fue ninguna treta para conseguir la inscripción de la marca sino que obedece para procurar la adhesión, en las condiciones contempladas en el propio Reglamento de uso, de las empresas de hostelería que prestan servicios de restauración a sus clientes. En resumen, ambas marcas protegían un modo típico de una región de cocinar una carne (la sentencia también dice que un “Chuletón” no es un modo típico de cocinar una carne sólo de Ávila sino que también se cocinan chuletones en el País Vasco o en Galicia) y no la carne como ingrediente, pero en cualquier caso incluir en el nombre de las marcas un tipo de corte de carne (chuletón, como podrían haber puesto por ejemplo costillas) y el término Ávila todo el mundo piensa que ese chuletón procede de la IGP carne de Ávila.



Figura 29. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 30. Distintivo que se está utilizando actualmente por una modificación⁹⁴⁹ del pliego de condiciones de la IGP.

⁹⁴⁹ La modificación del pliego de condiciones de la IGP “Carne de Ávila” fue publicada en el DOUE C 31 de 4 de febrero de 2012.

En cuanto a la Carne de Salamanca, su zona de producción está constituida por la provincia de Salamanca⁹⁵⁰ y se trata de una carne de vacuno de gran calidad⁹⁵¹ obtenida de las hembras reproductoras de raza morucha, tanto de su cría en pureza, como el obtenido de estas reproductoras moruchas con sus cruces con machos de razas charolés y limosín, destetados con una edad mínima de 5 meses y explotados según las técnicas y usos de aprovechamiento de recursos naturales en régimen extensivo.

Las piezas de carne amparadas por la IGP y los envases que la contengan en porciones, fileteados, troceados o picados, deberán llevar una etiqueta numerada que contendrá, al menos, las menciones "Indicación Geográfica Protegida" y "Carne de Salamanca", y si el producto se ha obtenido exclusivamente de animales de raza morucha podrá incorporar además la mención "Raza Morucha".

El Consejo Regulador Carne de Salamanca es titular en la OEPM de la marca individual mixta "Carne de Salamanca Indicación Geográfica Protegida"⁹⁵².

La IGP "Carne de Salamanca" sustituye a la anterior IGP que se reconoció en el año 1996⁹⁵³ con el nombre de "Carne de Morucha de Salamanca" que amparaba únicamente la carne de vacuno de la raza morucha cuya producción y elaboración cumpliera los requisitos del reglamento que la regulaba⁹⁵⁴.

⁹⁵⁰ La IGP está reconocida desde el año 2018, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-01174 para los productos de la clase 1.1 (Carne fresca y despojos) y fue aprobada por el Reglamento de Ejecución (UE) 2018/68 de la Comisión de 8 de enero de 2018 por el que se inscribe un nombre en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas ["Carne de Salamanca" (IGP)].

⁹⁵¹ A lo largo de todo el año la alimentación se basa en el aprovechamiento de los pastos y rastrojeras de la dehesa pero cuando escasean estos recursos naturales la alimentación se complementa con heno y paja de la propia explotación. Si en la fase de engorde hay malas condiciones climatológicas, se podrá suministrar raciones de mantenimiento como forrajes y henos procedentes exclusivamente de la zona geográfica y con piensos de origen vegetal, predominando en su composición los cereales (con un mínimo del 60 % de su composición cuantitativa) y no superando el 50 % de la materia seca anual.

⁹⁵² Registrada con el número M3015823 para las clases de productos y servicios 29 (concedida de forma limitada sólo para la carne acogida a la IGP "Carne de Salamanca") y 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina).

⁹⁵³ La IGP "Carne de Morucha de Salamanca" fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 1107/96 de la Comisión de 12 de junio de 1996 relativo al registro de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen con arreglo al procedimiento establecido en el artículo 17 del Reglamento (CEE) n.º 2081/92 del Consejo.

⁹⁵⁴ El reglamento fue aprobado por la Orden de 22 de junio de 1995 por la que se ratifica el Reglamento de la Denominación Específica "Carne de Morucha de Salamanca" y de su Consejo Regulador.

La razón por la cual se sustituyó⁹⁵⁵ la IGP “Carne de Morucha de Salamanca” por la actual IGP “Carne de Salamanca” fue para que esta nueva IGP pudiera también amparar los cruces con la raza morucha.



Figura 31. Distintivo registrado en la OEPM.

En relación al Lechazo de Castilla y León, este producto agroalimentario se produce en la totalidad del territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla y León⁹⁵⁶ y es la cría de ovino, tanto macho como hembra, nacida y criada en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, procedente de las razas Churra, Castellana, Ojalada, o de los cruces entre dichas razas⁹⁵⁷, que se ha alimentado exclusivamente con leche materna.

Los lechazos⁹⁵⁸ deberán nacer y criarse en explotaciones ovinas inscritas en el registro oficial correspondiente, no pudiendo salir de las mismas hasta su comercialización. Las canales que ampara la IGP son las de las categorías extra y primera.

La comercialización de la carne será como máximo de ocho días desde el sacrificio salvo que la carne se comercialice envasada o conservada en condiciones que prolonguen

⁹⁵⁵ Reglamento de Ejecución (UE) 2018/69 de la Comisión de 16 de enero de 2018 por el que se anula el registro de la indicación geográfica protegida “Carne de Morucha de Salamanca” (IGP).

⁹⁵⁶ La IGP está reconocida desde el año 1999, se encuentra registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0069 para los productos de la clase 1.6 (Frutas, hortalizas y cereales frescos o elaborados) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 2107/1999 de la Comisión de 4 de octubre de 1999 que completa el anexo del Reglamento (CE) n.º 2400/96 relativo a la inscripción de determinadas denominaciones en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas establecido en el Reglamento (CEE) n.º 2081/92 del Consejo relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios.

⁹⁵⁷ Se descartan los cruces que estaban proliferando en la zona de producción, cruces con Awassi, con Assaf, con Milkschaaf, con Berrinchon du Cher, con Ile de France, con Romanov, etc..., que aunque mejoran la producción de la leche en prolificidad o en producción de carne para ternasco-cordero precoz, producen peores calidades de lechazos que los que protege esta IGP. En GARCÍA ÁLVAREZ A. J., y GARCÍA DÍEZ, A. J., “Productos de calidad: La I.G.P. Lechazo de Castilla y León”, *Revista agropecuaria y ganadera*, nº 805, 1999, pg. 649.

⁹⁵⁸ Se entiende por lechazo la cría de oveja que todavía mama, utilizándose este término indistintamente para referirse a machos y hembras, tratándose de un localismo que se utiliza en el ámbito geográfico de la cuenca del Duero.

su vida útil en cuyo caso el periodo de comercialización podrá ser mayor, siempre y cuando se conserven las características descritas en el pliego de condiciones.

Todas las canales y/o envases en que se expida carne de “Lechazo de Castilla y León” contendrán, al menos, el logotipo de la denominación, la fecha de sacrificio y número de identificación, no pudiendo ser comercializados como tales sin este requisito.

El Consejo Regulador es titular en la OEPM de la marca individual mixta “IGP Lechazo de Castilla y León”⁹⁵⁹.



Figura 32. Distintivo registrado en la OEPM.

La última IGP relativa a carnes frescas es la Ternera de Aliste, cuya carne procede del ganado vacuno joven, de razas con aptitud cárnica, adaptado a la zona geográfica y producida en base a una alimentación y al manejo tradicional de la zona, con una edad de sacrificio comprendida entre 8 y 12 meses.

La zona de producción de esta IGP⁹⁶⁰ está compuesta por las comarcas de Aliste, Sayago y Sanabria pertenecientes a oeste de la provincia de Zamora.

Los animales, que podrán producir carne lechal o pastera, deberán nacer y criarse en la zona geográfica delimitada y los piensos utilizados deben ser de origen vegetal, predominando en su composición los cereales (con un mínimo del 60 % de su composición cuantitativa) y no deben superar el 50% de la materia seca anual.

⁹⁵⁹ Marca número M2990066 registrada para los productos de las clases 29 (concedida de forma limitada sólo a la carne de lechazo acogida a la IGP de Castilla y León) y 31 (Lechazos vivos).

⁹⁶⁰ La IGP está reconocida desde el año 2016, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-01134 para los productos de la clase 1.1 (Carne fresca (y despojos)] y aprobada por el Reglamento de Ejecución (UE) 2016/84 de la Comisión de 20 de enero de 2016 por el que se inscribe una denominación en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas [Ternera de Aliste (IGP)].

La cría de los terneros basada en la estabulación así como su alimentación a base de leche materna y su sacrificio a edades tempranas, dan como resultado una carne con características propias y distintivas.

En el etiquetado de las piezas de carne, así como los envases que las contengan en porciones, fileteados o troceados, deberán ir provistos de una etiqueta que contendrá, al menos, las menciones “Indicación Geográfica Protegida” y “Ternera de Aliste”, y los logotipos nacional y europeo de la Indicación Geográfica Protegida.

La Asociación para la promoción de la Ternera de Aliste es titular en la OEPM de la marca individual mixta “Ternera de Aliste”⁹⁶¹.



Figura 33. Distintivo registrado en la OEPM.

2) IGPs relativas a productos cárnicos: Botillo del Bierzo, Cecina de León, Chorizo de Cantimpalos y Morcilla de Burgos.

El Botillo del Bierzo es un producto cárnico que se consume normalmente cocido, elaborado con diferentes piezas procedentes del despiece del cerdo, principalmente costilla y rabo, troceadas, adobadas con sal, pimentón, ajo y otras especias naturales, embutidas en el ciego del cerdo, ahumado y semicurado. Se elabora en los términos municipales que forman parte de la Comarca del Bierzo⁹⁶².

La elaboración de este producto consiste en un proceso de transformación de las costillas y el rabo, con su parte de magro correspondiente, procedentes del despiece del cerdo, embutidas en el ciego del cerdo en la siguiente proporción: costilla, mínimo 65%

⁹⁶¹ Registrada con el número M3627133 para los productos de la clase 29 (Carne de vacuno acogida a la indicación geográfica protegida “Ternera de Aliste”).

⁹⁶² Esta indicación geográfica protegida está reconocida desde el año 2001, registrada con el número PGI-ES-0138 en la base de datos eAmbrosia para los productos de la clase 1.2 (Productos cárnicos (cocidos, salados, ahumados, etc.)) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 1971/2001 de la Comisión de 9 de octubre de 2001 que completa el anexo del Reglamento (CE) n.º 2400/96 relativo a la inscripción de determinadas denominaciones en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas establecido en el Reglamento (CEE) n.º 2081/92 del Consejo, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios.

y máximo 90% y rabo, mínimo 10% y máximo 20%. A criterio de los fabricantes, también se le podrá añadir otras partes del cerdo como lengua, carrillera, paleta y espinazo, en un máximo del 20% del total, no pudiendo superar ningún componente de este resto la mitad de ese 20%.

Como la comarca del Bierzo es una zona productora de pimiento, uno de los conservantes utilizados en el adobo del Botillo del Bierzo es el pimentón que se obtiene de la molienda del pimiento desecado.

Todos los botillos que se comercialicen amparados por la indicación geográfica protegida deberán ir provistos de un distintivo numerado expedido por el Consejo regulador en los que figure la mención “IGP Botillo del Bierzo” así como el logotipo de la IGP.

El Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida “Botillo del Bierzo” es titular en la OEPM de la marca individual mixta “I.G.P. Botillo del Bierzo”⁹⁶³.



Figura 34. Distintivo registrado en la OEPM.

Respecto a la Cecina de León, es un producto cárnico curado elaborado a partir de las piezas musculares denominadas tapa, contra, babilla y cadera procedentes de los cuartos traseros de ganado vacuno mayor. Dichas piezas tienen un proceso de elaboración superior a 7 meses consistente en operaciones de perfilado de piezas, salado, lavado, asentamiento, ahumado (esta elaboración es opcional) y secado.

Aunque no se establecen restricciones al origen de las piezas, la cecina se elabora única y exclusivamente en la provincia de León⁹⁶⁴ ya que la especificidad de esta cecina

⁹⁶³ Marca registrada con el número M2222356 para los productos de la clase 29 (Embutidos).

⁹⁶⁴ La IGP está reconocida desde el año 1996, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0103 para los productos de la clase 1.2 (Productos cárnicos (cocidos, salados, ahumados, etc.)) y aprobada por el Reglamento (CE) n.º 1107/96 de la Comisión de 12 de junio de 1996 relativo al registro de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen con arreglo al procedimiento establecido en el artículo 17 del Reglamento (CEE) n.º 2081/92 del Consejo.

le viene dada por su elaboración con carne de cuartos traseros de ganado vacuno mayor y especialmente por el asentamiento, ahumado y secado en las condiciones de altitud y clima propios de la provincia de León.

La etiqueta del producto irá numerada y contendrá las expresiones “Indicación Geográfica Protegida” y “Cecina de León”, y como muchos consumidores valoran las cecinas con mayor tiempo de curación, para reconocerlas en el mercado, en el etiquetado se establece la posibilidad de incluir la mención de “Reserva” para aquellas cecinas que tengan una curación mínima de 12 meses.

El Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida “Cecina de León” tiene registrada en la EUIPO la marca individual mixta “Cecina de León I.G.P.”⁹⁶⁵



Figura 35. Distintivo registrado en la EUIPO.

Otro producto cárnico reconocido como IGP en Castilla y León es el Chorizo de Cantimpalos, que es un producto embutido y curado que se elabora a partir de carnes frescas de cerdos grasos de capa blanca sacrificados entre los 7 y 10 meses de vida y alimentados durante los tres últimos meses con un mínimo de 75% de cebada y trigo.

Se elabora en 72 términos municipales de la provincia de Segovia en la vertiente norte de la sierra de Guadarrama, en una zona que se extiende como una franja de unos 40 Kms. de largo al noroeste de la sierra, desde Riaza hasta Villacastín, y desde el Puerto de Navacerrada hasta Carbonero el Mayor.

Para la elaboración del producto, a las carnes frescas se le añade como ingredientes básicos sal y pimentón aunque también se le puede añadir ajo y orégano, y

⁹⁶⁵ Esta marca se encuentra registrada con el número 001410802 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel y artículos de cartón, impresos, libros y artículos de encuadernación, fotografías y cabeceras de publicaciones), 29 (Carne, pescado, aves y caza; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; huevos, productos lácteos y conservas) y 39 (Servicios de almacenaje, depósito, distribución y transporte de productos de alimentación y bebidas).

el producto se somete a un proceso de secado-maduración que transcurre en más del 40 % de su tiempo en secaderos naturales.

En las etiquetas que identifiquen el producto amparado figurará obligatoriamente las menciones “Indicación Geográfica Protegida” y “Chorizo de Cantimpalos”, el tipo de chorizo y una contraetiqueta numerada del consejo regulador.

Los productos en cuya elaboración se utilice como materia prima el “Chorizo de Cantimpalos”, incluso tras haber experimentado un proceso de elaboración y transformación, el envase podrá indicar “Elaborado con Indicación Geográfica Protegida Chorizo de Cantimpalos” sin que figure el distintivo comunitario de la IGP, siempre que el “Chorizo de Cantimpalos”, certificado como tal, constituya el componente exclusivo de la categoría de productos correspondiente. Si no se utiliza exclusivamente “Chorizo de Cantimpalos”, el uso de la denominación protegida sólo podrá mencionarse en la lista de los ingredientes del producto que la contiene o que resulte de la transformación o elaboración.

El Consejo Regulador de la IGP⁹⁶⁶ es titular de las marcas individuales mixtas “Cantimpalos chorizo Segovia”⁹⁶⁷ registrada en la OEPM y “Los Cantimpalos El Acueducto Las cosas bien hechas”⁹⁶⁸ registrada en la EUIPO.



Figura 36. Distintivo registrado en la OEPM.

⁹⁶⁶ La IGP “Chorizo de Cantimpalos” está reconocida desde el año 2011, se encuentra registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0632 para los productos de la clase (1.2. Productos cárnicos (cocidos, salados, ahumados, etc.)) y fue aprobada por Reglamento de Ejecución (UE) n.º 533/2011 de la Comisión de 31 de mayo de 2011 por el que se inscribe una denominación en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas [Chorizo de Cantimpalos (IGP)].

⁹⁶⁷ Registrada con el número M2215019 para los productos de la clase 29 (Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles).

⁹⁶⁸ Registrada con el número 00111285 para los productos de la clase 29 (Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; gelatinas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles; conservas a base de carne, pescado, aves y caza, alimentos congelados a base de carne, pescado, aves y caza, no incluidos en otras clases).



Figura 37. Distintivo registrado en la EUIPO.



Figura 38. Distintivo que se está utilizando según el pliego de condiciones de la IGP.

En relación a la Morcilla de Burgos, este producto cárnico, se elabora en la provincia de Burgos⁹⁶⁹, y se obtiene mediante el embutido y posterior cocción de los siguientes ingredientes básicos: cebolla horcal, manteca o sebo, arroz, sangre, especias y sal.

Todas las fases de preparación y producción de la “Morcilla de Burgos”, como son la preparación de la manteca o sebo y cebolla, la mezcla de los ingredientes, el embutido de las tripas, y la cocción y oreo de las morcillas, deben realizarse en la totalidad de la provincia de Burgos.

El ingrediente característico de la morcilla de Burgos es la utilización de la cebolla horcal, también llamada matancera o de matanza por su estrecha relación con esta actividad, y se obtiene fresca durante los meses de otoño y principios de invierno, coincidiendo con la época de matanzas. Este tipo de cebolla se viene cultivando tradicionalmente en los valles de los principales ríos que atraviesan la provincia de Burgos: Pisuerga, Arlanzón, Arlanza, Duero, y de manera más esporádica en la cuenca del Ebro.

⁹⁶⁹ La IGP está reconocida desde el año 2018, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-01282 para los productos de la clase 1.2 (Productos cárnicos (cocidos, salados, ahumados, etc.)) y aprobada por el Reglamento de Ejecución (UE) 2018/1214 de la Comisión de 29 de agosto de 2018 por el que se inscribe una denominación en el registro de denominaciones de origen protegidas y de indicaciones geográficas protegidas [“Morcilla de Burgos” (IGP)].

En las etiquetas comerciales propias de cada operador que identifiquen el producto amparado figurará obligatoriamente la mención Indicación Geográfica Protegida “Morcilla de Burgos”. El producto protegido llevará una contraetiqueta numerada con la mención “Morcilla de Burgos” y el distintivo registrado por el consejo regulador del producto, que estará numerada, el distintivo registrado por el consejo regulador.

A nivel nacional, la Asociación de Fabricantes de Morcilla de Burgos es titular tanto en la OEPM⁹⁷⁰ como en la EUIPO⁹⁷¹ de la marca colectiva mixta “Morcilla de Burgos” y el Consejo Regulador de la IGP es titular en la OEPM de la marca individual mixta “IGP Morcilla de Burgos”⁹⁷².



Figura 39. Distintivo registrado en la OEPM.

3) IGPs relativas a quesos: Queso Castellano, Queso de Burgos, Queso de Valdeón y Queso Los Beyos.

El Queso Castellano es un queso graso o extra-graso de coagulación enzimática y de prensado intenso con una larga vida útil.

La producción de la leche de oveja (está elaborado con leche cruda o pasteurizada de oveja) y la elaboración y maduración del queso protegido por esta IGP⁹⁷³ se efectúan

⁹⁷⁰ Registrada con el número M3067227 para los productos y servicios de las clases 29 (Morcilla de Burgos, productos de charcutería) y 35 (Servicios de venta al menor o mayor en comercios y/o a través de redes mundiales de informática de morcilla de burgos (productos de charcutería); promoción de ventas a terceros).

⁹⁷¹ Registrada con el número 012200754 para los productos y servicios de las clases 29 (Morcilla cuya procedencia geográfica sea la provincia de Burgos (productos de charcutería)] y 35 (Servicios de venta al menor o mayor en comercios y/o a través de redes mundiales de informática de morcilla de la provincia de Burgos (productos de charcutería); promoción de ventas a terceros).

⁹⁷² Registrada con el número M3749864 para los productos de la clase 29 (Morcilla acogida a la IGP "Morcilla de Burgos").

⁹⁷³ La IGP está reconocida desde el año 2020, se encuentra registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-02307 para los productos de la clase 1.3 (Quesos) y aprobada por el Reglamento de Ejecución (UE) 2020/247 de la Comisión de 18 de febrero de 2020 por el que se inscribe una denominación en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas ["Queso Castellano" (IGP)].

en la totalidad de los términos municipales de la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

La alimentación que se le suministra al ganado deberá proceder de la Comunidad de Castilla y León en al menos el 50 % del total de la alimentación animal y la leche, que debe ser recogida y transportada en buenas condiciones higiénicas, procederá del ordeño total e ininterrumpido de animales sanos.

La leche tiene que ser entera, deberá estar limpia, exenta de contaminantes, conservantes, antibióticos y de cualquier otro producto que pueda afectar negativamente en la elaboración, maduración y conservación del queso.

En las etiquetas comerciales, propias de cada industria, figurará obligatoriamente la mención Indicación Geográfica Protegida “Queso Castellano”, acompañada del símbolo de la Unión Europea, el logotipo de la denominación registrado y la contraetiqueta de la IGP numerada.

Aunque la Federación Castellano Leonesa de Industrias Lácteas tiene registrada en la EUIPO la marca colectiva denominativa “Queso Castellano”⁹⁷⁴, el pliego de condiciones establece que el distintivo que tiene que utilizarse tendrá que figurar obligatoriamente la mención IGP “Queso Castellano”.

QUESO CASTELLANO

Figura 40. Distintivo registrado en la EUIPO.



Figura 41. Distintivo que se está utilizando según el pliego de condiciones.

⁹⁷⁴ Marca registrada con el número 007454994 para los productos de la clase 29 (Quesos) y en Estados Unidos está registrada como marca de certificación con el número de registro 4261769 para quesos.

Respecto al Queso de Burgos, este es un queso singular ya que es el único queso fresco con nombre geográfico de España. Es un queso fresco elaborado mediante coagulación enzimática de leche entera, fresca y natural, pasterizada, de mezcla de vaca y oveja, sin prensado ni maduración, quedando listo para su consumo tras el corte, desuerado y moldeado de la cuajada.

La leche de oveja utilizada en la fabricación procederá únicamente de ganaderías situadas en la Comunidad de Castilla y León pero la zona de elaboración del queso corresponde a la totalidad de los términos municipales de la provincia de Burgos, y en función del porcentaje de leche de oveja utilizada, se distinguirán los tipos “Queso de Burgos” que contendrá entre el 5 y el 10% de leche de oveja, “Queso de Burgos Selecto” que contendrá entre el 11 y el 30% de leche de oveja y el “Queso de Burgos Supremo” que contendrá más del 30% de leche de oveja.

Su registro como IGP está solicitado, pero aún no aparece publicado el número de la solicitud en la base de datos en e-Ambrosia ni tampoco hay ninguna marca registrada.

Otro queso reconocido como IGP en Castilla y León es el Queso de Valdeón, que es un queso de pasta azul, graso, elaborado con leche de vaca o con mezcla de leche de vaca con leche de oveja y/o cabra, cruda o pasteurizada, por coagulación ácido láctica y enzimática, madurados durante un periodo mínimo de dos meses para los quesos elaborados con leche cruda y de un mes para los quesos elaborados con leche pasteurizada y se presentan enteros o batidos (en crema).

El queso tendrá una composición equilibrada entre grasas y proteínas, y para el desarrollo de la flora microbiana inoculada característica de este queso es muy importante la climatología de la zona que puede calificarse como de alta montaña, con inviernos fríos y largos, veranos cortos y frescos y con precipitaciones abundantes durante todo el año.

La zona de elaboración y maduración de los quesos protegidos por la IGP⁹⁷⁵ está constituida por el término municipal de Posada de Valdeón (León), que incluye las

⁹⁷⁵ La IGP está reconocida desde el año 2004, se encuentra registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0267 para los productos de la clase 1.3 (Quesos) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 135/2004 de la Comisión de 27 de enero de 2004 por el que se completa el anexo del Reglamento (CE) n.º 2400/96 relativo a la inscripción de determinadas denominaciones en el «Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas» (Fraise du Périgord y Queso de Valdeón).

siguientes entidades locales menores: Caín, Caldevilla, Cordiñanes, Los Llanos, Prada, Santa Marina de Valdeón y Soto de Valdeón.

Las etiquetas comerciales con las que se comercialice el producto amparado en el mercado deberán incluir el nombre y logotipo de la indicación geográfica protegida y deberán ir provistos de una contraetiqueta, seriada y numerada unitariamente, que llevará el nombre y logotipo de la indicación geográfica protegida.

El Consejo Regulador es titular en la OEPM de la marca individual mixta “Queso de Valdeón”⁹⁷⁶.



Figura 42. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 43. Distintivo que se está utilizando según el pliego de condiciones.

Por último, el Queso de Los Beyos es otro queso reconocido como IGP en Castilla y León. Bajo esta IGP están amparados los quesos elaborados con leche de vaca, de oveja

⁹⁷⁶ Registrada con el número M1909314 para los productos de la clase 29 (quesos, productos lácteos y sus derivados).

o de cabra, cruda o pasterizada, sin mezclar, de coagulación láctica, madurados durante un periodo mínimo de 15 días, o 60 días en el caso de que se elaboren con leche cruda.

La zona geográfica delimitada para la elaboración y maduración de los quesos amparados por la IGP⁹⁷⁷ está constituida por los municipios de Oseja de Sajambre que corresponde a la Comunidad de Castilla y León, y Amieva y Ponga que pertenecen al Principado de Asturias.

Puesto que su zona geográfica abarca territorios de más de una Comunidad Autónoma es competente de su gestión y control el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Los quesos además de llevar la etiqueta propia de cada elaborador (la etiqueta comercial del elaborador indicará, en letras mayúsculas, la especie de la que procede la leche utilizada en la elaboración del queso junto con el nombre o razón social y su dirección para evitar la posible inducción a error al consumidor), llevarán una etiqueta numerada como garantía de identidad del producto en la que figurarán las menciones “Indicación Geográfica Protegida” y “Queso Los Beyos” y el logotipo de la IGP.

Aunque no hay ninguna marca registrada para este producto, el pliego de condiciones establece las tres versiones del distintivo que identifica a este tipo de queso.



Figura 44. Distintivos que se utilizan para identificar el producto en el pliego de condiciones.

⁹⁷⁷ Esta IGP está reconocida desde el año 2013, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0806 para los productos de la clase 1.3 (Quesos) y aprobada por el Reglamento de Ejecución (UE) n° 1110/2013 de la Comisión, de 5 de noviembre de 2013, por la que se inscribe un nombre en el registro de denominaciones de origen protegidas e indicaciones geográficas protegidas [Queso Los Beyos (IGP)].

4) IGP relativa a productos de panadería, pastelería, repostería y galletería: Mantecadas de Astorga.

Las Mantecadas de Astorga son un producto de pastelería resultante de hornear una masa batida compuesta de harina de trigo floja, huevo de gallina, mantequilla de vaca, manteca de cerdo y azúcares producidas en los términos municipales de Astorga, Brazuelo, San Justo de la Vega y Valderrey⁹⁷⁸.

La utilización de manteca de vaca (mantequilla) es el hecho diferencial más importante en la elaboración y composición de las mantecadas. La composición cualitativa de los ingredientes también es importante dependiendo de que su fórmula sea más rica en huevo y manteca de vaca, así como el "punto" del fabricante en la composición y método de elaboración que cada confitero ha ido heredado de generación en generación, hasta nuestros días. La masa de las mantecadas se distribuye en unos recipientes elaborados manualmente, llamados "cajillas"⁹⁷⁹, y por último se cuecen en el horno a temperaturas moderadas cuidando que "escurra la lágrima".

En los envases que contengan las mantecadas protegidas deberá figurar obligatoriamente y de forma destacada la mención "Indicación Geográfica Protegida Mantecadas de Astorga" así como el logotipo del Consejo Regulador, el cual podrá imprimir junto con la etiqueta numerada de la IGP, la etiqueta comercial propia de la empresa inscrita.

El Consejo Regulador es titular en la OEPM de la marca individual mixta "Mantecadas de Astorga I.G.P."⁹⁸⁰

⁹⁷⁸ La IGP está reconocida desde el año 2005, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0311 para los productos de la clase 2.3 (Pan, pastelería, tartas, confitería, galletas y demás productos de panadería) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 205/2005 de la Comisión de 4 de febrero de 2005 que completa el anexo del Reglamento (CE) n.º 2400/96 en lo que atañe al registro de determinadas denominaciones en el «Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas» (Valdemone — [DOP], Queso Ibores — [DOP], Pera de Jumilla — [DOP], Aceite de Terra Alta u Oli de Terra Alta — [DOP], Sierra de Cádiz — [DOP], Requeijão Serra da Estrela — [DOP], Zafferano dell'Aquila — [DOP], Zafferano di San Gimignano — [DOP], Mantecadas de Astorga — [IGP] y Pan de Cea — [IGP]).

⁹⁷⁹ Estos recipientes elaborados manualmente dieron lugar al origen de la profesión de "las cajilleras", que eran las señoras de la ciudad encargadas de dar el pliegue característico a estos recipientes.

⁹⁸⁰ Registrada con el número M2592666 para los productos y servicios de las clases 30 (Mantecadas) y 39 (Servicios de transporte, embalaje, almacenaje y distribución de mantecadas).



Figura 45. Distintivo registrado en la OEPM.

5) IGP s relativas a frutas, hortalizas y cereales frescos o transformados: Alubia de La Bañeza-León, Garbanzo de Fuentesauco, Judías de El Barco de Ávila, Lenteja de La Armuña, Lenteja de Tierra de Campos, Pimiento asado del Bierzo y Pimiento de Fresno-Benavente.

La IGP Alubia de La Bañeza-León ⁹⁸¹ protege a las semillas secas y separadas de la vaina de alubias *Phaseolus vulgaris L. subespecie Papilionaceae*, leguminosa de grano para consumo humano, de las variedades locales Canela, Plancheta, Riñón menudo y Pinta.

Las alubias secas deberán pertenecer a la categoría comercial extra y la zona de producción agrícola se encuadra en 98 municipios de la provincia de León pertenecientes a las comarcas agrarias de Astorga, El Páramo, Esla-Campos, La Bañeza, La Cabrera y Tierras de León, así como en 20 municipios de la comarca de Benavente-Los Valles, en la provincia de Zamora.

Las parcelas serán de regadío o secanos muy frescos, la alubia entrará en la alternativa de cultivos como máximo cada dos años, la siembra se realizará en primavera y la recolección de las alubias se hará en los meses de agosto, septiembre u octubre una vez que el grano haya completado su madurez fisiológica.

Respecto al etiquetado del producto, junto con la etiqueta comercial de cada industria envasadora o elaboradora inscrita, figurará en el distintivo numerado la mención “Indicación Geográfica Protegida Alubia de La Bañeza-León” acompañada del logotipo del Consejo Regulador.

⁹⁸¹ Está reconocida desde el año 2010, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0492 para los productos de la clase 1.6 (Frutas, hortalizas y cereales frescos o elaborados) y fue aprobada por el Reglamento (UE) n.º 256/2010 de la Comisión de 25 de marzo de 2010 por el que se inscribe una denominación en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas [Alubia de La Bañeza-León (IGP)].

Cuando en la elaboración de un producto se utilice como materia prima la Alubia de La Bañeza-León⁹⁸² el etiquetado del envase podrá indicar “Elaborado con Indicación Geográfica Protegida Alubia de La Bañeza-León” sin que figure el distintivo comunitario, siempre que la Alubia de La Bañeza-León, certificada como tal, constituya el componente exclusivo del producto elaborado y los elaboradores o transformadores estén autorizados por el Consejo Regulador.

En caso de que no se utilice exclusivamente Alubia de La Bañeza-León, sólo podrá usarse la denominación protegida en la lista de los ingredientes del producto que la contiene o que resulte de la transformación o elaboración.

El Consejo Regulador de la IGP Alubia de La Bañeza-León es titular en la OEPM de la marca individual mixta “Consejo Regulador de la I.G.P. Alubia de La Bañeza-León”⁹⁸³.



Figura 46. Distintivo registrado en la OEPM.

En cuanto a la IGP Garbanzo de Fuentesauco, son semillas de garbanzo de la especie *Cicer arietinum L., variedad macrocarpum*, ecotipo “Fuentesauco”, de las categorías comerciales extra y primera que se comercializan envasados como legumbre seca destinada a consumo humano.

Se produce exclusivamente en los siguientes términos municipales de la provincia de Zamora: Argujillo, La Bóveda de Toro, Cañizal, Castrillo de la Guareña, El Cubo de Tierra del Vino, Cuelgamures, Fuentelapeña, Fuentesauco, Fuentespreadas, Gema, Guarrate, El Maderal, El Pego, El Piñero, San Miguel de la Ribera, Santa Clara de

⁹⁸² La alubia puede haber experimentado un proceso de elaboración y transformación.

⁹⁸³ Marca registrada con el número M2687767 para los productos de la clase 29 (Alubias en conserva, secas y cocidas de La Bañeza-León.).

Avedillo, Sanzoles, Vadillo de la Guareña, Vallesa, Villabuena del Puente, Villaescusa y Villamor de los Escuderos.

Los garbanzos se cultivan en parcelas inscritas en el Consejo Regulador y las siembras de garbanzos se realizarán en alternancia con otros cultivos, no repitiendo nunca el cultivo del garbanzo sobre la misma parcela en dos campañas consecutivas. Cuando las plantas y las malas hierbas del cultivo estén totalmente secas, el garbanzo se recolectará y se conservará en lugares secos y alejados de radiaciones solares directas, evitando en todo momento la mezcla de garbanzos de diferentes características.

En la etiqueta del producto amparado, que deberá in numerada, obligatoriamente figurará el distintivo del consejo regulador junto con la mención “Indicación Geográfica Protegida Garbanzo de Fuentesauco”.

El Consejo Regulador de la IGP⁹⁸⁴ es titular en la OEPM de la marca colectiva mixta “Garbanzo de Fuentesauco Indicación Geográfica Protegida”⁹⁸⁵.



Figura 47. Distintivo registrado en la OEPM.

Otro producto reconocido como IGP en Castilla y León son las Judías de El Barco de Ávila. Esta IGP⁹⁸⁶ ampara a las judías secas separadas de la vaina, procedentes de plantas de la familia de las leguminosas, especie *Phaseolus vulgaris*, de las variedades blanca riñón, blanca redonda, arrocina, planchada, morada redonda, morada larga y judión del Barco, producidas en la comarca agrícola denominada Barco de Ávila-

⁹⁸⁴ La IGP está reconocida desde el año 2007, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0264 para los productos de la clase 1.6 (Frutas, hortalizas y cereales frescos o elaborados) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 1485/2007 de la Comisión de 14 de diciembre de 2007 por el que se inscriben ciertas denominaciones en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas [Carne de Bísaro Transmontano o Carne de Porco Transmontano (DOP), Szegedi szalámi o Szegedi téliszalámi (DOP), Pecorino di Filiano (DOP), Cereza del Jerte (DOP), Garbanzo de Fuentesauco (IGP), Lenteja Pardina de Tierra de Campos (IGP), Λουκούμι Γεροσκίπυ (Loukoumi Geroskipou) (IGP), Skalický trdelník (IGP)].

⁹⁸⁵ Registrada con el número M2550692 para los productos de la clase 29 (Legumbres secas, cocidas o en conserva).

⁹⁸⁶ Esta IGP está reconocida desde el año 1996, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0101 y aprobada por el Reglamento (CE) n.º 1107/96 de la Comisión de 12 de junio de 1996 relativo al registro de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen con arreglo al procedimiento establecido en el artículo 17 del Reglamento (CEE) n.º 2081/92 del Consejo.

Piedrahita, perteneciente a la provincia de Ávila, extendiéndose además al pueblo de El Tejado de la provincia de Salamanca, limítrofe a esta comarca y con las mismas características agroclimáticas.

Las judías protegidas son las de las categorías extra y primera y procederán de plantaciones inscritas situadas en la zona de producción y de las variedades autorizadas.

La siembra de la judía, que generalmente está mecanizada, se realizará en la segunda quincena del mes mayo y cuando el grano esté maduro se procederá a su recolección manual⁹⁸⁷.

En las etiquetas, que irán numeradas, figurará la mención “Indicación Geográfica Protegida Judías de El Barco de Ávila”.

El Consejo Regulador es titular en la OEPM de la marca individual mixta “Judías de El Barco de Ávila Indicación Geográfica Protegida”⁹⁸⁸.



Figura 48. Distintivo registrado en la OEPM.

En relación a las lentejas, Castilla y León tiene reconocidas dos IGP de lentejas: Lenteja de La Armuña y Lenteja de Tierra de Campos.

Las lentejas protegidas por la IGP Lenteja de La Armuña⁹⁸⁹ tienen que ser de las categorías comerciales extra y primera, producidas en la comarca de La Armuña y son las lentejas secas, separadas de la vaina, procedentes de plantas de la familia de las

⁹⁸⁷ El pliego de condiciones también permite la recolección mecánica de la judía.

⁹⁸⁸ Registrada con el número M2875656 para la clase de producto 29 (Judías de El Barco de Ávila secas, cocidas y en conserva). Con anterioridad a esta marca, en 1991, en los archivos de la OEPM, encontramos la marca “El Barco de Ávila Denominación Específica Judías del Barco de Ávila Consejo Regulador de la Denominación Específica”, registrada con el número M1661562 para la clase de producto 29 (Legumbres secas, cocidas y en conserva, especialmente judías) y cuyo titular es el Consejo Regulador de la Denominación Específica Judías del Barco de Ávila.

⁹⁸⁹ Esta IGP se encuentra reconocida desde el año 1996, está registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0102 para los productos de la clase 1.6 (Frutas, hortalizas y cereales frescos o elaborados) y aprobada por el Reglamento (CE) n.º 1107/96 de la Comisión de 12 de junio de 1996 relativo al registro de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen con arreglo al procedimiento establecido en el artículo 17 del Reglamento (CEE) n.º 2081/92 del Consejo.

leguminosas, de la especie *Lens culinaris medicus*, de la variedad denominada “Rubia de La Armuña”, destinadas al consumo humano.

Las lentejas proceden únicamente de plantaciones inscritas en el registro correspondiente y de las variedades autorizadas, recolectadas mecánicamente cuando han alcanzado su madurez. Las lentejas se almacenan en lugares limpios y secos para evitar posibles contaminaciones externas y se someten a controles de calidad, que incluyen análisis de cochura, procesos de eliminación de cuerpos extraños y granos defectuosos. Posteriormente se clasificarán por tamaños para su envasado y se comercializarán como lentejas secas.

En las etiquetas comerciales, propias de cada firma comercial inscrita, figurará obligatoriamente la mención Indicación Geográfica Protegida “Lenteja de La Armuña” y el producto deberá llevar una contraetiqueta numerada del consejo regulador.

En los envases de los productos en cuya elaboración se utilice como materia prima la “Lenteja de La Armuña” IGP⁹⁹⁰ se podrá hacer referencia a la expresión “Elaborado con Lenteja de la Armuña IGP” con el distintivo registrado por el consejo regulador pero sin que figure el logotipo comunitario de la IGP siempre que la “Lenteja de La Armuña” IGP, certificada como tal, constituya el componente exclusivo de la categoría de productos correspondiente y los elaboradores o transformadores estén autorizados por el Consejo Regulador. Si no se utiliza exclusivamente “Lenteja de La Armuña” IGP, el uso de la denominación protegida sólo podrá indicarse en la lista de los ingredientes del producto que la contiene o que resulte de la transformación o elaboración.

El Consejo Regulador es titular en la OEPM de la marca individual mixta “Lenteja de La Armuña”⁹⁹¹.



Figura 49. Distintivo registrado en la OEPM.

⁹⁹⁰ La lenteja puede haber sufrido un proceso de elaboración y transformación.

⁹⁹¹ Registrada con el número M1767718 para los productos de la clase 29 (Legumbres cocidas y en conservas, ensalada de legumbres y legumbres secas).



Figura 50. Distintivo que se está utilizando según el pliego de condiciones de la IGP.

La Lenteja de Tierra de Campos son las semillas separadas de la vaina procedentes de plantas de la especie *Lens culinaris ssp. Culinaris*, raza *microsperma* y grupo *Europeae*, pertenecientes a la familia de las leguminosas y destinadas al consumo humano.

El tipo comercial se denomina *pardina* y se producen⁹⁹² en las provincias de León (Comarca Esla-Campos y Comarca Sahagún), Palencia (Comarca Campos, Comarca Cerrato y Comarca Saldaña-Valdavia), Valladolid (Comarca Centro, Comarca Sur y Comarca Tierra de Campos) y Zamora (Comarca Benavente y Los Valles, Comarca Campos-Pan y Comarca Duero Bajo).

Las lentejas se cultivarán en parcelas de la zona de producción agrícola delimitada, se cultivará siempre en alternancia no repitiéndose el cultivo de lenteja dos años seguidos sobre la parcela y el período de siembra será del 15 de octubre al 15 de abril y se recolectará cuando la planta haya llegado a la madurez fisiológica.

Los envases que contengan las lentejas protegidas irán provistos de una etiqueta numerada que contendrán obligatoriamente, junto con el símbolo comunitario de Indicación Geográfica Protegida y la denominación “Lenteja de Tierra de Campos”.

⁹⁹² La IGP está reconocida desde el año 2007, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0313 para los productos de la clase 1.6 (Frutas, hortalizas y cereales frescos o elaborados) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 1485/2007 de la Comisión de 14 de diciembre de 2007 por el que se inscriben ciertas denominaciones en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas [Carne de Bísaro Transmontano o Carne de Porco Transmontano (DOP), Szegedi szalámi o Szegedi téliszalámi (DOP), Pecorino di Filiano (DOP), Cereza del Jerte (DOP), Garbanzo de Fuentesauco (IGP), Lenteja Pardina de Tierra de Campos (IGP), Λουκούμι Γεροσκίπου (Loukoumi Geroskipou) (IGP), Skalický trdelník (IGP)].

Del etiquetado del producto se ha eliminado⁹⁹³ la referencia a la utilización como ingrediente de la lenteja de Tierra de Campos en otros productos⁹⁹⁴ en cumplimiento de las directrices de la Comisión en este asunto⁹⁹⁵. Según la Comisión, en el pliego de condiciones correspondiente a una denominación registrada como DOP o IGP no deberían figurar, en principio, disposiciones relativas a la utilización de dicha denominación en el etiquetado de otros productos alimenticios, ya que el respeto de la legislación existente de la Unión por parte de los agentes económicos constituye una garantía adecuada. Esta referencia se podría admitir excepcionalmente si tiene por objeto solucionar una dificultad específica claramente identificada y si es objetiva, proporcionada y no discriminatoria.

Aunque se eliminó del pliego de condiciones la posibilidad de etiquetar con la denominación “Elaborado con Indicación Geográfica Protegida Lenteja Pardina⁹⁹⁶ de Tierra de Campos” aquellos productos elaborados o transformados en los que el ingrediente principal fuese esta lenteja, la Orden AGR/844/2020, de 4 de septiembre, por la que se aprueba el Reglamento del Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida “Lenteja de Tierra de Campos” en su artículo 23.5 establece que la denominación y el logotipo de esta IGP pueda incluirse en las contraetiquetas del producto siempre que la “Lenteja de Tierra de Campos”, certificada como IGP, sea el componente exclusivo de la categoría de productos correspondiente, no se utilice el logotipo comunitario de IGP y se solicite al Consejo Regulador la expedición de las contraetiquetas y/o su integración en el etiquetado del producto elaborado para el correcto uso de la denominación protegida y el cobro de la correspondiente tarifa.

⁹⁹³ La eliminación de la denominación “Elaborado con Indicación Geográfica Protegida de Lenteja de Tierra de Campos” en el etiquetado de los productos elaborados o transformados con este tipo de lenteja se produjo en el pliego de condiciones publicado en el DOUE C 293/2014, de 9 de octubre de 2013.

⁹⁹⁴ El pliego de condiciones de 2007 de la IGP “Lenteja Pardina de Tierra de Campos”, publicado en el DOUE C 88/01, de 21 de abril de 2007, establecía que si en un producto elaborado o transformado se utilizaba como materia prima la “Lenteja Pardina de Tierra de Campos” IGP, el etiquetado del envase podía incluir la denominación “Elaborado con Indicación Geográfica Protegida Lenteja Pardina de Tierra de Campos” sin que figurara el logo comunitario, siempre que el ingrediente básico de ese producto elaborado o transformado fuese la “Lenteja Pardina de Tierra de Campos” certificada como IGP y el consejo regulador autorizase a los elaboradores y transformadores del producto el uso de la denominación, inscribiéndolos en el registro correspondiente para controlar y velar por el uso correcto de la denominación.

⁹⁹⁵ Comunicación de la Comisión - Directrices sobre el etiquetado de los productos alimenticios que utilizan como ingredientes denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones geográficas protegidas (IGP), D.O. 2010/C 341/03.

⁹⁹⁶ La antigua denominación de la IGP incluía el término “Pardina” que como veremos a continuación fue suprimido.

Si no se utiliza exclusivamente “Lenteja de Tierra de Campos”, la denominación protegida sólo podrá mencionarse en la lista de los ingredientes del producto que la contiene o que resulte de la transformación o elaboración, indicando su porcentaje.

El Consejo Regulador es titular en la OEPM de la marca individual mixta “Lenteja pardina de Tierra de Campos”⁹⁹⁷.

En un primer momento esta IGP se denominó “Lenteja Pardina de Tierra de Campos”, por eso el Consejo Regulador es titular en la OEPM de la marca individual mixta “Lenteja pardina de Tierra de Campos” pero se modificó⁹⁹⁸ el pliego de condiciones y se simplificó el nombre de la IGP eliminándose la palabra “Pardina” y pasó a denominarse “Lenteja de Tierra de Campos” ya que la lenteja de la variedad pardina es la única amparada bajo el pliego de condiciones de la IGP “Lenteja de Tierra de Campos”, de modo que decir pardina y Tierra de Campos era afirmar lo mismo dos veces. Además, al eliminar el nombre de la variedad de la IGP, se evita la confusión con otras lentejas pardinas cultivadas fuera de la delimitación geográfica de esta IGP.



Figura 51. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 52. Distintivo que se está utilizando según el pliego de condiciones de la IGP.

⁹⁹⁷ Registrada con el número M2728988 para los productos de la clase 31 (Lentejas frescas y semillas de lentejas).

⁹⁹⁸ Reglamento de Ejecución (UE) n.º 294/2014 de la Comisión de 20 de marzo de 2014 por el que se aprueba una modificación que no es de menor importancia del pliego de condiciones de una denominación inscrita en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas [Lenteja de Tierra de Campos (IGP)].

Los dos últimos productos reconocidos como IGP de esta clasificación son el Pimiento asado del Bierzo y el Pimiento de Fresno-Benavente.

El Pimiento asado del Bierzo se presenta asado, pelado y envasado y la materia prima usada pertenece a la planta de pimiento (*Capsicum annuum L.*), de ecotipo Bierzo que se caracteriza por tener fruto de forma triangular alargada, paredes lisas, con 3 o 4 lóbulos, peso superior a 160 gramos, punta roma y sin hendidura estilar.

Aunque no se aplica restricción a la zona de asado, la zona de producción se encuentra en el centro de la comarca del Bierzo⁹⁹⁹, en los términos municipales de Arganza, Bembibre, Borrenes, Cabañas Raras, Cacabelos, Camponaraya, Carracedelo, Carucedo, Castropodame, Congosto, Cubillos del Sil, Molinaseca, Ponferrada, Priaranza, Sobrado, Villadecanes-Toral de los Vados y Villafranca del Bierzo.

En el momento en que los caracteres físicos, morfológicos y de calidad de los frutos mejor se ajusten a los valores óptimos de recolección y presenten las características más acordes con lo descrito en el pliego de condiciones, la recolección se realizará manualmente y de forma escalonada en varias pasadas.

Al igual que la recolección, todo el proceso de asado (que se realiza en una plancha u horno) así como el descorazonado y pelado se realizan de forma manual, sin utilizar soluciones químicas ni siquiera lavado con agua, por eso el pimiento asado presenta restos quemados y semillas que son indicativos de su elaboración manual.

Según la categoría comercial del pimiento, éste podrá presentarse entero o en trozos. Si el pimiento se presenta entero, la conserva de “Pimiento asado del Bierzo” pertenecerá a las categorías comerciales extra o primera y cuando se presente en trozos, el pimiento pertenecerá a la categoría comercial primera.

Las industrias de elaboración y envasado que hayan obtenido el certificado del Consejo Regulador utilizarán obligatoriamente en las etiquetas la mención “Indicación

⁹⁹⁹ La IGP está reconocida desde el año 2006, se encuentra registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0262 para la clase 1.6 (Frutas, hortalizas y cereales frescos o transformados) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 417/2006 de la Comisión de 10 de marzo de 2006 que completa el anexo del Reglamento (CE) no 2400/96 en lo que atañe al registro de determinadas denominaciones en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas [Pimiento Asado del Bierzo (IGP), Fico bianco del Cilento (DOP), Melannurca Campana (IGP), Montes de Granada (DOP), Huile d’olive de Nice (DOP), Aceite de la Rioja (DOP), Antequera (DOP)].

Geográfica Protegida Pimiento Asado del Bierzo”, el logotipo del consejo regulador y una contraetiqueta numerada.

El Consejo Regulador es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Consejo Regulador I.G.P. Pimiento Asado del Bierzo”¹⁰⁰⁰.



Figura 53. Distintivo registrado en la OEPM.

El Pimiento de Fresno-Benavente es el fruto de la planta de pimiento, *Capsicum annuum L.*, para su consumo en fresco (no transformado), fruto de una selección del pimiento tipo “morro de vaca” o “morrón”.

La zona de producción agrícola de esta IGP¹⁰⁰¹ se sitúa en el noroeste de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, ocupando 33 municipios del sureste de la provincia de León, 55 municipios del norte de la provincia de Zamora y un municipio de la provincia de Valladolid.

Los pimientos se cultivarán en parcelas de la zona de producción agrícola que estén inscritas en el registro correspondiente, sobre una misma parcela no se podrá cultivar pimientos durante dos campañas consecutivas y se recolectará cuando el pimiento cumpla los requisitos de calidad establecidos.

En las etiquetas identificativas del Pimiento de Fresno-Benavente, figurará obligatoriamente las menciones “Indicación Geográfica Protegida” y “Pimiento de

¹⁰⁰⁰ Registrada con el número M2521943 para los productos de la clase 29 (Conservas de pimientos).

¹⁰⁰¹ La IGP está reconocida desde el año 2012, se encuentra registrada en la base de datos eAmbrosia con el número PGI-ES-0705 en para los productos de la clase 1.6 (Frutas, hortalizas y cereales frescos o elaborados) y fue aprobada por el Reglamento (UE) n. ° 925/2012 de la Comisión de 8 de octubre de 2012 por el que se inscribe una denominación en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas [Pimiento de Fresno-Benavente (IGP)].

Fresno-Benavente”, el distintivo registrado por el consejo regulador y la contraetiqueta numerada.

El Consejo Regulador es titular en la OEPM de la marca colectiva mixta “Benavente Pimiento de Fresno Indicación Geográfica Protegida”¹⁰⁰².



Figura 54. Distintivo registrado en la OEPM.

3. Marcas relacionadas con otros distintivos de calidad agroalimentaria reconocidos en el artículo 133 LACyL.

a) La producción integrada.

La producción integrada¹⁰⁰³ está orientada a desarrollar fórmulas de cultivo más cercanas a los procedimientos naturales propios de una agricultura sostenible. Este método de producción minimiza los productos químicos, como fertilizantes y fitosanitarios, para que las frutas, hortalizas y el resto de productos, vinculados a esta forma de cultivo, tengan los mínimos residuos químicos posibles.

En Castilla y León, la producción integrada está regulada desde el año 2000 con la publicación del Decreto 208/2000, de 5 de octubre de 2000, por el que se regula la Producción Integrada de los productos agrícolas de Castilla y León.

¹⁰⁰² Registrada con el número M3051240 para los productos de la clase 29 (Pasta de pimientos en conserva, pimientos encurtidos, pimiento usado como un condimento, todos ellos elaborados con pimientos protegidos por la IGP "Pimiento de Fresno-Benavente") y 31 (Pimientos (plantas); pimientos frescos, pimientos, pimientos picantes crudos, todos ellos protegidos por la IGP "Pimiento de Fresno-Benavente").

¹⁰⁰³ En el ámbito nacional, la “Producción Integrada de productos agrícolas” está regulada por el Real Decreto 1201/2002, de 20 de noviembre, que tiene por objeto, según el artículo 1, el establecimiento de las normas de producción y requisitos generales que deben cumplir los operadores que se acojan a los sistemas de producción integrada, la regulación del uso de la identificación de garantía que diferencie estos productos ante el consumidor, el reconocimiento de las Agrupaciones de Producción Integrada en Agricultura para el fomento de dicha producción y la creación de la Comisión Nacional de Producción Integrada encargada del asesoramiento y coordinación en materia de producción integrada. La Orden APA/1/2004, de 9 de enero, establece el logotipo de la identificación de garantía nacional de producción integrada.

El objeto del Decreto es establecer los requisitos generales que deben cumplir los productores y operadores de productos vegetales que se acojan a este sistema de producción y comercialización y regular tanto el uso de las etiquetas o identificaciones de garantía que diferencien estos productos ante el consumidor como su sistema de control y certificación.

La producción integrada, artículo 2.1, es “*el sistema agrícola de producción de vegetales que utiliza al máximo los recursos y los mecanismos de producción naturales y asegura a largo plazo una agricultura sostenible mediante la elección equilibrada de métodos biológicos, químicos y otras técnicas que compatibilicen las exigencias de la sociedad, la protección del consumidor y del medio ambiente y la productividad agrícola*”.

Este Decreto, y más concretamente su artículo 10 que está dedicado al distintivo de identificación de la producción integrada, su utilización, autorización y anulación, en virtud de su Disposición final primera, ha sido objeto de desarrollo a través de las siguientes órdenes:

a) Orden de 30 de julio de 2002, de la Consejería de Agricultura y Ganadería, por la que se establece el reglamento de uso y el distintivo de identificación de garantía "Producción Integrada de Castilla y León", así como el distintivo correspondiente a la "Fase de Implantación de Producción Integrada de Castilla y León".

Esta Orden aprueba el reglamento de uso y los distintivos de la identificación de garantía “Producción Integrada de Castilla y León” y el correspondiente a la “fase de implantación de Producción Integrada de Castilla y León”.

El apartado *primero* del reglamento de uso autoriza el uso del distintivo con el fin de garantizar que los productos vegetales hayan sido obtenidos, elaborados y comercializados conforme a las técnicas de producción integrada.

El operador que etiquete un producto podrá establecer acuerdos con suministradores de servicios, incluida la obtención de dicho producto, para la realización

de alguna de las fases del proceso, pero el contrato de colaboración tendrá que reflejar de forma expresa el sometimiento del suministrador al sistema de control¹⁰⁰⁴.

La Consejería de Agricultura y Ganadería velará por el buen uso de la identificación de garantía y perseguirá su uso indebido de oficio o previa denuncia de particulares o comunicación de los organismos de control autorizados y se prohíbe¹⁰⁰⁵ expresamente la utilización de denominaciones, identificaciones, expresiones y signos que, por su semejanza con la identificación de garantía “Producción Integrada de Castilla y León”, puedan inducir a confusión, aunque vayan acompañadas de expresiones como “tipo” u otras análogas (apartado *Décimo* del reglamento de uso).

La “Comunidad Autónoma de Castilla y León. Junta de Castilla y León. Consejería de Agricultura y Ganadería” es la titular en la OEPM de la marca individual mixta “PI producción Integrada de Castilla y León”¹⁰⁰⁶.

b) Orden de 30 de julio de 2002, de la Consejería de Agricultura y Ganadería, por la que se establece el procedimiento para la concesión de autorizaciones para la utilización de la identificación de garantía "Producción Integrada de Castilla y León"¹⁰⁰⁷.

El objeto de esta Orden es establecer el procedimiento para la concesión de las autorizaciones que son necesarias para la utilización de la Identificación de Garantía

¹⁰⁰⁴ El control de la calidad y la certificación de los productos amparados por esta identificación de garantía será realizado por entidades que deberán ser autorizadas por la Consejería de Agricultura y Ganadería y las medidas de control se realizarán sobre todos los productores y operadores que usen esta identificación de garantía, e irán dirigidas a la verificación del cumplimiento de lo establecido en las normas generales de la Producción Integrada, así como en las normas técnicas específicas para cada cultivo o grupo de cultivos. Esta previsión está recogida tanto en el Decreto, artículo 6.2, como en el reglamento de uso en el apartado *Séptimo* 3.

¹⁰⁰⁵ Esta prohibición también se encuentra recogida en el último párrafo del artículo 10 del Decreto.

¹⁰⁰⁶ Está registrada con el número M2489406 para los productos de la clase 31 (Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases, animales vivos, frutas y legumbres frescas, semillas, plantas y flores naturales, alimentos para los animales, malta) y con el número M2527641 para los productos y servicios de las clases 29 (Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; gelatinas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles), 30 (Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levaduras, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias, hielo.), 32 (Cervezas; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas.), 33 (Bebidas alcohólicas (con excepción de cervezas)] y 39 (Servicios de almacenamiento, distribución y transporte de todo tipo de productos alimenticios). Ambas marcas se encuentran actualmente caducadas desde 2013 y 2014 respectivamente.

¹⁰⁰⁷ Esta Orden fue modificada por la Orden AYG/1149/2004, de 9 de julio.

“Producción Integrada de Castilla y León” a los operadores inscritos en el Registro de Productores y operadores de Producción Integrada de Castilla y León.

La autorización de uso deberá contener, al menos¹⁰⁰⁸ los datos identificativos de la persona física o jurídica, la demarcación territorial de producción o marcas comerciales, en su caso, el tipo de productos agrícolas autorizados, el período que abarca la autorización y aquellas otras condiciones especiales que se dispongan en su autorización y se incorporará al Registro de Productores y Operadores de Producción Integrada de Castilla y León.

La vigencia de la autorización de uso del distintivo será de cinco años (art. 4.4), transcurridos los cuales el titular de la autorización deberá presentar solicitud de renovación¹⁰⁰⁹ según el modelo establecido en el Anexo II al Director General de Producción Agropecuaria.

Por último, la Orden dedica el artículo 9 a la utilización del logotipo de Producción integrada y dispone que el operador no podrá utilizarlo ni comercializar con él cuando cancele su inscripción en el Registro de Producción Integrada o cuando la entidad de certificación o la Administración emita un informe desfavorable.



Figura 55. Distintivo registrado en la OEPM.

¹⁰⁰⁸ El contenido mínimo de la autorización viene recogido tanto en el apartado *Tercero* 2 de la Orden de 30 de julio de 2002 que establece el reglamento de uso del distintivo como en el artículo 4.4 de esta Orden de 30 de julio de 2002 que establece el procedimiento para la concesión de autorizaciones de uso del distintivo “Producción integrada de Castilla y León”.

¹⁰⁰⁹ La renovación de la autorización de uso (art. 5.2) así como los cambios y modificaciones de las condiciones de la autorización de uso (según el modelo del Anexo III, artículo 6) se tramitarán con arreglo a lo establecido en los artículos 3 y 4 de esta Orden. La Orden recoge dos formas de extinción de la autorización de uso del distintivo: la renuncia a la autorización por parte del titular autorizado (art. 7) y la revocación de la autorización por el órgano encargado de su concesión (art.8).

b) La producción ecológica.

La legislación básica sobre agricultura ecológica se encuentra regulada a nivel comunitario¹⁰¹⁰, pero a nivel nacional se han regulado algunos aspectos¹⁰¹¹ y en la Comunidad de Castilla y León la producción ecológica aparece recogida tanto en la LACyL¹⁰¹² como en la Orden AYG/452/2013, de 29 de mayo, por la que se aprueba el Reglamento Regulador de la Producción Agraria Ecológica y su indicación sobre los productos agrarios y alimenticios y del Consejo de Agricultura Ecológica de la Comunidad de Castilla y León¹⁰¹³.

¹⁰¹⁰ En relación a la normativa sobre producción ecológica, actualmente se encuentra en fase de transición de la normativa antigua establecida en el Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo, de 28 de junio de 2007, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) 2092/91, al nuevo Reglamento que la regula y deroga al anterior que es el Reglamento (UE) 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2018, sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos. Este nuevo Reglamento entró en vigor el 17 de junio de 2018 y era aplicable a partir del 1 de enero de 2021, pero debido a la pandemia provocada por el COVID-19 se aprobó el Reglamento (UE) 2020/1963 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de noviembre de 2020, por el que se modifica el Reglamento (UE) 2018/848 en lo que respecta a las fechas de aplicación y a otras fechas que en él se mencionan. Esta modificación consiste en aplazar la entrada en vigor del Reglamento (UE) 2018/848 al 1 de enero de 2022 y en ampliar en un año más el resto de las fechas incluidas. Al amparo del Reglamento 834/2007, la Comisión adoptó las disposiciones de aplicación en el Reglamento (CE) 889/2008 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos (con motivo del COVID-19, este Reglamento ha sido modificado por el Reglamento de Ejecución (UE) 2020/977 de la Comisión de 7 de julio de 2020 por el que se establecen excepciones a lo dispuesto en los Reglamentos (CE) n.º 889/2008 y (CE) n.º 1235/2008 en relación con los controles de la producción de productos ecológicos, debido a la pandemia del COVID-19 y por el Reglamento de Ejecución (UE) 2020/1667 de la Comisión de 10 de noviembre de 2020 que modifica el Reglamento de Ejecución (UE) 2020/977 en lo que se refiere al período de aplicación de las medidas temporales en relación con los controles de la producción de productos ecológicos), el Reglamento de Ejecución (UE) 354/2014 que lo modifica y corrige, y el Reglamento (CE) 1235/2008 en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países.

¹⁰¹¹ La agricultura ecológica se encuentra regulada legalmente en España desde 1989 con la Orden de 4 de octubre de 1989 por la que se aprobó el Reglamento de la Denominación Genérica “Agricultura Ecológica” y su Consejo Regulador, que fue de aplicación hasta la entrada en vigor del Reglamento (CEE) 2092/91 sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios. Actualmente, la única norma estatal relacionada con la producción ecológica es el Real Decreto 833/2014, de 3 de octubre que establece y regula el Registro General de Operadores Ecológicos y crea la Mesa de coordinación de la producción ecológica.

¹⁰¹² Esta Ley dedica a la agricultura ecológica el artículo 133 en el que se indica que es una de las figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios, el artículo 134.3 en el que se establece el alcance de la protección de la producción ecológica y en el artículo 135.1 que enumera los objetivos a alcanzar en materia de promoción y fomento de la calidad agroalimentaria, entre los que se encuentra articular iniciativas públicas para el desarrollo de la producción ecológica (letra i).

¹⁰¹³ Esta Orden deroga a la Orden de 12 de junio de 1996, de la Consejería de Agricultura y Ganadería que establecía el Reglamento sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios y que creó el Consejo de Agricultura Ecológica de la Comunidad de Castilla y León. También hay que tener en cuenta el Acuerdo 22/2016, de 5 mayo, de la Junta de Castilla y León, que aprobó el Plan Estratégico de Producción Ecológica de Castilla y León 2016-2020 y la Orden AYG/1132/2014, de 19 de diciembre, por la que se regula la medida de agricultura ecológica, contenida en el Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2014-2020 y cofinanciada por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) que tiene por objeto regular en la Comunidad de Castilla y León el régimen de las ayudas correspondientes a la adopción y mantenimiento de prácticas y métodos de agricultura ecológica incluidas en el Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2014-2020. Esta Orden ha sido modificada por la Orden AYG/964/2015, de 27 de octubre, y las ayudas tanto estatales como

Tomando como base las definiciones de términos contenidas en el artículo 2 del Reglamento 834/2007, podemos definir el término “producto ecológico” como aquel producto procedente de o relativo a la producción ecológica, que es aquella en la que se utilizan métodos de producción conformes a las normas establecidas en el reglamento en todas las etapas de la producción, preparación y distribución¹⁰¹⁴.

Este tipo de producción se configura¹⁰¹⁵ como un sistema general de gestión agrícola y producción de alimentos que combina las mejores prácticas ambientales, un elevado nivel de biodiversidad, la preservación de recursos naturales, la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal y una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por productos obtenidos a partir de sustancias¹⁰¹⁶ y procesos naturales.

En relación con la protección que la normativa¹⁰¹⁷ hace de estos productos, hay que indicar que tanto la denominación como los términos ecológico y biológico y sus derivados o abreviaturas, tales como “bio” y “eco” utilizados aisladamente o combinados con otros vocablos están reservados a los productos contemplados en el artículo 1.2 Reglamento 834/2007 que hayan sido obtenidos mediante métodos ecológicos de producción y se comercialicen o vayan a comercializarse como ecológicos.

autónomas a la producción ecológica pueden consultarse en el siguiente enlace: <https://agriculturaganaderia.jcyl.es/web/jcyl/AgriculturaGanaderia/es/Plantilla100/1284626276217/ / />

¹⁰¹⁴ Las etapas de producción, preparación y distribución, apartado b) del artículo 2 del Reglamento 834/2007, comprenden cualquier etapa, desde la producción primaria de un producto ecológico hasta su almacenamiento, transformación, transporte, venta y suministro al consumidor final y, cuando corresponda, las actividades de etiquetado, publicidad, importación, exportación y subcontratación.

¹⁰¹⁵ Ver el considerando 1 del Reglamento 834/2007.

¹⁰¹⁶ En la producción ecológica se permite el uso de determinadas sustancias químicas de síntesis (como fertilizantes, plaguicidas y fitosanitarios) y de determinadas sustancias en la elaboración de alimentos (aditivos alimentarios y los coadyuvantes tecnológicos como por ejemplo los colorantes, saborizantes o aromas) que se encuentran recogidas en los anexos I y II para las sustancias químicas de síntesis y el anexo VIII para los aditivos alimentarios y coadyuvantes tecnológicos del Reglamento 889/2008. El uso de estas sustancias se limitará al mínimo y están precedidas de una serie de prácticas encaminadas a evitar o disminuir su utilización. La Comisión Europea autorizó las sustancias químicas de síntesis (siempre que no existan alternativas ecológicas) y el uso de aditivos alimentarios y coadyuvantes tecnológicos cuando sin recurrir a ellos, sea imposible producir o conservar los alimentos.

¹⁰¹⁷ Ver el artículo 2 del Reglamento aprobado por la Orden citada y los artículos 23.1, 2 y 3 del Reglamento 834/2007.

Sólo podrán disfrutar de la protección¹⁰¹⁸ como productos ecológicos¹⁰¹⁹ los productos procedentes de la agricultura, incluida la acuicultura, que se comercialicen o vayan a comercializarse como ecológicos. Estos productos, artículo 1.2 del Reglamento 834/2007, son los productos agrarios vivos o no transformados, los productos agrarios transformados destinados a ser utilizados para la alimentación humana, los piensos, el material de reproducción vegetativa y semillas para cultivo y las levaduras destinadas al consumo humano o animal¹⁰²⁰.

La Comunidad de Castilla y León no tiene ninguna marca registrada a tal efecto para identificar estos productos, así que el distintivo que se utiliza es el creado por la normativa comunitaria.

El logotipo está compuesto¹⁰²¹ por una hoja hecha con estrellas sobre fondo verde (el distintivo también podrá ser utilizado en blanco y negro cuando no sea factible aplicarlo en color) y debajo los códigos numéricos mencionados en el artículo 58.



Figura 56. Distintivo europeo de agricultura ecológica.

¹⁰¹⁸ En relación a la protección que la normativa hace de estos productos (ver los artículos citados en la nota anterior), hay que indicar que tanto la denominación como los términos ecológico y biológico y sus derivados o abreviaturas, tales como “bio” y “eco” utilizados aisladamente o combinados con otros vocablos, están reservados a los productos contemplados en el artículo 1.2 Reglamento 834/2007 que hayan sido obtenidos mediante métodos ecológicos de producción y se comercialicen o vayan a comercializarse como ecológicos.

¹⁰¹⁹ El nuevo Reglamento 2018/848 se aplicará, según establece el artículo 2.1, a los productos agrícolas vivos o no transformados, incluidas las semillas y demás materiales de reproducción vegetal, los productos agrícolas transformados destinados a la alimentación humana y a los piensos que tengan su origen en la agricultura, incluida la acuicultura y la apicultura, tal y como se enumeran en el anexo I del TFUE, y a los productos que tengan su origen en ellos, cuando dichos productos se produzcan, preparen, etiqueten, distribuyan o comercialicen, se importen a la Unión o se exporten de ella, o cuando estén destinados a cualquiera de lo anterior.

¹⁰²⁰ Quedan excluidos del ámbito de aplicación del Reglamento los productos de la caza y de la pesca de animales salvajes y las actividades de restauración colectiva que consisten en la preparación de productos ecológicos en restaurantes, hospitales, comedores y otras empresas de alimentación similares en el punto de venta o de entrega al consumidor final [art. 2 aa) del Reglamento 834/2007].

¹⁰²¹ El Anexo XI del Reglamento 889/2008 contiene los logotipos y los códigos numéricos que han de acompañarlo.

Junto al distintivo comunitario que identifica el producto como procedente de la agricultura ecológica, aparece el distintivo que identifica al organismo de control, conforme al Reglamento (CE) 834/2007, que es este caso es el Comité de Agricultura Ecológica de Castilla y León¹⁰²².



Figura 57. Distintivo que identifica los productos ecológicos en CyL.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino es el titular en la OEPM de la marca individual mixta “Agricultura Ecológica España”¹⁰²³.



Figura 58. Distintivo registrado en la OEPM.

¹⁰²² El Comité de Agricultura Ecológica de Castilla y León es la Autoridad Pública de Control para la Certificación de la Producción Ecológica en Castilla y León y certifica que sus operadores (clientes) cumplen con la normativa europea de la producción ecológica, de acuerdo con el Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos.

¹⁰²³ Marca registrada con el número M2993627 para los productos y servicios de las clases 29 (Carne, pescados, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles; todos ellos obtenidos por medios ecológicos, 30 (Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales; pan, pastelería y confitería; helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza, vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo; todos ellos obtenidos por medios ecológicos), 31 (Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y legumbres frescas, semillas, plantas y flores naturales; alimentos para los animales, malta; todos ellos obtenidos por medios ecológicos), 32 (Cervezas; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas, todos ellos obtenidos por medios ecológicos), 33 (Bebidas alcohólicas (con excepción de cervezas) obtenidas por medios ecológicos) y 42 (Servicios prestados por una asociación a sus propios miembros).

c) La artesanía alimentaria.

La artesanía alimentaria, así como el uso de las menciones y distintivo que identificarán a los productos artesanales alimentarios en su etiquetado y publicidad están regulados en el Decreto 53/2007, de 24 de mayo, por el que se regula la artesanía alimentaria en la Comunidad de Castilla y León y por la Orden AYG/654/2008¹⁰²⁴, de 18 de abril, que desarrolla este decreto.

El decreto tiene como finalidad promover y proteger las pequeñas producciones y elaboraciones tradicionales artesanas de productos alimenticios¹⁰²⁵, en especial, las que se realizan en explotaciones familiares agrarias o por colectivos de carácter social y la diversificación económica de las explotaciones agrarias buscando el valor añadido de las producciones locales y la sinergia con las nuevas actividades económicas desarrolladas en el mundo rural para conseguir el asentamiento en estas zonas.

Se entiende por artesanía alimentaria, artículo 4.1¹⁰²⁶, *“La actividad de producción, elaboración, manipulación o transformación de productos alimentarios que está sujeta a unas condiciones que, siendo respetuosas con el medio ambiente, garantizan al consumidor un producto final individualizado, de calidad y características diferenciadas gracias a la intervención personal del artesano”*.

En el etiquetado y en la publicidad de los productos artesanos y artesanos caseros, para poder hacer referencia a que el producto es artesano, la empresa tiene que estar inscrita en el Registro Artesanal Alimentario de Castilla y León¹⁰²⁷ y el producto haberse obtenido con arreglo a lo establecido en el decreto.

¹⁰²⁴ La Orden se estructura en tres Capítulos: el primero que regula los principios generales de la producción artesana, el segundo que establece las normas para la solicitud de alta en el control e inscripción en el Registro Artesanal Alimentario de Castilla y León, así como el funcionamiento del mismo, y el tercero que fija las normas para la solicitud del reconocimiento de la condición de asociación representativa de las artesanías alimentarias, así como su renovación.

¹⁰²⁵ El artículo 3 *in fine* excluye de su ámbito de aplicación al sector vínico, ya que se considera que la aplicación del distintivo artesanal al vino podría generar confusión al consumidor al sumarse a otras figuras de calidad reconocidas por la legislación, como son las DOP e IGP que funcionan muy bien para el sector vitivinícola.

¹⁰²⁶ El artículo 4 del Decreto también define los conceptos de artesano, empresa artesana, establecimiento artesano, producción artesana, producto artesano, producto artesano casero, producto artesano terminado, fecha de elaboración del producto artesano, fecha de recolección, comarca agraria, irregularidades formales y el concepto de no conformidad.

¹⁰²⁷ El artículo 11 del Decreto crea el Registro Artesanal Alimentario de Castilla y León, cuya inscripción es voluntaria y gratuita y en el que figurarán las empresas artesanas que hayan sido dadas de alta en el control. El registro puede consultarse en el siguiente link: <https://datosabiertos.jcyl.es/web/jcyl/set/es/comercio/artesanosalimentarios/1284266159759> . El artículo 5

Así pues, si las empresas no cumplen las condiciones establecidas en este decreto no podrán hacer uso de las menciones y del distintivo regulados, ni de los términos artesana, artesanal u otros análogos que por fonética o grafismo sean similares con el fin de no inducir a error al consumidor.

El distintivo identificativo de la artesanía alimentaria de Castilla y León que pueden utilizar las empresas figura en el Anexo del decreto y está registrado en la OEPM como marca individual de tipo mixto¹⁰²⁸.



Figura 59. Distintivo registrado en la OEPM.

de la Orden establece el procedimiento para darse de alta en el control de empresas artesanas e inscribirse en el Registro Artesanal Alimentario de Castilla y León.

¹⁰²⁸ El distintivo está registrado por la Dirección General de Industrias Agrarias y Desarrollo Rural de la Junta de Castilla y León con el número M2443514 y por el ITACyL con el número M2761701. La diferencia es que en el primer distintivo identificativo de la artesanía alimentaria de Castilla y León en la parte baja pone “Castilla y León” y se solicitó en 2001 sólo para los servicios de la clase 35 (Servicios de publicidad y servicios de ayuda a la explotación o dirección de empresas comerciales o industriales. administración comercial, trabajos de oficina. exportación, importación y representaciones. servicios de venta al detalle en comercios y servicios de venta al detalle a través de redes mundiales informáticas) mientras que en el último distintivo registrado el 16/11/2007 aparecen las letras “CyL” y se solicitó para los productos y servicios de las clases 16 (Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases, todo ello referido a actividades de origen artesanal), 29 (Carne, pescado, aves y caza, extractos de carne, frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas, jaleas, mermeladas, compotas, huevos, leche y productos lácteos, aceites y grasas comestibles, platos preparados a base de carne, pescado o verduras, todo ello de origen artesanal.), 30 (Café, té, cacao, azúcar, tapioca, sucedáneos del café, harinas y preparaciones hechas con cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos para esponjar sal, mostaza, pimienta, vinagre, salsas, especias y hielo, todo ello de origen artesanal), 31 (Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos no incluidos en otras clases, animales vivos, frutas y verduras frescas, semillas, plantas vivas y flores naturales, alimentos para animales, malta, todo ello de origen artesanal), 32 (Cervezas, aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas, bebidas y zumos de frutas, siropes y otras preparaciones para hacer bebidas, todo ello de origen artesanal), 33 (Bebidas alcohólicas (excepto la cerveza) todo ello de origen artesanal) y 35 (Publicidad, gestión de negocios comerciales, administración comercial y trabajos de oficina, todo ello referido a productos de origen artesanal).

d) Las Especialidades Tradicionales Garantizadas.

Respecto a las especialidades tradicionales garantizadas [art. 133.c) LACyL¹⁰²⁹], los productos agroalimentarios amparados por este distintivo protegen sus métodos de producción y las recetas tradicionales ayudando a los productores de productos tradicionales a comercializar sus productos y a informar a los consumidores de los atributos de sus recetas y productos tradicionales que les confieran valor añadido.

Los productos agroalimentarios que se pueden registrar como una especialidad tradicional garantizada son aquellos cuyos nombres describan un producto específico que sea resultado de un método de producción, transformación o composición que correspondan a la práctica tradicional aplicable a ese alimento, o esté producido con materias primas o ingredientes que sean utilizados tradicionalmente.

Para que se admita como ETG un nombre, éste deberá haberse utilizado tradicionalmente para referirse al producto específico, o identificar el carácter tradicional o específico del producto.

La única especialidad tradicional garantizada que incluye territorialmente a la Comunidad Autónoma de Castilla y León es el jamón serrano¹⁰³⁰, que al ser de ámbito nacional, pueden acogerse a la misma todos los productores que cumplan el pliego de condiciones del producto.

El distintivo europeo que identifica los productos reconocidos como ETG es el siguiente:



Figura 60. Distintivo europeo que identifica los productos ETG.

¹⁰²⁹ Las especialidades tradicionales garantizadas se encuentran reguladas en los artículos 17-26 del Reglamento 1151/2012.

¹⁰³⁰ La ETG está reconocida desde 1999, registrada en la base de datos eAmbrosia con el número de registro TSG-ES-0012 para los productos de la clase 1.2 (Productos cárnicos (cocidos, salados, ahumados, etc.)) y fue aprobada por el Reglamento (CE) n.º 2419/1999 de la Comisión, de 12 de noviembre de 1999, que complementa el anexo del Reglamento (CE) n.º 2301/97 sobre la inscripción de determinadas denominaciones en el “Registro de certificados de carácter específico” previsto en el Reglamento (CEE) n.º 2082/92 sobre certificados de carácter específico para productos agrícolas y alimenticios.

Tradicionalmente, la elaboración del jamón serrano comenzaba con el sacrificio de los cerdos en los últimos meses del año (San Martín, 11 de noviembre) con la finalidad de aprovechar los meses más fríos del año para poder realizar la salazón y postsalado que necesariamente deben efectuarse a bajas temperaturas.

Actualmente, y como recoge el pliego de condiciones del producto, el proceso de elaboración del jamón serrano reproduce el método tradicional y se procesará durante un periodo no inferior a 210 días que comprenderá las siguientes fases: fase de salazón necesaria para la conservación del producto, la fase de lavado-cepillado para eliminar los restos de sal de la superficie, la fase de reposo o postsalado que tendrá una duración mínima de 14 días para conseguir la distribución homogénea de la sal por el interior de la pieza, seguida de la fase de secado-maduración con una duración mínima de 110 días y por último la fase de envejecimiento o afinamiento en la que permanecerá el jamón hasta completar los 210 días del proceso desde su introducción en la sal.

En el año 2000 nace la Fundación del Jamón Serrano que es el órgano de representación de esta ETG para proteger, mejorar, proyectar y promocionar el Jamón Serrano de calidad, diferenciándolo del resto de jamones curados que no se elaboran conforme a lo establecido en el pliego de condiciones y que no garantizan la calidad mínima exigible que garantiza el cumplimiento de la ETG.

La Fundación es titular en la OEPM de la marca individual mixta “Fundación Jamón Serrano Español. Especialidad Tradicional Garantizada”¹⁰³¹ y en la EUIPO de la marca individual mixta “Fundación Jamón Serrano Español”¹⁰³².

¹⁰³¹ Marca registrada con el número M2984768 para los productos de la clase 29 (Jamón serrano español). Esta nueva marca modifica el logotipo que ya estaba registrado con el número M2984741. Cuando se constituyó la Fundación se registró en la OEPM la marca “Fundación Jamón Serrano” con el número M2933776 como fusión de las marcas M2297206 – M2297208 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías, papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); naipes; caracteres de imprenta; clichés), 29 (jamón y productos cárnicos) y 39 (almacenaje, transporte y distribución de jamón y productos cárnicos).

¹⁰³² Registrada con el número 009993882 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; Fotografías; Artículos de papelería; Adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; Materias plásticas para embalar (no comprendidas en otras clases); Etiquetas), 29 (Jamones; productos cárnicos), 35 (Promoción, fomento, investigación comercial del sector elaborador de jamón serrano) y 39 (Servicios de almacenaje; transporte y distribución de jamones y productos cárnicos).



Figura 61. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 62. Distintivo registrado en la EUIPO.

4. Marcas de calidad en sentido estricto: Las marcas de garantía agroalimentaria.

a) Marcas de calidad relativas a carnes frescas: Carne de Cervera, Carne de Las Merindades, Cochinillo de Segovia, Ternera Charra y Tostón de Arévalo.

La Carne de Cervera es una carne fresca de vacuno procedente de animales nacidos y criados en la montaña de Palencia, León y Burgos de las razas Charolés, Asturiana, Parda de Montaña y Limousina para machos y Parda de Montaña y Limousina para hembras, así como sus cruces, garantiza la procedencia y el manejo de estos animales que, junto a los requisitos establecidos a la carne, ofrecen al consumidor un producto diferente con unas características definidas.

La adaptación de estas razas a las condiciones naturales de estas zonas de montaña, unido al manejo en extensivo de los animales, confieren a este tipo de carne un sabor, jugosidad y ternera muy apreciadas por el consumidor.

Las explotaciones deberán pagar una “tasa de marcaje por cada animal marcado para la Marca de Garantía “CAMPA Carne de Cervera de Pisuerga y de la Montaña Palentina” de 18 €¹⁰³³ por animal, para que puedan ser comercializados por la marca de garantía.

El reglamento de uso de la marca establece expresamente que desde el 30 de agosto de 2010 el ITACyL obtiene la autorización para el uso de la marca “Tierra de Sabor” asociado al logotipo de la marca “CAMPA Carne de Cervera de Pisuerga y de la montaña Palentina”.

La Asociación C.A.M.P.A (Carne de la Montaña Palentina) es titular en la OEPM de la marca de garantía denominativa “CAMPA Carne de Cervera de Pisuerga y de la montaña Palentina”¹⁰³⁴.

CAMPA CARNE DE CERVERA DE PISUERGA
Y DE LA MONTAÑA PALENTINA

Figura 63. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 64. Distintivo que se está utilizando en el reglamento de uso¹⁰³⁵.

La marca de garantía “Carne de las Merindades” es un distintivo creado para certificar el origen y la calidad de terneras y bovinos pesados¹⁰³⁶ procedente de animales

¹⁰³³ La asociación se reserva el derecho de modificación de dicho importe en base a la subida del IPC.

¹⁰³⁴ Esta marca de garantía está registrada con el número M3009947 para los productos y servicios de las clases 29 (Carne y productos cárnicos procedente de Cervera de Pisuerga y de la montaña palentina) y 39 (Servicios de distribución, transporte y almacenaje de carne y productos cárnicos de procedencia de Cervera de Pisuerga y de la montaña palentina).

¹⁰³⁵ La parte central del distintivo fue registrada en la OEPM por la Unión de Pequeños Agricultores en el año 1995 con el número M1996297 para los productos de la clase 29 (Productos cárnicos en general), pero en el año 1998 dicho distintivo fue cedido a la Asociación CAMPA.

¹⁰³⁶ Las categorías de los animales amparados por la marca de garantía vienen establecidas en el Reglamento (UE) n.º 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que atañe a los modelos de la Unión de clasificación de las canales de vacuno, porcino y ovino y a la comunicación de los precios de mercado de determinadas categorías de canales y animales vivos y en el Real Decreto 815/2018, de 6 de julio, por el que se establecen disposiciones de aplicación relativas a la clasificación de las canales de

nacidos, criados y sacrificados en la comarca agrícola de “Las Merindades”, situada en la provincia de Burgos que limita al norte con las provincias de Santander, Vizcaya y Álava y al sur con la comarca agrícola de los Páramos y Bureba-Ebro.

Las razas cárnicas y los cruces que ampara la marca de garantía son Monchina, Morucha, Asturiana de los Valles, Asturiana de la Montaña, Avileña Negra Ibérica, Tudanca, Pireinaica, Rubia Gallega, Charolesa, Limusina, Hereford, Parda Alpina y Fleckvieh.

El titular de la marca promoverá la progresiva modificación de las razas limitándola y orientando la producción hacia las razas autóctonas integradas de mayor aptitud cárnica y de sus cruces entre estas.

Aunque el reglamento de uso dispone expresamente que sólo podrán usar la marca los miembros de la asociación que hayan sido autorizados expresamente por la Junta Directiva, el reglamento establece dos excepciones: los mataderos, que para que adquieran la condición de operadores deberán suscribir un documento en el que se comprometan al estricto cumplimiento del reglamento de uso, y si las condiciones favorables de comercialización del producto así lo aconsejaren, a propuesta motivada de la Junta Directiva, la asamblea de la Asociación podrá autorizar el uso de la marca colectiva a terceros que no sean socios pero que cumplan los requisitos contractuales que se establezcan.

La Asociación de Productores y Comerciantes de Carne de Las Merindades es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Carne de Las Merindades CARMER Calidad Garantizada”¹⁰³⁷.

vacuno y ovino y al registro y comunicación de los precios de mercado de determinadas categorías de canales y animales vivos.

¹⁰³⁷ Registrada con el número M2216308 para los productos de la clase 29 (Carne de Vacuno). También está registrado el nombre comercial “Carne de Las Merindades Calidad Controlada” con el número N0261625 para los mismos productos que la marca de garantía.



Figura 65. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 66. Distintivo que se está utilizando para identificar el producto.

En relación al Cochinillo de Segovia, es importante señalar que Segovia tiene una gran tradición en la elaboración del cochinillo asado y ofrece al consumidor un producto único y singular de esa región.

El producto que protege la marca de garantía “Cochinillo de Segovia” procede de las canales de los cerdos de raza blanca, nacidos y criados en la provincia de Segovia, alimentados únicamente con leche materna desde el nacimiento hasta el sacrificio (edad máxima de 3 semanas).

La zona de producción, sacrificio y faenado de la materia prima es la provincia de Segovia y la zona de asado y preasado Segovia y provincias limítrofes.

El proceso de asado está definido y controlado en el reglamento de uso de la marca para garantizar al consumidor el producto que puede degustar en los restaurantes adheridos a la marca y está prohibido el recalentado.

El cochinillo de Segovia puede encontrarse en tres formatos: fresco, preasado y asado.

Respecto al cochinillo preasado, los establecimientos inscritos en el registro correspondiente comercializarán en exclusividad el cochinillo de Segovia, no pudiendo preasar cochinillos no amparados por la marca de garantía.

Los restaurantes inscritos en el registro correspondiente que elaboren cochinillos de Segovia asados, también lo harán en exclusividad, no pudiendo ofrecer al público otro tipo de cochinillo asado que no esté protegido por la marca de garantía ni tampoco ofrecer cochinillos preasados.

El reglamento de uso enumera como formas de financiación de la marca de garantía el importe de las tasas en relación al producto¹⁰³⁸, las subvenciones, legados y donativos que reciban, las cantidades que pudieran obtener en concepto de indemnizaciones o perjuicios ocasionados a la marca de garantía, los bienes que constituyen su patrimonio y los productos y ventas del mismo y por último, las cuotas de inscripción de nuevos operadores por establecimiento inscrito que se fijarán en la asamblea general anual.

La marca individual que acompañe al cochinillo se usará exclusivamente para los cochinillos protegidos por la marca de garantía y no podrá ser utilizada para identificar otros productos para evitar la posible confusión al consumidor y no causar un perjuicio o desprestigio a la marca de garantía.

La Asociación Promoción Cochinillo Segoviano PROCOSE es titular de la marca “Cochinillo de Segovia” registrada como tipo individual en la EUIPO¹⁰³⁹ y como marca de garantía mixta en la OEPM¹⁰⁴⁰.



Figura 67. Distintivo registrado en la OEPM y en la EUIPO.

¹⁰³⁸ Estas tasas consisten en un porcentaje sobre el valor medio en euros del producto en la campaña anterior en el sacrificio de los cochinillos (1 % del coste del cochinillo), las canales (1,25 % del precio de venta en la zona de sacrificio), los cochinillos preasados y los cochinillos asados (1,5 % del precio en la zona de venta del producto) amparados por la marca de garantía.

¹⁰³⁹ Registrada con el número 008845091 para los productos de la clase 29 (Cochinillo de Segovia).

¹⁰⁴⁰ Registrada con el número M2462119 para los productos de la clase 29 (Cochinillo de Segovia).

En cuanto a la marca de garantía Ternera Charra, esta ampara la carne fresca de vacuno procedente de animales nacidos, criados y cebados en las dehesas salmantinas y zonas limítrofes de Zamora y Ávila con un sistema de producción extensivo con el manejo típico de la dehesa, siendo el único método de conservación autorizado la refrigeración.

Las razas productoras cuyos cruces industriales se destinarán a producir la carne amparada por la marca de garantía son Morucha, Avileño Negro Ibérico, Charolés, Limusina y Rubia de Aquitania para machos reproductores y para hembras reproductoras Morucha, Avileña Negra Ibérica, Charolesa y Limusina y sus cruces con algunas de las razas anteriores.

Los terneros permanecerán con su madre como mínimo hasta los cuatro meses alimentándose de la leche materna mediante amamantamiento natural y al menos los tres últimos meses antes de sacrificarlos tendrán una alimentación vegetal y no podrán ser alimentados con grasas animales ni con proteínas de origen animal.

Para la autorización del uso de la marca de garantía, el titular de la misma establece en el reglamento de uso las cuotas¹⁰⁴¹ que deben satisfacer las explotaciones ganaderas.

Las explotaciones de cría que vendan los animales al destete a cebaderos inscritos en la marca de garantía tienen que abonar una cuota de 3.01 € por animal vendido, los cebaderos deberán abonar una cuota de 6.01 € por animal comprado e inscrito y las explotaciones mixtas, que hacen las fases de cría y cebo, un pago de 4.50 € por cada madre calificada.

El reglamento de uso también establece el pago de cuotas al matadero (3.01 € por cada canal que se sacrifique), a la sala de despique (3.01 € por cada canal que se despique), al mayorista (6.01 € por cada animal inscrito en la marca de garantía comercializado por el mayorista) e incluso al minorista (6.50 € por cada canal que se expenda en una carnicería inscrita y calificada por la marca de garantía).

En relación a los nombres comerciales, el logotipo y el etiquetado serán utilizados exclusivamente por la marca de garantía.

¹⁰⁴¹ El canon de uso de la marca de garantía se aprobará con carácter anual por la Asamblea General de la Asociación y podrá aprobar modificaciones en los importes con un incremento o minoración del 30% máximo sobre el importe actualmente aprobado.

La Asociación Vacuno de Calidad de Salamanca es titular en la OEPM de la marca de garantía denominativa “Ternera Charra”¹⁰⁴².



Figura 68. Distintivo utilizado en el reglamento de uso.

La última marca de calidad relativa a carnes frescas es el Tostón de Arévalo, que es un cerdo de raza blanca, sin distinción de sexo, procedente del cruce de cerdas de las razas Largue White, Landrace y Tipo Dalland con cerdos de las razas Tipo Dalland y Blanco Belga, que solamente se alimenta con leche materna desde el nacimiento hasta su sacrificio como máximo con 20 días de vida.

La zona de producción se extiende en un radio aproximadamente de 40 Km. de la ciudad de Arévalo e incluye municipios ubicados en las provincias de Ávila, Salamanca, Segovia y Valladolid.

El reglamento de uso establece la composición del pienso de las madres, y el único tratamiento admitido es la administración al lechón por vía oral de una única dosis de hierro no superior a 100 mg. por animal antes del cuarto día de vida.

El Tostón de Arévalo podrá comercializarse fresco en carnicerías y otros puntos de venta y asado en restaurantes (el reglamento de uso indica la forma de cómo han de cortarse las raciones) y otros establecimientos de comidas.

Los operadores y personas que presten servicio en las empresas adscritas a la marca de garantía deberán estar profesionalmente cualificadas para desempeñar su actividad y deberán acreditar su formación o recibirla en el plazo de dos años desde la fecha de autorización de la marca de garantía.

¹⁰⁴² Registrada con el número M2381332 para los productos de la clase 29 (Carne de ternera).

El uso de la marca colectiva está sujeto al pago de una cuota¹⁰⁴³ de inscripción para todos los operadores de 600 € y una cuota anual por operador de 100 €. El reglamento de uso establece que están exentos de la cuota de inscripción y de la cuota anual los mataderos y salas de despiece.

También se establece un canon para el productor de 0,75 € por cada animal calificado para la marca colectiva, el mayorista abonará un canon de 0,50 € por cada animal objeto de transacción o que haya puesto en el mercado, las carnicería y puntos de venta en fresco abonarán un canon de 0,50 € por cada una de las canales vendidas en su establecimiento y por último los establecimientos que sirvan el producto asado han de abonar un canon de 0,75 € por cada unidad asada a servida en su establecimiento.

Aunque los operadores disfrutan de una cesión gratuita del uso publicitario de la marca, si se utilizan símbolos o el nombre de la marca en objetos de venta como souvenirs o recuerdos, se tendrá que abonar un canon de un 5 % sobre el precio de venta del objeto.

Otras vías de financiación de los gastos derivados de la marca lo constituyen las subvenciones, legados y otras ayudas o indemnizaciones que pudiese percibir el titular de la marca y el importe de las sanciones económicas por la comisión de las infracciones previstas en el reglamento de uso.

La Asociación Agraria Jóvenes Agricultores de Ávila (ASAJA-AVILA) es titular en la OEPM de la marca colectiva mixta “Tostón de Arévalo”¹⁰⁴⁴. Aunque la marca está registrada como marca colectiva mixta, el reglamento de uso que se presentó hace referencia al “Tostón de Arévalo” como marca de garantía.

¹⁰⁴³ Los importes de las cuotas y cánones serán revisados anualmente por el titular de la marca y se actualizarán conforme al IPC real.

¹⁰⁴⁴ La marca “Tostón de Arévalo” está registrada como marca colectiva mixta con el número M3090079 para los productos de la clase 29 (Crías de cerdo producidas en la zona geográfica delimitada en el reglamento de uso de la marca, producidas con las razas, elaboración y condiciones establecidas en el mismo) y como marca individual mixta con el número M2972062 para los productos y servicios de las clases 29 (Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles procedentes de Arévalo), 31 (Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; alimentos para animales; malta procedentes de Arévalo), 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; servicios de venta al por mayor y al por menor en comercios y servicios de venta a través de redes internacionales de informática de toda clase de productos alimenticios y bebidas procedentes de Arévalo) y 39 (Transporte; embalaje y almacenaje de toda clase de animales vivos, productos alimenticios y bebidas procedentes de Arévalo).



Figura 69. Distintivo registrado en la OEPM.

b) Marcas de calidad relativas a productos cárnicos: Cecina de Chivo de Vegacervera, Chorizo de León, Chorizo Zamorano, Ibéricos de Salamanca y Torrezno de Soria.

La cecina de chivo tiene gran tradición y arraigo en la provincia de León, de ahí que la zona de elaboración de la Cecina de Chivo de Vegacervera esté comprendida por municipios de esta provincia que superan los 650 metros de altitud y poseen un clima continental influenciados desde el punto de vista geográfico y agroclimático por la Montaña (Cordillera Cantábrica).

Estos municipios son Los Barrios de Luna, Cabrillanes, Carrocera, Murias de Paredes, Palacios del Sil, La Pola de Gordón, Riello, Rioseco de Tapia, Santa María de Ordás, La Robla, San Emiliano, Sena de Luna, Soto y Amio, Villablino, Villamanín, Acebedo, Boca de Hurgano, Boñar, Burón, Cármenes, Cistierna, Crémenes, La Ercina, Maraña, Matallana de Torio, Garrafe de Torio, Oseja de Sajambre, Posada de Valdeón, Prioro, Puebla de Lillo, Reyero, Riaño, Sabero, Valdelugeros, Valdepiélagos, Valderrueda, La Vecilla, Vegacervera y Vegaquemada.

El producto que ampara la marca es la carne de ganado caprino curada y adobada que proviene de la pierna, paletilla y costabazo delantero y trasero, que por medio de un proceso de desecación y maduración, dotan a este producto de un sabor y aroma característicos, con un consumo preferente de un año.

El coste que tiene esta marca de garantía es que para formar parte de la asociación titular de la marca, el reglamento de uso establece que se deberá pagar una cuota de entrada de 1200 € y las industrias pagarán 5 céntimos de euro por cada kilogramo de canal destinado a la marca de garantía además de correr con el coste de los marchamos en sangre y las vitolas.

El producto saldrá al mercado con la identificación que hace referencia a la marca de garantía y con la propia etiqueta del operador-industrial, pero el reglamento de uso establece la posibilidad de que el industrial no utilice marcas individuales y el producto salga al mercado sólo con la identificación de la marca de garantía siempre que el etiquetado cumpla la normativa vigente.

La Asociación para la promoción de la cecina de chivo de Vegacervera es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Cecina de Chivo-Vegacervera”¹⁰⁴⁵.



Figura 70. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 71. Distintivo que se está utilizando en el reglamento de uso.

En relación al Chorizo de León, es un embutido curado, que opcionalmente puede ser ahumado, elaborado cuidadosamente a partir de partes nobles de la canal de cerdos de razas blancas, adicionada con pimentón, sal, ajo y orégano que, junto a las cualidades de las materias primas, definen la calidad tradicional de este producto, en particular su sabor y aroma característicos.

La zona de producción del chorizo es la provincia de León y la carne empleada para su elaboración corresponde a los despieces de jamón, paleta, aguja, papada, panceta y tocino dorsal de cerdos de razas blancas sin distinción de sexo procedentes de mataderos

¹⁰⁴⁵ Registrada con el número M2831100 para los productos de la clase 29 (Cecina de chivo de Vegacervera).

y salas de despiece autorizados por la autoridad competente, siendo el periodo mínimo de curación para su puesta en el mercado es de 30 días y su consumo preferente de un año.

Para cubrir los gastos inherentes al mantenimiento de la marca, el reglamento de uso establece una cuota fija anual de 150 €¹⁰⁴⁶ y una cuota variable en función de la cantidad de producto amparado por la marca (5 céntimos de euro por cada kilogramo), más el coste de las etiquetas.

El reglamento de uso establece que las marcas comerciales individuales se utilicen con exclusividad dentro de la marca colectiva.

La Asociación para la Promoción del Chorizo de León es titular en la OEPM de la marca colectiva mixta “Chorizo de León”¹⁰⁴⁷.



Figura 72. Distintivo registrado en la OEPM.

Otro chorizo que está reconocido como IGP en Castilla y León es el Chorizo Zamorano. Las características climáticas de la provincia de Zamora han constituido un lugar propicio para la realización de las tradicionales matanzas, de ahí que la elaboración de productos derivados del cerdo tenga importantes raíces históricas y culturales.

El chorizo zamorano es un embutido curado de categoría extra, elaborado a partir de partes nobles de la canal de cerdos de capa blanca, excluyendo machos enteros y animales reproductores, siendo la zona geográfica delimitada para la producción y elaboración de este tipo de chorizo la totalidad de los términos municipales de la provincia de Zamora.

El reglamento de uso prohíbe expresamente para elaborar el chorizo los magros procedentes de magro de cabeza, papada, morcillo, tendón de paleta y aquellas otras carnes que por su textura y consistencia no se consideren apropiadas y la fórmula usada

¹⁰⁴⁶ Se actualizará cada año conforme al IPC.

¹⁰⁴⁷ Registrada con el número M3009758 para los productos de la clase 29 (Chorizo procedente de León).

para su elaboración no se podrá utilizar para la elaboración de cualquier otro producto de la industria.

Dependiendo del calibre del chorizo, este tendrá un período mínimo de maduración de 4 a 8 semanas y una fecha de consumo preferente de 3 o 6 meses a partir de la fecha de fin del proceso o de 12 meses si el chorizo está envasado.

Para usar la marca de garantía es necesaria una producción mínima del producto y unas cuotas para cubrir los gastos de la marca de garantía.

Del total del chorizo elaborado por cada industria, la producción mínima para el chorizo zamorano es del 20% el primer año, el 35% el segundo y el 50% a partir del tercer año.

Las cuotas establecidas consisten en una cuota de entrada a los nuevos socios de 1000 €¹⁰⁴⁸, una cuota fija anual de 200 €¹⁰⁴⁹ y otra variable en función de las contraetiquetas gastadas y al coste de las contraetiquetas se le incrementará un porcentaje entre el 100 – 200 % que será aprobado anualmente en la Asamblea general de la asociación.

Las marcas comerciales serán exclusivas y no se podrán utilizar en ningún otro chorizo elaborado por la industria, o la marca genérica “Chorizo Zamorano”.

La Asociación para la promoción del Chorizo Zamorano (APCHZ) es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Chorizo Zamorano”¹⁰⁵⁰.



Figura 73. Distintivo registrado en la OEPM.

¹⁰⁴⁸ Incrementándose según la subida del IPC.

¹⁰⁴⁹ Se incrementará según la subida del IPC.

¹⁰⁵⁰ Registrada con el número M2764905 para los productos de la clase 29 (Chorizo Zamorano).



Figura 74. Distintivo que está utilizando la Asociación.

Los productos ibéricos elaborados en Salamanca son uno de los manjares de nuestra gastronomía y cuentan con un gran prestigio y una fama tanto en los mercados nacionales como en los internacionales.

La zona de producción de cerdos para la elaboración de los productos amparados por la marca de garantía “Ibéricos de Salamanca” es la permitida por el Real Decreto 4/2014, de 10 de enero, por el que se aprueba la norma de calidad para la carne, el jamón, la paleta y la caña de lomo ibérico.

El objeto del Real Decreto 4/2014, según su artículo 1, es establecer las características de calidad que deben reunir los productos procedentes del despiece de la canal de animales porcinos ibéricos que se elaboran o comercializan en fresco así como el jamón, la paleta y la caña de lomo ibéricos elaborados o comercializados en España para poder usar las denominaciones de venta que establece el Real Decreto 4/2014. También se admitirán los productos elaborados en Portugal en base a los acuerdos firmados entre ambos países sobre la producción, elaboración, comercialización y control de los productos ibéricos¹⁰⁵¹.

Respecto a la zona de elaboración del producto, el reglamento de uso establece que se realizará exclusivamente en las industrias cárnicas ubicadas en la provincia de Salamanca debidamente autorizadas según el Reglamento (CE) n° 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo de 29 de abril de 2004 relativo a la higiene de los productos alimenticios.

Para la autorización del uso de la marca de garantía el reglamento de uso establece unas cuotas para cubrir los gastos de la misma que, anualmente, en el primer trimestre en

¹⁰⁵¹ El artículo único del Real Decreto 255/2016, de 10 de junio, por el que se modifica el Real Decreto 4/2014, de 10 de enero, por el que se aprueba la norma de calidad para la carne, el jamón, la paleta y la caña de lomo ibérico establece que los animales de raza Alentejana inscritos en el Libro Genealógico gestionado por una organización o asociación de criadores oficialmente reconocida para esta raza por las autoridades competentes de Portugal, serán equivalentes a los animales de raza Ibérica inscritos también en su Libro Genealógico, aplicándoles los mismos requisitos que a estos y por tanto pueden utilizar las designaciones por tipo racial establecidas en artículo 3.1.c) en las mismas condiciones que los procedentes de animales ibéricos.

la Asamblea General, se decidirá por mayoría simple el importe de las mismas y también se establece una cuota de entrada de 1.000 €¹⁰⁵².

Las marcas comerciales de productos amparados por la marca de garantía deberán utilizarse con exclusividad para identificar estos productos.

La Asociación de Empresarios de Ibérico registró en la OEPM la marca de garantía mixta “Ibéricos de Salamanca”¹⁰⁵³.



Figura 75. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 76. Distintivo que se está utilizando para identificar los productos.

La última marca de calidad relativa a productos cárnicos es el Torrezno de Soria, que procede de la panceta fresca de cerdos y es una pieza compuesta de corteza crujiente y dorada por un lado, y por el otro, tierno magro y tocino.

Su zona geográfica de elaboración es la provincia de Soria, que tras someter la panceta fresca del cerdo a un proceso de salado, lavado, adobado y secado u oreado, se obtiene el producto final amparado por la marca de garantía.

¹⁰⁵² Este importe se incrementará anualmente según la subida del IPC.

¹⁰⁵³ Registrada con el número M2446783 para los productos de la clase 29 (Jamones y embutidos; carnes; conservas de carne; pates de hígado; todo ello de cerdo ibérico).

Para cubrir los gastos derivados de la marca de garantía, la autorización de uso de conlleva el abono de unas cuotas establecidas en el reglamento de uso.

Cada operador tiene que tener una producción mínima destinada para la marca de garantía a la que cada año se le aplicará un precio medio ponderado para obtener el valor de la producción amparada y tendrá que pagar un canon¹⁰⁵⁴ obtenido de la aplicación de un porcentaje del valor anteriormente ponderado así como el doble del valor del coste de las etiquetas entregadas.

Además de las cuotas anteriores, el reglamento de uso establece una cuota de entrada a cada nuevo operador que no podrá ser superior al 0.2 % del valor a precio medio de la producción anual de un operador medio y una tasa de 50 € por cada certificado de pertenencia a la marca de garantía.

Como otras fuentes de financiación de la marca de garantía el reglamento de uso enumera el importe de las sanciones que sean firmes y realizables, las subvenciones, legados y donaciones que reciban, las cantidades que puedan percibir en concepto de indemnización por daños y perjuicios ocasionados al titular de la marca de garantía o a los intereses que representa y por último los bienes que constituyen su patrimonio y sus productos y ventas.

Respecto al uso de marcas comerciales individuales, el reglamento de uso establece la exclusividad de las mismas para identificar y comercializar los productos amparados por la marca de garantía.

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de la provincia de Soria es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Torrezno de Soria”¹⁰⁵⁵ y en la EUIPO de la marca individual mixta “Torrezno de Soria”¹⁰⁵⁶.

¹⁰⁵⁴ Tanto el precio medio ponderado para obtener el valor económico de la producción amparada como la cuota resultante del porcentaje que el operador tiene que abonar al titular de la marca de garantía se fijarán anualmente una vez aprobado el presupuesto anual de funcionamiento de la marca de garantía.

¹⁰⁵⁵ Registrada con el número M2972522 para los productos de la clase 29 (Panceta y Torreznos de Soria). “Torrezno de Soria” también está registrado por la Cámara Oficial de Comercio e Industria de la provincia de Soria en la OEPM como nombre comercial con el número N0412983 y como marca individual mixta con el número M4056852 para la misma clase de producto que la marca de garantía.

¹⁰⁵⁶ Registrada con el número 018060743 para los productos de la clase 29 (Panceta y torreznos de Soria).



Figura 77. Distintivo registrado en la OEPM y en la EUIPO.



Figura 78. Distintivo que utiliza el reglamento de uso.

c) Marcas de calidad relativas a frutas: Castaña del Bierzo, Cereza del Valle de Las Caderechas, Manzana Reineta del Valle de Las Caderechas y Pera Conferencia del Bierzo.

El castaño está íntimamente ligado al paisaje, la cultura y la gastronomía de la comarca de El Bierzo y esta marca de calidad garantiza la zona de producción, acondicionamiento y envasado de este producto.

Las castañas que ampara la marca de garantía incluye todas las variedades cultivadas en El Bierzo, entre ellas “paredo o pared”, “galeguiña o navia”, “rapada o raponá”, “de presa”, “marela”, “negral o injerta”, “raigona”, “verdella” y “courela” de *Castanea sativa mill*, y pueden comercializarse en fresco, secas, como harina de castaña, pasta de castaña o cocidas naturales.

La zona de producción agrícola de castaña protegida por la marca de garantía está constituida por los terrenos ubicados en los términos municipales integrados en la Comarca del Bierzo, y que comprende a los siguientes municipios: Arganza, Balboa, Barjas, Bembibre, Benuza, Berlanga del Bierzo, Borrenes, Cabañas Raras, Cacabelos, Camponaraya, Candín, Carracedelo, Carucedo, Castropodame, Congosto, Corullón, Cubillos del Sil, Fabero, Folgoso de la Ribera, Igüeña, Molinaseca, Noceda del Bierzo, Oencia, Páramo del Sil, Peranzanes, Ponferrada, Priaranza del Bierzo, Puente de Domingo Flórez, Sancedo, Sobrado, Toreno, Torre del Bierzo, Trabadelo, Vega de

Espinareda, Vega de Valcarce, Villadecanes, Villafranca del Bierzo y Palacios del Sil, además del municipio limítrofe de Castrillo de Cabrera.

La recolección tiene lugar cuando caigan de forma natural los erizos al suelo ya que está prohibido el uso de procedimientos mecánicos para la caída del fruto y la campaña de comercialización terminará como máximo el 30 de junio.

Para la autorización del uso de la marca de garantía es necesaria una producción mínima destinada para la marca y unas cuotas para cubrir los gastos de mantenimiento, aplicación del reglamento de uso y para la promoción de la marca.

La producción mínima establecida por operador es del 60% de la cantidad total de castañas protegidas recogidas o que almacenen y/o manipulen las instalaciones y/u operadores inscritos y en el plazo de cuatro años este porcentaje debe incrementarse al 75%.

En relación a las cuotas, se establece una cuota de entrada para los almacenistas, acondicionadores y envasadores de 1.000 €¹⁰⁵⁷ y para las plantaciones inscritas y para las instalaciones de almacenamiento, acondicionamiento y envasado un canon anual que fijará la Asociación en función del precio medio de venta del producto en la campaña anterior. El coste de las contraetiquetas utilizadas en la identificación de las partidas de las castañas protegidas será el doble del precio.

La Asociación Berciana de Agricultores es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Castaña del Bierzo”¹⁰⁵⁸.

¹⁰⁵⁷ Se actualizará cada año conforme al IPC.

¹⁰⁵⁸ Marca registrada con el número M2840105 para los productos de las clases 29 (Castañas del Bierzo en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, mermeladas y compotas de castañas del Bierzo; concentrados de castañas del Bierzo; purés de castañas del Bierzo), 30 (Harinas de castañas del Bierzo; helados comestibles de castañas del Bierzo; pasteles, tartas, bollos, galletas, panes, bizcochos, barritas alimenticias y dulces, todos ellos de castañas del Bierzo), 31 (Castañas del Bierzo).



Figura 79. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 80. Distintivo que se está utilizando en el reglamento de uso.

La marca de garantía “Cereza del Bierzo”, ampara a las cerezas de las especies *Prunus avium* L. y *Prunus Cerasus* L. y a sus variedades cultivadas en la comarca del Bierzo.

El reglamento de uso de la marca de garantía clasifica las variedades aptas en función de su momento de recolección en variedades tempranas cuya recolección es hasta el 1 de junio (tipo Burlat), de media estación en la que la recolección es entre el 1 de junio y el 15 de junio (tipo Starking) y tardías que se recolectan después del 15 de junio (tipo Monzón).

La zona de producción, acondicionamiento y envasado se encuentra en la comarca del Bierzo y más concretamente en los terrenos ubicados en los siguientes municipios: Arganza, Balboa, Barjas, Bembibre, Benuza, Berlanga del Bierzo, Borrenes, Cabañas Raras, Cacabelos, Camponaraya, Candín, Carracedelo, Carucedo, Castropodame, Congosto, Corullón, Cubillos del Sil, Fabero, Folgoso de la Ribera, Igüeña, Molinaseca, Noceda del Bierzo, Oencia, Palacios del Sil, Páramo del Sil, Peranzanes, Ponferrada, Priaranza del Bierzo, Puente de Domingo Flórez, Sancedo, Sobrado, Toreno, Torre del

Bierzo, Trabadelo, Vega de Espinareda, Vega de Valcarce, Villadecanes y Villafranca del Bierzo.

El tiempo máximo durante el cual se puede almacenar la cereza en cámaras frigoríficas para poder salir al mercado con el distintivo de la marca de garantía es de 10 días.

Para la autorización del uso de la Marca de Garantía es necesaria una producción mínima destinada para la marca y unas cuotas para cubrir los gastos de mantenimiento, aplicación del reglamento de uso y para la promoción de la marca.

La producción mínima establecida del operador-etiquetador es del 60% de la cantidad total de cerezas protegidas por la marca que recepcionen, almacenen o manipulen en las instalaciones inscritas, debiendo incrementarse dicho porcentaje hasta el 75% en el plazo de cuatro años desde su inscripción.

Respecto al canon para la autorización del uso de la marca de garantía el reglamento de uso establece una cuota anual para los operadores-productores por hectárea inscrita que revisará cada año la asociación y que se fijará en base al rendimiento medio por hectárea y al valor de la producción, una cuota de 1000 €¹⁰⁵⁹ para los almacenistas, acondicionadores y envasadores, un canon anual en función del precio medio de venta en la campaña anterior de las cerezas amparadas y del volumen del etiquetado por cada instalación a las instalaciones de almacenamiento, acondicionamiento y envasado y el coste de las contraetiquetas utilizadas en la identificación de las partidas de las cerezas protegidas será el doble del precio.

Los nombres y marcas comerciales individuales que utilicen los operadores en el tráfico mercantil, según el reglamento de uso, se usarán de forma exclusiva sólo para identificar las cerezas del Bierzo amparadas por la marca de garantía.

La Asociación Berciana de Agricultores es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Cereza del Bierzo”¹⁰⁶⁰.

¹⁰⁵⁹ Se actualizará cada año conforme al IPC.

¹⁰⁶⁰ Registrada con el número M3610022 para los productos de las clases 29 (Cerezas elaboradas, jaleas, mermeladas y compotas a base de cerezas procedentes de la zona de producción del Bierzo, provincia de León y amparadas por la marca de garantía “Cerezas del Bierzo”) y 31 (Cerezas frescas procedentes de la zona de producción del bierzo, provincia de León y amparadas por la marca de garantía “Cerezas del Bierzo”).



Figura 81. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 82. Distintivo que se está utilizando según el reglamento de uso.

En relación a las marcas de calidad de la cereza y la manzana reineta del Valle de las Caderechas, hay que indicar que este valle es tradicionalmente conocido por la calidad de su fruta y que estas marcas de garantía protegen estas frutas producidas en los terrenos ubicados en los siguientes términos municipales de la provincia de Burgos: Aguas Cándidas (Aguas Cándidas, Quintanaopio, Río de Quintana), Cantabrana, Oña, (Oña, Bentretea, Castellaños de Bureba, Tamayo y Terminón), Padrones de Bureba, Rucandio (Rucandio, Herrera de Valdivielso, Hozabejas, Huéspedea, Madrid de las Caderechas, Ojeda) y Salas de Bureba.

Las variedades de cereza que ampara la marca de garantía “Cereza del Valle de Las Caderechas” son las de Napoleón (conocida en el valle como “Fresona”, “Blanca” o “Monzón”) y Lampe o “Roja de Milagro” (conocida como “Negra del País” o “Ramillete”) además de otras variedades ya introducidas como son “Burlat”, “Stark Hardy Giant”, “Summit”, “Sunburst”, “Lapins”, “Guinda Garrafal”, “Rainier” y “Van”.

Una de las características que distinguen a estas cerezas es que mientras que en otras regiones españolas la temporada de recolección se inicia en abril, debido al

microclima de la zona, su elevada altitud y la elección de estas variedades de cerezo que florecen y fructifican más tarde, la recolección en el Valle de Las Caderechas empieza en junio y se prolonga hasta la primera semana de agosto, con lo cual, el valle proporciona cerezas de calidad en un momento en el que en el mercado las cerezas de las otras regiones españolas ya han sido vendidas.

El reglamento de uso establece un canon por pertenecer a la marca de garantía que se divide en dos cuotas, una fija y la otra variable.

La cuota fija es en función de los metros cuadrados de la superficie cultivada y del almacén que será establecida por la asociación cada dos años según los gastos previstos para el funcionamiento de la marca, y la cuota variable depende del operador, es decir, para los productores en función al producto del número de hectáreas inscritas a nombre de cada productor por el valor medio en euros de la producción de una hectárea en la campaña anterior¹⁰⁶¹, y para los almacenistas la cuota variable es el resultado de multiplicar el precio medio de la unidad de producto en el año anterior por el volumen almacenado¹⁰⁶².

Independientemente de las cuotas anteriores, el reglamento de uso establece que también podrá establecer una tasa de inscripción por parcela o almacén en función de los gastos que se puedan originar.

El reglamento de uso exige que la marca comercial individual registrada para su uso dentro de la marca de garantía deberá usarse en exclusividad y no podrá amparar a otro tipo de productos.

La Asociación de productores y comerciantes “Las Caderechas” es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Cereza Valle de las Caderechas”¹⁰⁶³.

¹⁰⁶¹ El valor se determinará anualmente por la junta directiva y el tipo máximo aplicable será del 2%.

¹⁰⁶² El precio medio será fijado anualmente por la junta directiva y el tipo máximo aplicable será del 3% salvo que el almacenista no esté inscrito como productor que además de la cuota por metro cuadrado de almacén deberá abonar una cuota anual establecida por la asociación.

¹⁰⁶³ Registrada con el número M2584354 para los productos de la clase 31 (Cerezas del Valle de Las Caderechas).



Figura 83. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 84. Distintivo que se está utilizando en el reglamento de uso.

En relación a la manzana reineta, la marca de garantía “Manzana Reineta del Valle de Las Caderechas” protege las variedades de la especie frutal manzano (*Malus domestica Borkh*) manzana Reineta Gris del Canadá y Reineta Blanca del Canadá de las categorías extra, primera y segunda, y según el periodo de comercialización se puede encontrar la manzana de temporada, que se comercializa entre la fecha de recolección y el 1 de noviembre de ese año y la manzana bodega que se comercializa entre el 1 de noviembre y el 1 de julio del año siguiente al que ha sido recolectada.

La fecha de recolección suele ser en los meses de septiembre y octubre y el reglamento de uso establece expresamente que ha de ser de forma manual, ya que prohíbe los métodos de recolección mecánicos.

Su conservación se realizará de forma natural, ya que el reglamento de uso prohíbe el uso de cámaras frigoríficas, los tratamientos post-cosecha y las cámaras de maduración acelerada. A este respecto es importante señalar que el tiempo de conservación máximo de las manzanas será hasta el 1 de julio del año siguiente al que ha sido recolectada siempre y cuando se compruebe que la manzana mantenga las características físicas, químicas y organolépticas y las condiciones mínimas de calidad que establece el reglamento de uso.

La autorización de uso de la marca de garantía tiene un coste para los operadores y el reglamento de uso establece una cuota fija cuyo importe lo establecerá el titular de la marca de garantía cada dos años según los gastos previstos para el correcto funcionamiento de la marca y está basado en los metros cuadrados tanto de superficie cultivada como de almacén, y una cuota variable para los productores y almacenistas.

La cuota variable de los productores va en función de la producción del número de hectáreas inscritas a nombre de cada productor por el valor medio en euros de la producción de una hectárea en la campaña anterior. Este valor medio será establecido anualmente por la Junta Directiva de la Asociación, pero el tipo máximo aplicable será el 2 %.

La cuota variable para los almacenistas será, como máximo, el 3 % del valor resultante de multiplicar el precio medio fijado anualmente por la Junta Directiva de la Asociación de la unidad de producto en el año anterior por el volumen almacenado. Los almacenistas que no estén inscritos a su vez como productores, además de abonar una cuota por metro cuadrado de almacén, deberán abonar una cuota anual que será establecida por la Asociación e incluso se podrá establecer una tasa de inscripción de parcela o almacén en función de los gastos que se puedan originar.

Respecto a las marcas comerciales individuales, según el reglamento de uso, éstas se usarán en exclusividad dentro de la marca de garantía y no podrán amparar productos que no pertenezcan a la misma.

La Asociación de Productores y Comerciantes “Las Caderechas” es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Manzana Reineta Valle de las Caderechas”¹⁰⁶⁴.



Figura 85. Distintivo registrado en la OEPM.

¹⁰⁶⁴ Registrada con el numero M2584353 para los productos de la clase 31 (Manzanas reinetas del valle de Las Caderechas).



Figura 86. Distintivo que se está utilizando en el reglamento de uso.

En último lugar, la marca de garantía “Pera Conferencia del Bierzo” protege a las peras de la especie *Pyrus communis*, L. de la variedad “Conferencia” cuya zona de producción, acondicionamiento y envasado comprende los términos municipales¹⁰⁶⁵ integrados en la Comarca del Bierzo.

Sólo se admiten las peras de categorías comerciales extra y primera y deberán comercializarse únicamente antes del 1 de agosto del año siguiente a su recolección, que deberá realizarse de forma manual, salvo que la Junta Directiva adelante la fecha límite en función de los informes de los técnicos de la marca sobre el estado de conservación de la pera.

Las instalaciones que etiqueten menos del 60 % de la cantidad total de peras protegidas que almacenen y/o manipulen podrán ser dadas de baja de los registros correspondientes. Aunque este porcentaje puede ser modificado¹⁰⁶⁶ por el titular de la marca de garantía a propuesta de la Junta Directiva y contando con la aprobación de la administración, en el plazo de 4 años desde la inscripción en la marca de garantía todas las instalaciones deberán etiquetar el 75 %¹⁰⁶⁷ de la cantidad total de peras susceptibles de ser amparadas por la marca de garantía.

Para la utilización de la marca de garantía hay que abonar un canon a su titular. El titular de la plantación inscrita en el registro de la marca de garantía tiene que abonar la cuota establecida por el titular de la marca de garantía para cada año por cada hectárea

¹⁰⁶⁵ Los municipios que forman parte de la Comarca del Bierzo vienen enumerados en el artículo 1 de la Ley 1/1991, de 14 de marzo, por la que se crea y regula la Comarca de El Bierzo, que ha sido modificada por la Ley 17/2010, 20 diciembre, de modificación de la Ley 1/1991, de 14 de marzo, por la que se crea y regula la Comarca de El Bierzo.

¹⁰⁶⁶ Con el visto bueno de la administración, y sólo en años excepcionales por motivos climatológicos adversos o por situaciones anómalas de mercado, se podrá etiquetar un porcentaje menor.

¹⁰⁶⁷ Este porcentaje se alcanzará aumentando cada año, como mínimo, un 5 % respecto del porcentaje inicial.

inscrita en cada campaña, el canon a abonar por el titular de las instalaciones de almacenamiento, acondicionamiento y envasado, sobre las peras comercializadas en cada campaña, es el 1 % del valor de venta de la campaña anterior y el doble del precio del coste de las etiqueta y por último, para los titulares de las industrias de transformación el titular de la marca de garantía fijará un canon sobre el producto elaborado para cada año y para cada producto.

En relación a los nombres y marcas comerciales individuales, el reglamento de uso establece la exclusividad de los mismos en la comercialización de las peras amparadas por la marca de garantía.

La Asociación Berciana de Agricultores es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Marca de Garantía Pera Conferencia del Bierzo”¹⁰⁶⁸.



Figura 87. Distintivo registrado en la OEPM.

d) Marcas de calidad relativas a hortalizas: Ajo de Vallelado, Espárrago de Tudela, Lechuga de Medina y Setas de Castilla y León.

La marca de calidad Ajo de Vallelado protege a los bulbos secos o curados (no ampara el ajo verde ni el ajo tierno o semiseco) pertenecientes a la especie *Allium sativum* L., de las variedades “Autóctono de Vallelado” y “Garcua”, ambas pertenecientes al ecotipo comúnmente conocido como “Ajo Blanco de Vallelado”.

La zona de producción, acondicionamiento y envasado comprende 15 municipios de la provincia de Segovia (Villaverde de Íscar, Fuente el Olmo de Íscar, Samboal, Fresneda de Cuéllar, Chañe, Remondo, Mata de Cuéllar, Vallelado, San Cristóbal de Cuéllar, Cuéllar, Frumales, Olombrada, Membrive de la Hoz, Aldeasoña y Fuentesauco de Fuentidueña) y 17 de la provincia de Valladolid (Portillo, Megeces, Cogeces de Íscar,

¹⁰⁶⁸ Registrada con el número M2582850 para los productos de la clase 31 (Pera conferencia del Bierzo).

Pedrajas de San Esteban, Íscar, Camporredondo, San Miguel del Arroyo, Montemayor de Pililla, Cogeces del Monte, Torrecárcela, Vitoria, Langayo, Campaspero, Bahabón, Torre de Peñafiel, Fompedraza y Canalejas de Peñafiel).

El tiempo máximo de conservación de los ajos amparados no podrá exceder del 30 de junio del año siguiente a su plantación (siempre que se compruebe que se mantienen las características físicas, organolépticas y de calidad), se prohíbe la comercialización de ajos con calibres menores de 45 mm y deberán presentar durante el período de comercialización una humedad comprendida entre el 55 y el 75%.

El reglamento de uso establece un canon de participación en la marca colectiva que se divide en tres cuotas de carácter variable: una para los operadores productores en base a la superficie cultivada en la correspondiente campaña, otra para los operadores almacenistas y otra para operadores almacenistas-ensasadores estas últimas en base al producto comercializado en cada campaña. También se podrá establecer una tasa de inscripción de parcela o almacén en función de su superficie y localización pero la tasa no podrá ser superior a 100 €¹⁰⁶⁹ por operador que desee inscribirse.

La Asociación para la Promoción del Ajo del Valledado es titular en la OEPM de la marca colectiva mixta “Valledado Ajo”¹⁰⁷⁰.



Figura 88. Distintivo registrado en la OEPM.

¹⁰⁶⁹ Se actualizará cada año conforme al IPC.

¹⁰⁷⁰ Registrada con el número M3108137 para los productos de la clase 31 ("Ajo de Valledado producido con arreglo a las normas del reglamento de uso").



Figura 89. Distintivo que se está utilizando para identificar el producto.

En relación al Espárrago de Tudela, su marca de garantía, cuya zona de producción es Tudela de Duero y Herrera de Duero, protege espárragos frescos de cualquier variedad, siempre que cumplan los requisitos del reglamento de uso, blancos, con puntas moradas o verdes.

Para mantener la calidad del producto, los productores mantendrán como máximo una producción de 8.000 kilogramos por hectárea, la recolección será manual, no estando permitido el uso de maquinaria con energía auxiliar y la zona de envasado estará ubicada dentro de la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

La comercialización del espárrago, que abarca desde el inicio de la recolección hasta el 30 de junio del mismo año como máximo, se hará como máximo 7 días después de su envasado.

La autorización para el uso de la marca de garantía tiene un coste económico para los productores y envasadores. En la inscripción de parcelas en el registro correspondiente, en concepto de derechos, los productores tendrán que abonar un pago único de entrada de 300 €¹⁰⁷¹ por hectárea de producción. Estos derechos son vitalicios por la superficie inscrita, podrán ser transferidos a terceros por el titular y podrán usarse por el productor para nuevas parcelas por la misma superficie una vez abandonado el cultivo de las primeras.

El coste para el envasador consiste en un canon anual de 0,08 € por etiqueta de la marca de garantía utilizada en el envase además del doble del precio de las etiquetas de la marca de garantía utilizadas en la identificación de las partidas de los espárragos protegidos.

¹⁰⁷¹ Este importe se actualizará cada año conforme al IPC real.

Respecto al etiquetado de los espárragos, el reglamento de uso hace una distinción entre los espárragos blancos o de punta morada y los verdes. Para los espárragos blancos o de punta morada los envasadores están obligados a utilizar en sus envases junto con la marca comercial acogida a la marca de garantía la etiqueta de la marca de garantía, mientras que los espárragos verdes se podrán envasar con o sin etiqueta de la marca de garantía pero en el caso de que la lleve, el espárrago tiene que cumplir lo establecido en el reglamento de uso.

La Asociación Aspárragus es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Espárrago Tudela de Duero Marca de Garantía”¹⁰⁷².



Figura 90. Distintivo registrado en la OEPM.

La marca de garantía “Lechuga de Medina” ampara a las lechugas de la variedad *L. Sativa Var. Capitata L.*, tipo Batavia y de *C. Intybus.*, tipo Hoja de Roble en todos sus subtipos siempre y cuando cumplan las características establecidas en el reglamento de uso, cultivadas tanto al aire libre como en invernaderos y realizando una recolección manual para seleccionar el producto en óptimas condiciones.

La zona de producción, acondicionamiento y envasado de las lechugas amparadas por esta marca de garantía está constituida por los terrenos ubicados en los municipios de la comarca de las Merindades de la provincia de Burgos: Villarcayo de Merindad de Castilla la Vieja, Medina de Pomar, Espinosa de los Monteros, Valle de Mena, Trespaderne, Valle de Tobalina, Partido de la Sierra en Tobalina, Frías, Cillaperlata, Oña, Jurisdicción de San Zadornil, Berberana, Junta de Villalba de Losa, Valle de Losa, Junta de Traslaloma, Merindad de Montija, Merindad de Cuesta Urria, Merindad de Sotoscueva, Merindad de Valdeporres, Merindad de Valdivielso, Los Altos, Valle de

¹⁰⁷² Registrada con el número M3566281 para los productos de la clase 31 (Espárragos crudos y espárragos frescos de Tudela de Duero).

Manzanedo, Valle de Zamanzas, Valle de Valdebezana, Arija, Alfoz de Bricia y Alfoz de Santa Gadea.

La época de plantación comprende desde el mes de mayo hasta septiembre para los cultivos realizados al aire libre, mientras que para los cultivos en invernadero la plantación puede realizarse a lo largo de todo el año. Hay que tener en cuenta que entre la recolección (que se hará de forma manual entre los meses de mayo hasta noviembre en los cultivos al aire libre) y la siguiente plantación, en caso de plantaciones al aire libre, deberá transcurrir al menos una semana sin cultivo, siendo este periodo sin cultivo de al menos 1 mes para las plantaciones en invernaderos.

Como la marca de garantía tiene unos gastos de mantenimiento, gastos derivados de la aplicación del reglamento de uso y los gastos promocionales, el reglamento de uso establece una cuota fija anual por operador productor o almacenista de 100 €¹⁰⁷³ y una cuota variable para los almacenistas entre el 1 y el 20 % del valor del producto final¹⁰⁷⁴.

La Asociación Hortícola Merindades es titular en la OEPM de la marca de garantía denominativa estándar “Marca de Garantía Lechuga de Medina”¹⁰⁷⁵.

La Resolución de la OEPM de 18 de julio de 2008 acordó denegar el registro de la marca número M2762838 “Marca de Garantía Lechuga de Medina” para los productos de la clase 31 por carecer la asociación de legitimación para ser titular de una marca de garantía según lo dispuesto en el artículo 68.2 LM. La Asociación Hortícola Merindades recurrió esta resolución y la STSJ de la Comunidad de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 12 de julio de 2012 estimó el recurso contencioso-administrativo presentado. El Tribunal, basándose en los artículos 1 (la asociación carece de ánimo de lucro) y 3 (en ningún caso la asociación realizará acciones comerciales, ni de fabricación, distribución o venta de productos o servicios amparados por los fines establecidos) de los estatutos de la asociación, falló reconociendo el derecho de la asociación a inscribir la marca de garantía en la OEPM.

¹⁰⁷³ Dicho importe se incrementará anualmente en función de la subida del IPC.

¹⁰⁷⁴ Este valor será aprobado por la Asamblea General de la Asociación anualmente.

¹⁰⁷⁵ registrada con el número M2762838 para los productos de la clase 31 (Lechugas procedentes de Medina (Comarca de las Merindades)).



Figura 91. Distintivo que se está utilizando en el reglamento de uso.

Respecto a la marca de garantía “Setas de Castilla y León”, esta protege diferentes tipos de setas tanto frescas, como deshidratadas, en conserva, elaboradas o congeladas.

Las setas frescas son de origen silvestre y proceden exclusivamente de los montes registrados como productores de setas de Castilla y León, pero para las setas en conserva, congeladas o elaboradas el reglamento de uso exige que más del 50 % de esas setas sean silvestres procedentes de los montes de Castilla y León y el resto tienen que haber sido cultivadas en la Comunidad de Castilla y León. En este caso, la etiqueta no podrá indicar que su origen es silvestre.

Las especies de setas que ampara esta marca de garantía comprende los géneros *Boletus*, *Lactarius*, *Agaricus*, *Agrocybe*, *Amanita*, *Calocybe*, *Cantharellus*, *Clitocybe*, *Craterellus*, *Fistulina*, *Higrocybe*, *Hydnum*, *Hygrophorus*, *Legista*, *Macrolepiota*, *Marasmius*, *Pleurotus*, *Rhizopogon*, *Russula*, *Suillus*, *Terfezia*, *Tricholoma*, *Ustílagos* y *Xerocomus*. También ampara las setas de los géneros *Helvella* y *Morchella*, que han de someterse previamente a un tratamiento térmico.

Las setas amparadas por esta marca de garantía son clasificadas por expertos micólogos, lo que permite eliminar aquellas que no cumplan los mínimos de calidad o que puedan pertenecer a especies no comestibles o tóxicas. Todo ello redundará en una importante garantía de salud al consumidor, ya que en estos últimos años se ha producido un aumento de las personas que van a los bosques a recolectar setas, muchas veces con desconocimiento de las variedades y el consiguiente riesgo para la salud al consumirlas, que va desde la intoxicación, hasta a veces, la muerte.

El Centro de Servicios y Promoción Forestal y de su Industria de Castilla y León -CESEFOR- es titular en la OEPM de la marca de garantía denominativa estándar “Setas de Castilla y León”¹⁰⁷⁶.



Figura 92. Distintivo que se está utilizando en el reglamento de uso.

e) Marcas de calidad relativas a legumbres: Garbanzo de Pedrosillo, Garbanzo de Valseca y Judi3n de La Granja.

La marca de garantía “Garbanzo de Pedrosillo” protege al garbanzo de las variedades locales tradicionalmente cultivadas en la zona o de las variedades que se obtengan a partir de 3stas, pero hay que tener en cuenta que el titular de la marca es el encargado de evaluar la semilla seg3n lo dispuesto en el reglamento de uso y autorizar expresamente su uso para obtener garbanzos protegidos por la marca de garant3a.

La zona de producci3n agr3cola se sit3a en los municipios lim3trofes con Pedrosillo el Ralo, situados en el coraz3n de la comarca de la Armu3a, al noroeste de la provincia de Salamanca. Estos municipios son Aldealengua, Aldeanueva de Figueroa, Aldearrubia, Almernara de Tormes, Arcediano, Cabezabellosa de la Calzada, Cabrerizos, Calzada de Valdunciel, Castellanos de Moriscos, Castellanos de Villiquera, Espino de la Orbada, Forfoleda, Gomecello, Monterrubio de La Armu3a, Moriscos, Negrilla de Palencia, La Orbada, Pajares de la Laguna, Palencia de Negrilla, Parada de Rubiales, Pedrosillo el Ralo, Pedroso de La Armu3a, Pitiegua, la parte del t3rmino municipal de Salamanca situada en el margen derecho del r3o Tormes, San Crist3bal de la Cuesta, Tard3guila, Topas, Torresmenudas, Vandunciel, Valverd3n, La Vell3s, Villamayor, Villares de la Reina y Villaverde de Guare3a.

Para evitar el fraude, el producto se presenta seco envasado o elaborado (precocinado y cocinado) en conserva, nunca se comercializa a granel, y el per3odo de

¹⁰⁷⁶ Registrada con el n3mero M2931407 para los productos de la clase 31 (Setas frescas de Castilla y Le3n).

comercialización del garbanzo seco amparado va desde su recolección hasta el mes de septiembre del segundo año transcurrido a partir de esa fecha.

Para la autorización del uso de la marca de garantía es necesario el pago de unas cuotas para cubrir los gastos de mantenimiento de la marca.

La cuota que tienen que abonar las parcelas inscritas es del 1% por hectárea del valor de la cosecha del año anterior (ese valor es el resultado de multiplicar el precio medio de los garbanzos por la media de la cosecha declarada por los productores), las instalaciones de envasado y elaboración del producto tendrán que abonar una cuota del 1,5 % sobre el valor de venta de los garbanzos amparados, el precio de las contraetiquetas utilizadas para identificar el producto amparado será del doble y por último las empresas envasadoras y elaboradoras tendrán que satisfacer una cuota mensual de 36 € por empresa.

En relación al registro de esta marca de garantía, la Asociación Prolegumbres, desde el año 2011, es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Marca de garantía garbanzo de Pedrosillo”¹⁰⁷⁷ pero en el año 2015 solicitó el registro de la marca de garantía mixta “Garbanzo Pedrosillano Marca de Garantía”. La OEPM concedió el registro de dicha marca con el número M3588712 para los productos de la clase 29 (Garbanzos) pero Asaja Sevilla, la empresa Legumbres Luengo y la Asociación de Legumbristas de España interpusieron recurso contencioso-administrativo contra las Resoluciones de la OEPM dictadas el 30 de mayo de 2017 y de 12 de junio de 2017 en las que se concedía el registro de dicha marca de garantía. El recurso se basaba en que el término “Pedrosillano” es el nombre de una variedad vegetal de garbanzo conocido en todo el territorio nacional, por lo que es una denominación genérica y no es una denominación geográfica y por tanto, es un término inapropiable.

El Tribunal, en la STSJ de la Comunidad de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 27 de febrero de 2019, falló estimando el recurso contencioso-administrativo y declaró la nulidad de la marca de garantía “Garbanzo Pedrosillano Marca de Garantía”.

¹⁰⁷⁷ Registrada con el número M2982784 para los productos de la clase 29 (Garbanzos).



Figura 93. Distintivo de la marca de garantía que fue anulada por la STSJ Comunidad de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 27 de febrero de 2019.



Figura 94. Actual marca de garantía registrada en la OEPM.

En relación al Garbanzo de Valseca, la marca de garantía ampara los garbanzos de la variedad local tradicionalmente cultivada en la zona y los técnicos de la marca de garantía son los encargados de evaluar la semilla y autorizar su uso como apto para obtener los garbanzos amparados por la marca de garantía.

La zona geográfica de producción del garbanzo está constituida por los siguientes términos municipales o localidades: Valseca, Bernuy de Porreros, Zamarrala (localidad de Segovia), Hontanares de Eresma, Los Huertos, Carbonero de Ahusín (localidad de la Armuña), Roda de Eresma, Cabañas de Polendos, Valverde del Majano y Encinillas.

Los garbanzos deberán pertenecer a la categoría extra y podrán comercializarse tanto secos como elaborados. El envasado de los garbanzos secos amparados por la marca será desde su recolección hasta el mes de septiembre del segundo año desde su recolección.

Para la autorización del uso de la marca de garantía se fijan unas cuotas para cubrir los gastos de la marca. Estas cuotas consisten en una cuota fija por operador de 50 € al año y una cuota para los productores de 0.12 € por kilogramo de garbanzo producido limpio antes del envasado.

El Ayuntamiento de Valseca es titular en la OEPM de la marca de garantía denominativa “Garbanzo de Valseca”¹⁰⁷⁸.

Por último, el Judión de la Granja, es un producto de consumo típico del municipio del Real Sitio de San Ildefonso y de toda la provincia de Segovia, siendo ésta la zona de producción, almacenamiento, envasado y elaboración del producto.

Los judiones que ampara la marca de garantía proceden de las variedades locales tradicionalmente cultivadas en la zona o de las variedades que se obtengan a partir de éstas, siendo los técnicos del titular de la marca de garantía quienes evalúen las semillas y autoricen su uso para obtener los judiones protegidos por la marca de garantía.

Sólo podrán comercializarse los judiones de las categorías extra o primera, en seco o elaborados, pero para los judiones secos el reglamento de uso establece como periodo de comercialización desde su recolección hasta el mes de abril del segundo año transcurrido a partir de esa fecha.

Para la autorización del uso de la marca de garantía es necesario el pago de unas cuotas para sufragar los gastos de la misma.

El reglamento de uso establece como cuotas de los operadores una cuota de inscripción de 30 € que se abonará sólo una vez, una cuota de renovación registral de 15 € de carácter cuatrienal y unas cuotas por actividad de la marca de garantía.

Las cuotas por actividad de la marca de garantía la tienen que abonar los propietarios de las parcelas (anualmente es el 0,25 % del valor potencial teórico de la producción¹⁰⁷⁹), las instalaciones de envasado y elaboración (el 1,5 % sobre el valor de venta de los judiones amparados¹⁰⁸⁰ y el doble del precio de las contraetiquetas utilizadas para identificar el producto), los titulares de los restaurantes (el 0,5 % sobre el valor de venta de los judiones amparados¹⁰⁸¹) y por último los titulares de los puntos de venta del

¹⁰⁷⁸ Registrada con el número M4004214 para los productos de la clase 31 (Garbanzo de Valseca producido con arreglo a las normas del reglamento de uso).

¹⁰⁷⁹ El valor potencial teórico de la producción se obtiene del rendimiento medio por planta del año anterior (Kg/planta), el número de plantas declaradas y el precio medio percibido por los agricultores por la venta de su producción a las empresas elaboradoras o envasadoras en la campaña anterior.

¹⁰⁸⁰ Este valor de venta es el resultado de los kilogramos envasados o elaborados por su precio medio de venta.

¹⁰⁸¹ El valor de venta es el resultado de los kilogramos de producto amparado a través de operadores inscritos por el precio medio de venta del plato de judión, sabiendo que un kilogramo de judión da lugar a 6 platos.

judión (el 1,5 % sobre el valor de venta¹⁰⁸² de los judiones amparados por la marca de garantía).

El Ayuntamiento del Real Sitio de San Idelfonso es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “G Judión de la Granja”¹⁰⁸³.



Figura 95. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 96. Distintivo que se está utilizando para identificar el producto amparado.

f) Marca de calidad relativa a productos lácteos: Queso Arribes de Salamanca.

La marca de garantía “Queso Arribes de Salamanca” ampara el queso de pasta prensada elaborado exclusivamente con leche cruda de oveja. La leche tiene que proceder

¹⁰⁸² Este valor de venta es el resultado de los kilogramos comercializados secos y elaborados (se cuantificará el peso neto total del contenido del envase) adquiridos a través de operadores inscritos por el precio medio de venta del kilogramo de judión seco o elaborado.

¹⁰⁸³ Registrada con el número M3088127 para los productos de la clase 29 (Judiones procedentes de la zona de producción contemplada en el reglamento de uso de la marca, producidos con arreglo a las normas contenidas en el mismo).

de la comarca de Vitigudino (Salamanca) pero la zona de elaboración del queso es la provincia de Salamanca.

La maduración y posterior conservación del queso amparado por la marca de garantía se realizará por un período mínimo de 60 días desde el inicio del proceso y la fecha de consumo preferente será de 2 años a contabilizar desde la fecha de elaboración.

Para el uso de la marca de garantía es necesario abonar unas cuotas a su titular que se fijarán anualmente durante el primer trimestre del año en la Asamblea General de la Asociación por mayoría simple.

La cuota de entrada de nuevos socios varía en función de la producción de la industria, ya que la cuota para las industrias que produzcan menos de 100.000 Kg. de queso al año es de 1000 €, de 1500 € si la producción anual es de entre 100.000 – 500.000 Kg. y si la producción anual supera los 500.000 Kg. la cuota es de 2000 €¹⁰⁸⁴.

En relación a las marcas comerciales, el reglamento de uso establece que serán utilizadas exclusivamente y que sólo podrán identificar los quesos amparados por la marca de garantía.

La Asociación Profesional de Industrias Lácteas Arribes de Salamanca es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Queso Arribes de Salamanca”¹⁰⁸⁵.



Figura 97. Distintivo registrado en la OEPM.

¹⁰⁸⁴ Las cuotas se incrementarán anualmente en función de la subida del IPC.

¹⁰⁸⁵ Registrada con el número M2458663 para los productos de la clase 29 (Quesos).



Figura 98. Distintivo utilizado en el reglamento de uso.

g) Marcas de calidad relativas a productos de panadería: Harina Tradicional Zamorana, Hornazo de Salamanca, Pan de Valladolid y Torta de Aranda.

La harina de calidad óptima para obtener la “Harina Tradicional Zamorana” se denomina “harina tipo” que es una harina obtenida por la molturación del grano de trigo maduro, sano y seco e industrialmente limpio, de la especie *Triticum aestivum* en un porcentaje de un 50 % como mínimo de Zamora y de Castilla y León y máximo el 50 % restante de otras zonas. La “harina tipo” tiene una fecha de consumo preferente de 2 meses a partir de su fabricación.

La producción y envasado de la harina protegida tiene lugar en la provincia de Zamora, siendo ésta además la zona geográfica de donde proceden las harinas tipo utilizadas en la realización de la mezcla.

El producto amparado por la marca de garantía procede de una mezcla de harinas de la provincia de Zamora con características determinadas más un 10 % como mínimo de la harina procedente de la molturación de trigo en un molino de piedra, que aportan regularidad constante a la harina y hacen que su utilización en panificación proporcione ciertas ventajas en la elaboración de los panes y ayude a mejorar la textura, el aroma y el sabor del pan. La “Harina Tradicional Zamorana” tiene una fecha de consumo preferente de 12 meses desde su envasado.

La autorización de uso de la marca de garantía tiene un coste para cubrir sus gastos. La Asociación ha establecido un canon¹⁰⁸⁶ fijo como máximo de 300 € al mes por cada operador, con la excepción de los panaderos a los que la Asociación les podrá

¹⁰⁸⁶ El importe tanto del canon fijo como del variable se establecerá anualmente por la Asamblea General de la Asociación.

condonar dicho canon, y otro variable como máximo de 30,05 € por cada 1000 Kg. de harina aportada por cada operador.

Además del canon fijo y del variable, el precio máximo de la contraetiqueta será de 0,012 €/Kg. y también podrá haber derramas especiales en función de las campañas e inversiones.

La Asociación para la promoción de la Harina Zamorana tiene registrada en la OEPM la marca mixta “Harina Tradicional Zamorana” como marca colectiva¹⁰⁸⁷ y de garantía¹⁰⁸⁸.

El hecho de que la marca mixta “Harina Tradicional Zamorana” se registrase como marca colectiva pudo deberse a un error, ya que el reglamento de uso aportado con la solicitud de marca colectiva tiene el informe favorable del órgano administrativo correspondiente (este requisito sólo es necesario cuando se solicita una marca de garantía, artículo 69.2 LM) y en el texto del reglamento de uso de la marca colectiva solicitada se refiere a la “Harina Tradicional Zamorana” como marca de garantía.



Figura 99. Distintivo registrado en la OEPM como marca colectiva y como marca de garantía.



Figura 100. Distintivo que se está utilizando en el reglamento de uso.

¹⁰⁸⁷ Registrada en 2002 con el número M2460605 para los productos de la clase 30 (Harinas y preparaciones hechas de cereales).

¹⁰⁸⁸ Registrada desde 2015 con el número M3545849 para los productos de la clase 30 (Harinas tradicionales de Zamora).

En relación al Hornazo de Salamanca, este producto se elabora en toda la provincia de Salamanca y se obtiene a partir de una masa elaborada fundamentalmente con harina de trigo, manteca de cerdo y sal que está rellena de lomo fresco adobado, chorizo y jamón o paleta de cerdo (siendo opcional el huevo cocido) para hornearlo posteriormente. El reglamento de uso excluye expresamente el hornazo dulce (aquel que lleve un porcentaje superior del 2 % de azúcar en la masa) y el elaborado con masa hojaldrada.

Si los hornazos no se hornean en el momento de su elaboración, serán refrigerados o congelados para poder hornearlos con posterioridad en los puntos de venta inscritos en el registro correspondiente. El tiempo máximo desde la preparación del hornazo hasta su horneado será de 90 días para los congelados y 4 para los refrigerados y la fecha de consumo preferente será de 5 días para los hornazos sin envasar y de 30 días para los hornazos envasados contando a partir de la fecha en que son horneados y etiquetados.

Aunque ha habido grandes avances tecnológicos, hay fases del proceso de elaboración, como son la distribución del relleno, el cerrado del hornazo y su posterior engalanado, que se siguen realizando manualmente para no perder el arraigo de la tradición.

Para poder utilizar la marca de garantía es necesario abonar unas cuotas a la Asociación para cubrir los gastos de la marca. Durante el primer trimestre de cada año, la Asamblea General decidirá por mayoría simple el importe de dichas cuotas, pero la cuota de entrada de nuevos socios a la Asociación tiene un coste de 1000 €¹⁰⁸⁹.

Los hornazos podrán etiquetarse con las marcas comerciales individuales vinculadas a la marca de garantía, en cuyo caso la marca de garantía tendrá la exclusividad de esa marca comercial individual, o sólo con la marca genérica “Hornazo de Salamanca”, salvo que la comercialización y etiquetado se realice fuera de la marca de garantía.

La Asociación Gastronómica de Productos Charros es titular en la OEPM de la marca “Hornazo de Salamanca” como marca de garantía¹⁰⁹⁰ denominativa estándar¹⁰⁹¹ y como marca individual de tipo mixto¹⁰⁹².

¹⁰⁸⁹ Importe que podrá incrementarse según el IPC

¹⁰⁹⁰ En la doctrina, ver GOMEZ LOZANO, M^a, M., “Sobre el uso de las marcas de garantía... op. cit., pgs. 795-824 y LARGO GIL, R., “Las marcas colectivas...”, op. cit., pg. 150.

¹⁰⁹¹ Registrada con el número M2697902 para los productos de la clase 30 (Hornazos).

¹⁰⁹² Registrada con el número M3665425 para los mismos productos que la anterior.



Figura 101. Distintivo registrado en la OEPM.

A este respecto es importante señalar la SAP de Salamanca, Sección 1ª, de 20 de diciembre de 2006¹⁰⁹³ en la que la “Asociación Hornazo de Salamanca”, con el reglamento de uso aprobado por el órgano competente, solicitó la inscripción de la marca de garantía mixta “Hornazo de Salamanca” en la OEPM con el número M2548441 y se denegó en base a la limitación establecida en el artículo 68.2 LM porque según el artículo 7 de los estatutos de la Asociación, ésta estaba integrada por empresas que elaboraban hornazos y según el artículo 68.2 LM no podrán solicitar marcas de garantía quienes fabriquen o comercialicen productos o servicios idénticos o similares a aquellos para los que fuera a registrarse la citada marca, aunque si se hubiera concedido la marca de garantía se procedería a su caducidad de acuerdo con lo previsto en el artículo 73 e) LM.

Este obstáculo es fácilmente salvable creando asociaciones de particulares en vez de asociaciones de empresarios, por eso, la “Asociación Hornazo de Salamanca” cambió su denominación a “Asociación Gastronómica de Productos Charros” y registró en la OEPM con el número M2697902 la Marca de garantía denominativa estándar “Hornazo de Salamanca” para los productos de la clase 30 (Hornazos).

Otro aspecto destacable de la sentencia es que después de denegarse su registro, la Asociación Hornazo de Salamanca siguió usando eslóganes publicitarios como “Marca de Garantía”, “nuestra marca de garantía nos distingue” o “pídalo con marca de garantía” junto al nombre y logotipo de la Asociación Hornazo de Salamanca, lo cual fue considerado por el tribunal como una práctica comercial desleal.

¹⁰⁹³ Esta sentencia ha sido también comentada en la parte primera de este trabajo, en el Capítulo primero, del epígrafe segundo dedicado al régimen jurídico de las marcas colectivas, y de garantía en la normativa española cuando se analiza en el punto 3 del apartado B) la titularidad de las marcas de garantía.

Los dos últimos productos de esta clasificación son el Pan de Valladolid y la Torta de Aranda.

La marca de garantía “Pan de Valladolid” protege el pan que se fabrica tradicionalmente en Valladolid en sus distintas variedades y formas típicas de la zona.

El pan se elabora con harina de trigo y centeno que procede exclusivamente de fábricas de harinas ubicadas en Comunidad Autónoma de Castilla y León y el reglamento de uso establece los tres tipos de elaboración del pan (fresco, precocido fresco y precocido congelado) así como los distintos tipos de pan: Flama (Riche y Rústico), Candeal (Canteros, Lechuguino, Cuadros y Polea) Semicandeal (Blanca o Fabiola).

El reglamento de uso enumera como una fuente de financiación para las actividades de la Asociación las subvenciones, los legados y las donaciones, expresamente dispone que la Asociación, en ningún caso, aceptará ningún tipo de financiación que condicione o comprometa su imparcialidad y confidencialidad sobre las actividades de calificación que desarrollan la estructura organizativa.

Los socios deberán abonar el importe de las cuotas de mantenimiento establecidas en los Estatutos de la Asociación y los titulares de las empresas inscritas en el registro de la marca de garantía pagarán una cuota del 1,5 % del valor resultante de multiplicar el precio medio de mercado de la unidad del producto amparado por el número de unidades y el doble del coste de impresión de las etiquetas de la marca de garantía.

En relación al etiquetado del producto, el reglamento de uso establece la obligatoriedad de la impresión del sello en relieve¹⁰⁹⁴ en todas las piezas de pan candeal redondas y en las piezas de formato alargado cuando se comercialicen en bolsa y con etiqueta, quedándose el sello grabado en la masa. El sello será opcional si las piezas de formato alargado se comercializan identificadas con vitolas.

Las empresas autorizadas por la marca de garantía sólo podrán etiquetar el producto con las etiquetas suministradas por el titular de la marca de garantía, y nunca podrán utilizar nombres comerciales, marcas comerciales o cualquier otro distintivo propio del operador.

¹⁰⁹⁴ El sello aparece en el Anexo IV, formato V del reglamento de uso.

La Asociación Provincial de Fabricantes y Expendedores de Pan de Valladolid es titular desde 2004 en la OEPM de la marca de garantía mixta “Pan de Valladolid Marca de Garantía”¹⁰⁹⁵ y desde el año 2001 de la marca colectiva mixta “Pan de Valladolid Asociación Provincial de Fabricantes y Expendedores de Pan de Valladolid”¹⁰⁹⁶.



Figura 102. Distintivo de la marca de garantía registrada en la OEPM.

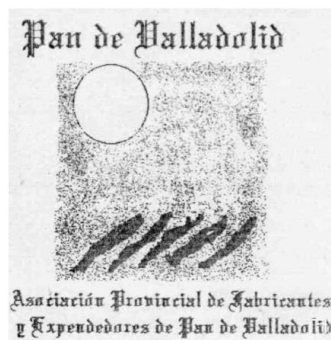


Figura 103. Distintivo de la marca colectiva registrada en la OEPM.

Respecto a la Torta de Aranda, este producto es un tipo de pan obtenido con una proporción de agua mínima del 60 % de forma redonda un tanto irregular y cuyo aspecto, una vez cocido, presenta aceitado en su superficie, con una miga muy alveolada y blanda. Tiene tres tipos de elaboración que son fresco, precocido fresco y precocido congelado.

Su zona de producción comprende diversos municipios de las provincias de Burgos, Segovia, Soria y Valladolid, teniendo como punto de referencia Aranda de Duero.

El titular de la marca de garantía cuenta con medios propios de financiación para poder desempeñar sus funciones.

Además de la cuota de entrada a la marca de garantía del 0.2 % del valor de la producción anual de un operador medio y de las cuotas abonadas por los titulares de las

¹⁰⁹⁵ Registrada con el número M2624379 para los productos de la clase 30 (Pan, pastelería y confitería).

¹⁰⁹⁶ Registrada con el número M2397712 para los productos de la clase 30 (Pan, pastelería y confitería). El reglamento de uso de la marca colectiva está informado favorablemente por el órgano administrativo competente (requisito exigible sólo para los reglamentos de uso de las marcas de garantía, artículo 69.2 LM) y lleva por título “Reglamento de uso de la marca de garantía “Pan de Valladolid”.

empresas inscritas en los registros de la marca de garantía del 1.5 % sobre el valor resultante de multiplicar el precio medio de mercado de la unidad de producto amparado por el número de unidades y el coste de las etiquetas, el reglamento de uso enumera como otras vías de financiación del titular de la marca de garantía sus propios bienes, las indemnizaciones que pueda percibir por los daños producidos al él o a sus intereses y las subvenciones, legados y donaciones pero siempre y cuando la financiación no condicione ni suponga un compromiso a la imparcialidad y confidencialidad sobre las actividades de calificación que desarrolle la estructura organizativa.

En relación al etiquetado del producto amparado, el reglamento de uso establece que sólo se podrá etiquetar el producto con las etiquetas suministradas por el titular de la marca de garantía y nunca se podrán utilizar nombres o marcas comerciales o cualquier otro distintivo propio del operador.

La Federación de Organizaciones de Panadería de Castilla y León es titular en la OEPM de la marca de garantía mixta “Torta de Aranda”¹⁰⁹⁷ y de la marca individual mixta “Torta de Aranda Federación de Organizaciones de Panadería de Castilla y León”¹⁰⁹⁸.



Figura 104. Distintivo de la marca de garantía registrado en la OEPM.

¹⁰⁹⁷ Registrada con el número M3064437 para los productos de la clase 30 (Torta de Aranda).

¹⁰⁹⁸ Registrada con el número M3015879 para los mismos productos que la anterior.



Figura 105. Distintivo de la marca individual mixta registrada en la OEPM.

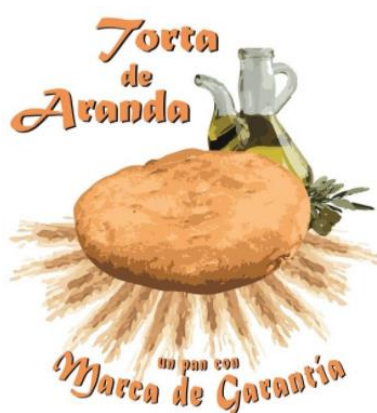


Figura 106. Distintivo que se está utilizando en el reglamento de uso.

III. EL RÉGIMEN ESPECIAL DE LA MARCA “TIERRA DE SABOR”.

A) El artículo 154 LACyL.

El artículo 154 LACyL está dedicado a la marca de garantía “Tierra de sabor” y establece la titularidad, el objetivo y la finalidad de dicha marca de garantía.

La marca “Tierra de Sabor” está registrada por el ITACyL como marca de garantía mixta en la OEPM¹⁰⁹⁹ y como marca individual mixta en la EUIPO¹¹⁰⁰.



Figura 107. Distintivo registrado en la OEPM y en la EUIPO.

El objetivo de la marca es garantizar al consumidor que la materia prima sustantiva con la que se elaboran los productos por ella amparados proceden de explotaciones agrícolas y ganaderas de Castilla y León y/o ha sido transformada mediante procesos tradicionalmente vinculados al territorio en industrias agroalimentarias de

¹⁰⁹⁹ El ITACyL tiene registrada la marca “Tierra de Sabor” en la OEPM con el número M2849072 como marca individual. Actualmente, desde el 5 de julio de 2019 esta marca se encuentra caducada y ha dejado de utilizarse en favor de la marca de garantía “Tierra de Sabor” según información recibida por correo electrónico del ITACyL con fecha 11 de abril de 2016. La marca de garantía “Tierra de Sabor” está registrada con el número M2870838 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés), 29 (Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles), 30 (Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo), 31 (Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; alimentos para los animales; malta), 32 (Cervezas; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas), 33 (Bebidas alcohólicas, con excepción de cervezas), 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina), 41 (Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales) y 42 (Servicios científicos y tecnológicos así como servicios de investigación y diseño relativos a ellos; servicios de análisis y de investigación industrial; diseño y desarrollo de ordenadores y software).

¹¹⁰⁰ Registrada con el número 008279358 para los mismos productos y servicios que los registrados en la OEPM.

Castilla y León, facilitando su comercialización y aportando mayor valor añadido a la producción agroalimentaria de esta Comunidad.

Con esta marca de garantía se distingue en el mercado, garantizando su calidad diferenciada, determinados productos agroalimentarios destinados al consumo humano que, producidos, elaborados o transformados en el territorio de la Comunidad de Castilla y León, reúnen las condiciones y cumplen los requisitos de calidad que se especifican en su reglamento de uso, certificando dicho cumplimiento y permitiendo a los consumidores identificar dichos productos de forma precisa.

**B) 2010: creación de la marca de garantía “Tierra de Sabor”.
Vinculación con la “Marca Territorio Castilla y León”.**

Para evitar la confusión de los consumidores entre el distintivo creado en el Decreto 6/2005 y para potenciar la promoción del sector agroalimentario de Castilla y León a través del uso y la difusión de la nueva marca de garantía, la Junta de Castilla y León dictó el Decreto 9/2010, de 25 de febrero, por el que se derogaba el Decreto 6/2005 y se establecía la obligación de utilizar la nueva marca de garantía “Tierra de Sabor” en todas las actividades de promoción de los productos o las industrias agroalimentarias de Castilla y León que se llevaran a cabo por cualquier órgano de la Administración de la Comunidad y por cualquier empresa o fundación pública dependiente de la misma.

Sin perjuicio de lo anterior, el artículo 2.2 del Decreto establece que la utilización de la marca de garantía “Tierra de sabor” deberá ajustarse a las normas sobre el uso y las aplicaciones de la “Marca Territorio Castilla y León” y su estrategia de vinculación.

La Marca Territorio Castilla y León¹¹⁰¹ pretende distinguir y diferenciar los productos, las empresas y los bienes y servicios de Castilla y León con el objetivo último de fomentar el conocimiento y desarrollo de la Comunidad de Castilla y León y mejorar el nivel de vida de sus ciudadanos.

Para alcanzar los objetivos de la marca es necesaria su difusión y aplicación y para ello la Orden PRE/2188/2009, de 23 de noviembre, crea el “Guardián de la Marca Territorio Castilla y León”, que es un órgano colegiado consultivo y asesor adscrito a la

¹¹⁰¹ Está registrada tanto en la OEPM (número M2881722) con la leyenda “Donde tus ideas cobran vida”, como en la EUIPO (número 011359668) con la leyenda “Tus ideas cobran vida”.

consejería competente en materia de comunicación y cuya finalidad y objetivo es el impulso y seguimiento de la estrategia Marca Territorio Castilla y León.

En materia de publicidad institucional, el órgano colegiado de la Administración de la Comunidad al que le corresponde estudiar, analizar y realizar el seguimiento de las actividades de publicidad institucional de la Administración de la Comunidad y de sus entes adscritos es la Comisión Autonómica de Publicidad Institucional¹¹⁰².

En relación con la Marca Territorio Castilla y León, este órgano es el encargado de velar por la adecuación de las acciones de publicidad institucional de la Administración de la Comunidad y de sus entes adscritos a la Marca y de cualquier otra función que se le atribuya en materia de publicidad institucional o en relación con la Marca Territorio Castilla y León.

C) El reglamento de uso de la marca de garantía “Tierra de Sabor”.

1. Consideraciones generales.

Según establece el artículo 69 LM, 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.

El reglamento de uso también deberá prever que, si la marca de garantía consiste en una indicación de procedencia geográfica, podrá utilizar la marca cualquier persona cuyos productos o servicios provengan de esa zona geográfica y cumplan las condiciones en él establecidas.

Cuando en 2009 se solicitó el registro de la marca de garantía se presentó el reglamento de uso de la misma, que ha sido modificado¹¹⁰³ posteriormente, en 2011, 2014

¹¹⁰² Este órgano está previsto en el artículo 11 de la Ley 4/2009, de 28 de mayo, de publicidad institucional de Castilla y León, artículo que ha sido modificado por la Disposición final vigésima tercera de la Ley 1/2012, de 28 de febrero, de Medidas Tributarias, Administrativas y Financieras.

¹¹⁰³ El reglamento de uso de la marca de garantía puede ser modificado según lo establecido en el artículo 71 LM.

y 2017. Éste último es el que está vigente actualmente, y se ha ido adaptando a la evolución de las preferencias de los consumidores y del mercado.

El objeto del reglamento de uso (art. 1) es establecer y determinar las condiciones que regirán el uso de la marca, los requisitos que tienen que cumplir las personas autorizadas a utilizarla y los productos para los que se puede conceder la autorización.

El régimen jurídico aplicable a la marca de garantía “Tierra de Sabor” lo constituye en primer lugar lo dispuesto en su reglamento de uso y en los acuerdos y disposiciones que, en interpretación y ejecución del mismo, adopte el ITACyL, y en lo no dispuesto por el reglamento de uso, se aplicará supletoriamente la Ley de Marcas y, en su defecto, el resto del ordenamiento jurídico privado (art. 2).

Al ser esta marca de garantía una figura de calidad diferenciada de productos agroalimentarios recogida en la LACyL [arts. 133.e), 134.4 y 154], le será de aplicación el régimen sancionador¹¹⁰⁴ que para estas figuras se establece en dicha Ley.

2. Finalidad de la marca y productos a los que puede aplicarse.

El reglamento de uso en su artículo 3 establece que la finalidad de esta marca de garantía, al igual que lo dispuesto en el artículo 154.3 LACyL, es distinguir en el mercado, garantizando su calidad diferenciada, determinados productos agroalimentarios destinados al consumo humano que, producidos, elaborados y/o transformados en la Comunidad de Castilla y León, reúnen las condiciones y cumplen los requisitos de calidad que se especifican en este Reglamento, certificando dicho cumplimiento y permitiendo a los consumidores identificar dichos productos de forma precisa.

La marca podrá ser utilizada, según el artículo 4, por cualquier persona natural o jurídica, española o extranjera, que tenga plena capacidad de obrar conforme al ordenamiento jurídico español, y que produzca, elabore y/o transforme (en el territorio de la Comunidad de Castilla y León) o comercialice y/o distribuya algún producto agroalimentario destinado al consumo humano al que se le haya autorizado el uso de la marca porque cumple todos los requisitos y reúne todas las condiciones que se establecen en este reglamento.

¹¹⁰⁴ Más concretamente los Capítulos I (normas comunes en materia sancionadora) y IV (infracciones y sanciones en materia diferenciada de productos agroalimentarios) del Libro V.

Los productos agroalimentarios a los que el ITACyL podrá autorizar el uso de la marca, según el artículo 5, además de estar destinados para el consumo humano, producidos, elaborados y/o transformados en Castilla y León e inscritos en el Registro de operadores agroalimentarios con autorización de uso de la marca de garantía “Tierra de Sabor” (art. 12), deberán cumplir alguna de las siguientes condiciones:

- productos amparados por DOP, IGP o ETG a los que se refiere el Reglamento 1151/2012¹¹⁰⁵;

- vinos amparados por DOP o IGP a los que se refiere el Reglamento 1308/2013¹¹⁰⁶;

- productos amparados por la agricultura ecológica a los que se refiere el Reglamento 834/2007 y productos amparados por la producción integrada de productos agrícolas a los que se refiere el Decreto 208/2000¹¹⁰⁷;

- alimentos artesanales conformes con la norma¹¹⁰⁸ que regule la artesanía alimentaria;

- productos agroalimentarios amparados por marcas de calidad alimentaria¹¹⁰⁹ a las que se refiere el artículo 153 de la LACyL;

- productos acogidos a la norma de calidad comercial para la carne, el jamón, la paleta y la caña de lomo ibérica, según la normativa estatal¹¹¹⁰;

- aguas minerales naturales y aguas de manantial reconocidas conforme a lo establecido en la normativa reguladora¹¹¹¹ o en aquella legislación que le sustituya o modifique y

¹¹⁰⁵ Reglamento (UE) n° 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.

¹¹⁰⁶ Reglamento (UE) n° 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013 por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios y por el que se derogan los Reglamentos (CEE) n° 922/72, (CEE) n° 234/79, (CE) n° 1037/2001 y (CE) n° 1234/2007.

¹¹⁰⁷ Decreto 208/2000, de 5 de octubre de 2000, por el que se regula la Producción Integrada de productos agrícolas en Castilla y León.

¹¹⁰⁸ La artesanía alimentaria en Castilla y León está regulada por el Decreto 53/2007 de 24 de mayo, y la Orden AYG/654/2008 de 18 de abril, por la que se desarrolla este Decreto.

¹¹⁰⁹ Las marcas de calidad existentes en la Comunidad de Castilla y León pueden consultarse en el siguiente enlace: <http://www.itacyl.es/calidad-diferenciada/marcas-de-calidad/marcas-de-calidad>

¹¹¹⁰ Real Decreto 4/2014, de 10 de enero, por el que se aprueba la norma de calidad para la carne, el jamón, la paleta y la caña de lomo ibérico.

¹¹¹¹ Real Decreto 1798/2010, de 30 de diciembre, por el que se regula la explotación y comercialización de aguas minerales naturales y aguas de manantial envasadas para consumo humano.

- productos agroalimentarios que, no pudiéndose acoger a ninguna de las figuras anteriores (excepto los productos amparados por la agricultura ecológica y la producción integrada), posean una calidad superior y vinculada al territorio de Castilla y León y estén certificados, por organismos de certificación acreditados conforme a la Norma UNE-EN ISO/IEC 17065:2012 o inscritos en el Registro de Organismos de Control de productos agroalimentarios de Castilla y León. En este caso se exige que la calidad que se certifique se base en el cumplimiento de¹¹¹²:

a) un pliego de condiciones de producto reconocido por el ITACyL. Si el pliego de condiciones no hubiera sido objeto de aprobación o reconocimiento previo por el ITACyL, dicha aprobación podrá solicitarse junto con la autorización de uso de la marca, siendo ambas aprobaciones objeto de resolución singular, sin perjuicio de la tramitación de piezas separadas. La propuesta de resolución de la aprobación del pliego de condiciones tendrá prioridad, por lo que si se deniega, se notificará sin necesidad de resolver sobre la autorización de uso de la marca, pero si se aprueba, se requerirá al solicitante el procedimiento de certificación de la entidad que vaya a certificarlo. Si el procedimiento de certificación es conforme, se solicitará el certificado de cumplimiento de los requisitos del pliego emitido por la Entidad de Certificación y, finalmente, se resolverá sobre la autorización de uso de la marca, notificándose en forma unitaria.

b) un protocolo privado o norma voluntaria de calidad, utilizada en el sector agroalimentario para acceder a determinados canales de comercialización siempre que dichos productos lleguen al mercado envasados y etiquetados y no se encuentren incluidos en ninguno de los párrafos anteriores.

En todo caso, el reglamento establece que todos aquellos productos que puedan quedar protegidos por una figura de calidad alimentaria reconocida en base a su origen geográfico (DOP, IGP y Marca de Calidad), sólo podrán solicitar el uso del distintivo “Tierra de Sabor” si están amparados por esa figura de calidad.

¹¹¹² El titular de la Dirección General del ITACyL podrá dictar una resolución en la que se establezcan los requisitos mínimos de calidad superior que deben cumplir estos productos para facilitar el cumplimiento de las condiciones de autorización.

3. Procedimiento para la solicitud de uso de la marca.

Para que los operadores agroalimentarios puedan solicitar la autorización para el uso de la marca de garantía “Tierra de Sabor” tienen que seguir el procedimiento establecido en el artículo 6 del reglamento de uso.

A través de la sede electrónica¹¹¹³, los interesados deberán cumplimentar una solicitud acompañada de los documentos correspondientes o la autorización expresa al ITACyL para obtener directamente y/o por medios telemáticos la comprobación de los datos, identidad personal y otros documentos que permitan acreditar que el interesado cumple los requisitos exigidos para el uso de la marca.

Respecto al contenido de la solicitud y la documentación que la acompaña¹¹¹⁴, el solicitante tendrá que indicar las marcas comerciales en las que desea utilizar la marca de garantía, presentar el pliego de condiciones de producto para el que solicita aprobación por parte del ITACyL para los productos del artículo 5.8.a) o la memoria descriptiva en el caso de los productos enumerados en el artículo 5, apartados 2, 3, 4 y 8.b) en la que se detallen los elementos diferenciales de calidad del producto.

La solicitud también deberá ir acompañada del certificado del órgano de control en el que conste el cumplimiento del documento normativo correspondiente por parte del solicitante.

En caso de que el solicitante sea un operador comercial que comercialice y/o distribuya productos (art. 4.2), hará constar en la solicitud el número de identificación en el Registro de Empresas y Actividades alimentarias de Castilla y León de la instalación en la que se produzca, elabore y/o transforme el producto para el que se solicita el uso de la marca.

Una vez presentada la solicitud y la documentación correspondiente, el ITACyL a través de sus técnicos o de una empresa o entidad de auditoría contratada al efecto,

¹¹¹³ La solicitud para la autorización del uso de la marca de garantía “Tierra de Sabor” puede encontrarse y cumplimentarse en el siguiente enlace: <https://www.tramitacastillayleon.jcyl.es/web/jcyl/AdministracionElectronica/es/Plantilla100Detalle/1251181050732/Tramite/1284705183715/Tramite>.

¹¹¹⁴ Si el solicitante es una persona jurídica, se tiene que aportar la documentación de la persona física que firme la solicitud que acredite sus facultades de representación. También se presentará la documentación acreditativa de hallarse al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, incluidas las de la Comunidad de Castilla y León, y con la Seguridad Social y se hará constar en la solicitud el número de identificación en el Registro de Empresas y Actividades alimentarias de Castilla y León.

examinará y comprobará el cumplimiento de los requisitos exigidos para el uso de la marca.

La Mesa del Sabor, que es el órgano de asesoramiento externo en materia de calidad de los productos incluidos en el ámbito de aplicación del reglamento de uso, intervendrá en los supuestos previstos en el reglamento de uso¹¹¹⁵ y en aquellos otros casos en que el titular de la Dirección General del ITACyL lo crea conveniente.

Finalizada la fase de examen de la solicitud y de la documentación aportada, el titular de la Dirección General del ITACyL, mediante resolución motivada, concederá o denegará el uso de la marca para los productos para los que se hubiera solicitado. El plazo máximo para dictar y notificar la resolución será de tres meses, transcurridos los cuales sin haberse notificado la resolución se entenderá que la solicitud ha sido denegada.

La resolución que autorice el uso de la marca indicará las condiciones en que se concede la autorización, especificará el operador agroalimentario titular de la misma, los productos para los que se concede y a los que se limita y por último las marcas comerciales con las que dichos productos se identifican en el mercado. Las condiciones de uso que se especifiquen en la resolución de autorización de uso de la marca deberán ser aceptadas por el operador agroalimentario de forma expresa o tácita en el plazo de quince días naturales contados desde el día siguiente al de la notificación de la autorización.

4. Condiciones generales y específicas de uso de la marca.

Respecto a las condiciones de uso¹¹¹⁶ de la marca, el artículo 7 del reglamento de uso distingue entre condiciones generales y específicas¹¹¹⁷.

Como condiciones generales de uso de la marca establece las siguientes, que afectan a diferentes aspectos relevantes:

a) la relación entre la autorización de uso de la marca y el cumplimiento de la normativa aplicable a los productos, dado que la autorización de uso de la marca no

¹¹¹⁵ En el caso de la marca “Tierra de Sabor. Sabor Gourmet” la adhesión a la misma será determinada por un grupo de expertos seleccionados de entre aquellos que conforman la Mesa del Sabor (art. 7.2. V).

¹¹¹⁶ Según información recibida por correo electrónico del ITACyL con fecha 30 de noviembre de 2020 no hay que pagar ninguna tasa por el uso de la marca de garantía “Tierra de Sabor”.

¹¹¹⁷ Las condiciones específicas de uso de la marca serán analizadas posteriormente en el apartado D dedicado a la tipología de marcas registradas con la denominación “Tierra de sabor”.

puede sustituir el necesario cumplimiento de los requisitos y exigencias que la legislación vigente establezca para la producción, elaboración, transformación, distribución y/o venta al público de los productos autorizados;

b) las limitaciones del uso de la marca, puesto que el derecho de uso de la misma está restringido no sólo, como resulta evidente, a los operadores autorizados, sino que resulta también limitado en exclusiva a los concretos productos para los que se ha concedido la autorización¹¹¹⁸, lo que impide que un operador autorizado pueda beneficiarse del prestigio que el uso de esta marca otorgue a todos sus productos. Adicionalmente, estos productos autorizados sólo podrán llevar la marca Tierra de Sabor cuando sean identificados en el mercado con las marcas comerciales que igualmente consten en la autorización;

c) como consecuencia de lo que acaba de indicarse, el distintivo de la marca de garantía podrá incluirse exclusivamente en el etiquetado y presentación de los productos agroalimentarios para los que haya sido autorizado su uso;

d) el respeto de las normas y criterios de identidad de la marca, puesto que su reproducción¹¹¹⁹ deberá ajustarse con exactitud a las características gráficas con las que ha sido registrada y, en concreto, deberá adecuarse al modelo y condiciones técnicas y gráficas contempladas en el correspondiente manual de identidad y uso de la marca, aprobado por el Director del ITACyL¹¹²⁰;

e) la prohibición de cualquier utilización fraudulenta o no autorizada de dicho distintivo, que tampoco podrá ser utilizado de manera que pueda causar descrédito o inducir a error a los consumidores sobre las características del producto;

f) el carácter accesorio del uso del distintivo, que en el etiquetado acompañará a la marca comercial de la empresa autorizada responsable del producto terminado, lo que implica que nunca podrá ser utilizada a título principal y que tampoco podrá emplearse para sustituir a la marca autorizada de la empresa. No obstante, cabe que, de manera excepcional, se pueda autorizar, mediante Resolución del Director

¹¹¹⁸ El operador autorizado no podrá utilizar la marca para otros productos si no ha obtenido para cada uno de ellos la correspondiente autorización.

¹¹¹⁹ Siempre que la marca vaya asociada y vinculada directa y exclusivamente a los productos autorizados para su uso, podrá reproducirse en vídeos, impresos, folletos publicitarios, catálogos o cualquier otro tipo de documentos o soportes técnicos o comerciales.

¹¹²⁰ El manual de identidad y uso de la marca puede consultarse en el siguiente enlace: <http://www.tierradesabor.es/reglamento>

General del ITACyL, el uso de la marca de garantía a título principal. Esta excepción está basada en el impulso en la comercialización que puedan necesitar determinados productos agroalimentarios pertenecientes a los sectores estratégicos agrarios de la Comunidad Autónoma. Este uso principal podrá ser solicitado por aquellos operadores que cumplan lo establecido en el reglamento y produzcan, elaboren y/o transformen o comercialicen esos productos. No obstante, el uso del distintivo institucional a título principal puede ser objeto de polémica. Una muestra se encuentra en la STSJ de Castilla y León, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 1ª, de 25 de febrero de 2014, dictada en un asunto en el que se debate la autorización otorgada, mediante Resolución de 26 de junio de 2012 dictada por la Directora General del ITACyL al Consejo Regulador de la IGP Lechazo de Castilla y León, al uso de la marca y distintivo “Tierra de Sabor” a título principal en el producto agroalimentario del lechazo y aprobaba la revisión del pliego de condiciones de la marca colectiva “Lechazo de la Meseta Castellano Leonesa” para poder utilizar la marca “Tierra de Sabor”¹¹²¹. La Sentencia revoca la suspensión de la resolución de la Directora General del ITACyL de 26 de junio de 2012 en sus apartados dispositivos 1º y 3º y al amparo de lo establecido en la letra g) del artículo 7.1 del Reglamento de Uso de la marca “Tierra de Sabor” autoriza al Consejo Regulador de la IGP Lechazo de Castilla y León el uso de la Marca de Garantía Tierra de Sabor a título principal para el Lechazo para los operadores comerciales y mataderos inscritos en los correspondientes registros de la IGP, debiendo utilizar dicho distintivo asociado al logotipo de la IGP Lechazo de Castilla y León y también se autoriza el uso de la Marca de Garantía “Tierra de Sabor” a título principal para los operadores comerciales y mataderos certificados en el cumplimiento de lo establecido en el pliego de condiciones de la marca “Lechazo de la Meseta Castellano-leonesa”. Con esta decisión judicial, se ratifica un uso principal de la marca institucional, ya autorizado por la administración competente, que además se extiende a los operadores que no forman parte de la IGP, pero que comercializan el mismo tipo de producto: el lechazo.

g) excepcionalmente, con la finalidad de promocionar el conjunto o determinados tipos o categorías de productos agroalimentarios que utilicen la marca, podrá concederse, mediante Resolución del Director General del ITACyL, el uso de la

¹¹²¹ En este caso, el Letrado de la Administración de la Comunidad Autónoma de Castilla y León interpuso recurso de apelación contra el Auto del Juzgado de lo Contencioso-Administrativo nº 2 de Valladolid de fecha 17 de mayo de 2013 en el que se acordó, como medida cautelar, la suspensión de la citada resolución de 2012.

marca de garantía “Tierra de sabor” a otros colectivos: 1º) entidades que asocien a empresas agroalimentarias que elaboren o comercialicen productos que cumplan con lo establecido en el artículo 5 del reglamento de uso y realicen actividades de promoción de los productos acogidos a la misma; 2º) personas físicas o jurídicas titulares de establecimientos o servicios de restauración, que se provean regularmente con productos autorizados según el reglamento de uso y que acrediten el cumplimiento de las condiciones y requisitos mínimos de calidad establecidos en el Pliego de Condiciones específico que al efecto deberá aprobar el ITACyL y 3º) asociaciones u organizaciones que agrupen a empresarios o consumidores y aquellas otras entidades que, compartiendo los objetivos y valores de la marca, quieran utilizarla en campañas, actividades o proyectos de difusión y promoción de productos agroalimentarios de calidad de Castilla y León. Se trata sin duda de un uso complementario que puede tener un gran impacto en la difusión de la marca, lo que podría llevar a valorar si realmente éste, según lo previsto en el Reglamento, debería tener o no un carácter excepcional, puesto que tanto el movimiento asociativo gastronómico como los establecimientos de restauración pueden desarrollar un importante papel en el cumplimiento de los fines de la marca. Todo ello sin perjuicio de lo que se expone más adelante en relación con la marca “Restaurante de la Tierra – Tierra de Sabor Castilla y León”.

5. Obligaciones de los usuarios de la marca.

Los operadores agroalimentarios autorizados tienen que cumplir las obligaciones que enumera el artículo 8 del reglamento de uso, que son las siguientes:

1ª) obtener y poner en el mercado el producto terminado conforme al reglamento y/o normas que le correspondan;

2ª) utilizar de forma efectiva¹¹²² y visible la marca de garantía en todos los productos para los que su uso ha sido autorizado, y hacerlo además junto a la marca o marcas comerciales que consten en la autorización, con el carácter accesorio exigido;

3ª) facilitar al ITACyL o a las empresas o entidades designadas por el mismo las labores de control y seguimiento del uso de la marca según lo establecido en el artículo 9;

¹¹²² La utilización efectiva de la marca deberá realizarse en el plazo máximo de cinco meses contados desde el día siguiente al que se notifique la autorización. En caso contrario, se producirá la caducidad de la autorización.

4ª) estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, laborales y con la seguridad social, así como cumplir y mantener los requisitos y exigencias que la legislación vigente establezca para la producción, elaboración, transformación, distribución y/o venta al público de los productos autorizados¹¹²³;

5ª) usar el distintivo según lo establecido en el reglamento y en el manual de identidad y uso de la marca aprobado por el Director General del ITACyL;

6ª) comunicar anualmente al ITACyL los datos correspondientes al volumen de producto con autorización de uso comercializado, así como una estimación del valor económico del mismo y

7ª) comunicar al ITACyL cualquier modificación de las condiciones de inscripción y autorización y cualquier resolución dictada por los órganos que agoten la vía administrativa, de suspensión, sanción o anulación de derecho relacionado con la actividad agroalimentaria¹¹²⁴.

6. Control y seguimiento del uso de la marca.

En relación con el control y seguimiento del uso de la marca Tierra de Sabor, es importante señalar que la vigencia de la autorización de uso de la misma está supeditada a que se mantengan inalteradas las condiciones y el cumplimiento de los requisitos con arreglo a los cuales se concedió dicha autorización. De ahí que sea el ITACyL el encargado de supervisar el mantenimiento de las condiciones y el cumplimiento de los requisitos por cualquier medio, sistema o procedimiento que considere adecuado para tal fin.

Para que el ITACyL pueda llevar a cabo esta función de control y seguimiento del uso de la marca¹¹²⁵, según lo establecido en el artículo 9, los titulares de la autorización estarán obligados a facilitar el acceso a sus instalaciones y dependencias, así como a cualquier muestra, documentación e información que sea necesaria, al personal técnico del propio Instituto o de las empresas o entidades a las que la misma designe o contrate para dicha supervisión.

¹¹²³ En concreto, pero no exclusivamente, deberán cumplir de forma fiel y rigurosa la legislación sanitaria y medioambiental vigente, y deberán estar debidamente facultados para el legítimo ejercicio de la actividad que desarrollen mediante las licencias o autorizaciones de cualquier tipo que resulten exigibles.

¹¹²⁴ Debiendo producirse ambas comunicaciones, como máximo, en el plazo de diez días.

¹¹²⁵ Los organismos de control y las entidades autorizadas pueden consultarse en el siguiente enlace: <http://www.itacyl.es/calidad-diferenciada/control-oficial>

En cualquier caso, según el apartado c) del artículo 9, los operadores autorizados estarán sujetos, con respecto a los productos autorizados, a un Plan Anual de Control Específico que será aprobado por el Director General del ITACyL al objeto de verificar el cumplimiento de lo establecido en el reglamento.

La vigencia de la autorización, como establece el artículo 10, tiene carácter indefinido y se mantendrá vigente en el tiempo, siempre que tanto el operador agroalimentario titular de la autorización como los productos a los que se extienda mantengan inalteradas las condiciones y el cumplimiento de los requisitos con arreglo a los cuales se concedió dicha autorización o cualquiera de sus modificaciones. Especialmente, esta exigencia afecta al cumplimiento de las condiciones exigidas para el uso específico de la marca (art. 7.2 del reglamento).

Si se produce cualquier cambio en las condiciones requeridas para la autorización, éste deberá ser notificado al ITACyL en el plazo máximo de diez días hábiles, que podrá adoptar las medidas que considere oportunas, de acuerdo con la normativa vigente, a fin de garantizar en todo momento el cumplimiento de los requisitos establecidos para la autorización.

Si los operadores agroalimentarios hacen un uso inadecuado de la marca o incumplen los requisitos establecidos en el reglamento de uso, el ITACyL podrá revocar la autorización de uso de la marca cuando concurra cualquiera de las siguientes circunstancias que enumera el artículo 11:

a) cuando el uso que de la marca haga el titular de la autorización contraríe o exceda las condiciones establecidas en el reglamento de uso y en la propia autorización, o resulte un uso manifiestamente perjudicial para los fines para los que se concedió la autorización;

b) cuando el titular de la autorización o los productos a los que la misma se extienda incumplan los requisitos o se dejen de observar las condiciones que, con arreglo a lo dispuesto en el reglamento de uso, se tuvieron en cuenta para conceder la autorización o alguna de sus modificaciones y

c) cuando el titular incumpla cualquiera de las condiciones y obligaciones formales o sustanciales que le impone el reglamento de uso o la autorización concedida.

Los efectos de la revocación de la autorización son la inmediata extinción de la autorización del uso de la marca concedida y por tanto el operador agroalimentario deberá poner fin a cualquier forma de uso que de la marca esté haciendo [art. 11.1, letra b)] y además no podrá volver a utilizar ni a solicitar la autorización de uso de la marca y/o de la mención específica hasta pasados 12 meses desde la fecha de retirada de la misma [art. 11.1, letra c)].

El procedimiento¹¹²⁶ para llevar a cabo la revocación de la autorización de uso se inicia cuando a través de los procedimientos de control o seguimiento, o por cualquier otro medio, se ponga de manifiesto la posible concurrencia de alguna de las causas de revocación de la autorización.

En tal caso, el ITACyL comunicará dicha circunstancia al operador agroalimentario autorizado, haciéndole saber los hechos, omisiones o circunstancias cuya concurrencia sea constitutiva de causa de revocación de la autorización de uso de la marca, el medio por el que han llegado a su conocimiento y si pueden considerarse o no subsanables.

Con esta comunicación, el ITACyL pondrá a disposición del interesado, si los hubiera, los documentos o informes que acrediten la concurrencia de la causa de revocación, y concederá al interesado un plazo de diez días hábiles para formular las alegaciones y aportar los documentos que juzgue convenientes para la mejor defensa de sus intereses.

A la vista de todo ello, la persona titular de la Dirección General del ITACyL dictará una resolución motivada que podrá consistir en:

a) el archivo del expediente en caso de que no concurren los hechos, omisiones o circunstancias que fueron inicialmente considerados o, aun concurriendo, que no sean constitutivos de causa de revocación de la autorización;

b) si los hechos, omisiones o circunstancias que fueron inicialmente considerados son constitutivos de causa de revocación de la autorización pero

¹¹²⁶ Este procedimiento también se instruirá en el caso de que desaparezca el supuesto de hecho habilitante para el uso de alguna de las menciones específicas previstas en el artículo 7.2.

subsanales, la resolución establecerá un plazo mínimo de diez días hábiles y máximo de dos meses para subsanar el incumplimiento que concurra¹¹²⁷ y

c) la revocación de la autorización de uso de la marca si transcurre el anterior plazo concedido sin que se haya subsanado el incumplimiento, o los hechos, omisiones o circunstancias que concurran sean insubsanales y constitutivos de causa de revocación de la autorización.

D) El grupo de marcas “Tierra de Sabor”¹¹²⁸.

1. Los “sabores” de la marca.

“Tierra de Sabor”, además de estar registrada como marca de garantía como hemos visto anteriormente, está registrada por el ITACyL como marca individual para identificar otros productos y servicios o actividades desarrollados en la Comunidad de Castilla y León.

En la “Feria Alimentaria 2018” la Consejera de Agricultura y Ganadería presentó los resultados del informe¹¹²⁹ de la línea estratégica “+Sabor”. Esta estrategia tenía como objetivo posicionar, aún más a nivel nacional y especialmente internacional, los productos amparados bajo la marca “Tierra de Sabor”, así como conquistar nuevos mercados y nichos de clientes que apuestan cada día más por la calidad y la diferenciación de los productos.

Para ello, la estrategia incluía, como una de sus medidas más visibles, la división de los productos de Tierra de Sabor en seis categorías comerciales, que podían complementarse entre sí, así como la creación del lema “De una marca conocida a una marca querida”¹¹³⁰.

¹¹²⁷ Si el titular de la autorización acredita la efectiva subsanación del incumplimiento detectado en el plazo establecido, se dictará una nueva resolución en la que conste dicha subsanación y declarará el mantenimiento de la vigencia de la autorización.

¹¹²⁸ Las marcas registradas con la denominación “Tierra de sabor” pueden consultarse en la web <http://www.tierradesabor.es/> y sus guías de identidad corporativa en el siguiente enlace: <http://www.tierradesabor.es/reglamento>.

¹¹²⁹ El informe se puede consultar en el siguiente enlace: <https://agriculturaganaderia.jcyl.es/web/jcyl/AgriculturaGanaderia/es/Plantilla100Detalle/1246464862173/Noticia/1284797874420/Comunicacion>

¹¹³⁰ Este lema aparece en la página principal de la web “Tierra de sabor”: <http://www.tierradesabor.es/>

Esta división viene recogida en las condiciones específicas de uso de la marca del artículo 7.2 del reglamento de uso¹¹³¹. Según este artículo, la marca “Tierra de Sabor” podrá hacer referencia a determinadas cualidades de productos o de los operadores acogidos a la marca de garantía mediante la inclusión de la correspondiente mención en los siguientes supuestos:

- a) Sabor Artesano: para identificar productos artesanales regulados según la normativa vigente¹¹³². La marca “Tierra de Sabor Sabor Artesano”¹¹³³ está registrada por el ITACyL en la OEPM como marca individual de tipo mixto.



Figura 108. Distintivo registrado en la OEPM.

- b) Sabor Ecológico: aplicable a aquellos productos cuyos métodos de producción sean ecológicos según la normativa vigente. El ITACyL registró en la OEPM la marca individual de tipo mixto “Tierra de Sabor Sabor Ecológico”¹¹³⁴.

¹¹³¹ Previa solicitud del interesado y autorización mediante resolución del Director General del ITACyL.

¹¹³² Ver el Decreto 53/2007, de 24 de mayo, que regula la Artesanía Alimentaria en la Comunidad de Castilla y León y la Orden AYG/654/2008, de 18 de abril, por la que se desarrolla el anterior Decreto.

¹¹³³ Registrada con el número M3610576 para los productos de las clases 16 (Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar; caracteres de imprenta; clichés de imprenta), 29 (Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles), 30 (Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo), 31 (Productos agrícolas, hortícolas y forestales; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; plantas y flores naturales; animales vivos; alimentos para animales; malta), 32 (Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas) y 33 (Bebidas alcohólicas, excepto cervezas), siempre y cuando hayan sido producidos de forma artesana según la legislación vigente y los servicios de las clases 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina) y 41 (Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales).

¹¹³⁴ Registrada con el número M3610584 para los productos de las clases 16 (Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos



Figura 109. Distintivo registrado en la OEPM.

- c) Sabor Social: esta marca podrán utilizarla los operadores inscritos en el Registro al que se refiere el artículo 12 del Reglamento que hayan suscrito un convenio de colaboración en materia social con entidades inscritas en el Registro de entidades, servicios y centros de carácter social de Castilla y León¹¹³⁵. La marca individual de tipo mixto “Tierra de Sabor Sabor Social” fue registrada por el ITACyL en la OEPM¹¹³⁶.

(pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar; caracteres de imprenta; clichés de imprenta), 29 (Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles), 30 (Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo), 31 (Granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; plantas y flores naturales; animales vivos; alimentos para animales; malta), 32 (Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas) y 33 (Bebidas alcohólicas excepto cervezas) y los servicios de las clases 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina) y 41 (Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales) siempre y cuando sus métodos de producción o prestación de los servicios sean ecológicos y respetuosos con el medio ambiente

¹¹³⁵ Este registro está regulado en el Decreto 109/1993, de 20 de mayo, que regula la autorización, acreditación y registro de las entidades, servicios y centros de carácter social en Castilla y León.

¹¹³⁶ Registrada con el número M3610598 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar; caracteres de imprenta; clichés de imprenta), 29 (Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles), 30 (Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo), 31 (Productos agrícolas, hortícolas y forestales;; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; plantas y flores naturales; animales vivos; alimentos para animales; malta), 32 (Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas), 33 (bebidas alcohólicas, excepto cervezas), 35 (publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina) y 41 (Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales).



Figura 110. Distintivo registrado en la OEPM.

- d) Sabor Saludable: para productos que incluyan en su etiquetado declaraciones de propiedades saludables de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento (CE) 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos y cumplan con las declaraciones nutricionales que se establezcan mediante Resolución Director General del ITACyL¹¹³⁷. El ITACyL es titular en la OEPM de la marca individual de tipo mixto “Tierra de Sabor Sabor Saludable”¹¹³⁸.

¹¹³⁷ La Resolución de fecha 4 de julio de 2017 de la Directora General del Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León por la que se aprueba las declaraciones nutricionales que ha de cumplir un producto que solicite la mención sabor saludable y el contenido mínimo de la memoria que debe acompañar a la solicitud de autorización, establece como requisito que deben de cumplir los productos para solicitar la marca de garantía Tierra de Sabor- Sabor Saludable el cumplimiento de las declaraciones nutricionales bajo contenido de grasas saturadas o alto contenido de grasas mono insaturadas detalladas en el Anexo I de la Resolución.

¹¹³⁸ Registrada con el número M3610595 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar; caracteres de imprenta; clichés de imprenta), 29 (Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles), 30 (Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo), 31 (Productos agrícolas, hortícolas y forestales; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; plantas y flores naturales; animales vivos; alimentos para animales; malta), 32 (Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas), 33 (Bebidas alcohólicas, excepto cervezas), 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina), 41 (Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales).



Figura 111. Distintivo registrado en la OEPM.

- e) Sabor Gourmet: para productos que posean un elevado prestigio o una calidad reconocida en base a unas características específicas y cuya adhesión será determinada por un grupo de expertos seleccionados de entre aquellos que conforman la Mesa del Sabor. La marca individual de tipo mixto “Tierra de Sabor Sabor Gourmet” está registrada por el ITACyL en la OEPM¹¹³⁹.



Figura 112. Distintivo registrado en la OEPM.

¹¹³⁹ Registrada con el número M3610590 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar; caracteres de imprenta; clichés de imprenta), 29 (Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles), 30 (Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo), 31 (Se excluyen los alimentos para animales y por tanto se solicitó para productos agrícolas, hortícolas y forestales; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; plantas y flores naturales; animales vivos; malta), 32 (Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas), 33 (Bebidas alcohólicas, excepto cervezas), 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina), 41 (Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales).

2. Otras marcas asociadas.

a) Heart of Spain.

El distintivo de la marca de garantía “Tierra de Sabor” podrá ir acompañado de la leyenda “Heart of Spain” en el caso de que los productos amparados se comercialicen en mercados internacionales y así se acredite documentalmente.

Para ello, el Director General del ITACyL a través de la Resolución de 20 de noviembre de 2017¹¹⁴⁰ aprobó el pliego de condiciones específico que deber acompañar a la solicitud de autorización del uso de la marca “Tierra de Sabor” presentada por personas físicas o jurídicas titulares de establecimientos o servicios de restauración, que se provean regularmente con productos autorizados al amparo del reglamento de uso de la marca de garantía “Tierra de Sabor” en vigor.

¹¹⁴⁰ La resolución puede consultarse en el siguiente enlace:
http://www.tierradesabor.es/heart_of_spain

Para actuar en los mercados internacionales el ITACyL registró las marcas individuales de tipo mixto “Tierra de Sabor Heart of Spain”¹¹⁴¹ y “Tierra de Sabor. Heart of Spain. Castilla y León”¹¹⁴² en la OEPM y en la EUIPO.

¹¹⁴¹ Registrada en la OEPM con el número M3515130 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel, cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés de imprenta), 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina), 41 (Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales), 42 (Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigaciones industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software), 43 (Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal). Este distintivo también está registrado en la EUIPO con los números 013003355 para los productos y servicios de las clases 16 (Material impreso; papel y cartón), 29 (Aceites y grasas comestibles; Carnes; Frutos, hongos y verduras procesadas (incluyendo frutos secos y legumbres); Huevos y ovoproductos; Pescados, mariscos y moluscos; Productos lácteos y sustitutivos de la leche), 30 (Azúcar, edulcorantes naturales, productos dulces de cobertura y relleno y productos de apicultura; Café, té, cacao y sucedáneos de los mismos; Granos preparados, almidones y productos fabricados con los mismos, productos para panadería y levaduras; Hielo, helados, yogures helados y sorbetes; Productos de panadería, pastelería, chocolates y postres), 31 (Alimentos y piensos para animales; Animales vivos, organismos para la cría; Cultivos agrícolas e hidropónicos, productos hortícolas y forestales), 32 (Bebidas no alcohólicas; Cervezas y sus derivados), 33 (Bebidas alcohólicas, excepto cervezas), 35 (Negocios comerciales y servicios de información al consumidor; Servicios de asistencia, dirección y administración de negocios; Servicios de información, investigación y análisis de negocios), 41 (Educación, entretenimiento y actividades deportivas; Servicios de publicaciones y reportajes), 42 (Pruebas, autenticaciones y control de calidad; Servicios científicos y tecnológicos) y 43 (Alquiler de mobiliario y menaje; Provisión de alimentos y bebidas) y con el número 016865371 con otro logotipo diferente al anterior ya que incluye la bandera de España para los productos de las clases 29 (Aceites y grasas comestibles; Carnes; Frutos, hongos y verduras procesadas (incluyendo frutos secos y legumbres); Huevos y ovoproductos; Pescados, mariscos y moluscos [no vivos]; Productos lácteos y sustitutivos de la leche) y 33 (Bebidas alcohólicas, excepto cervezas).

¹¹⁴² Registrada en la OEPM con el número M3610705 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar; caracteres de imprenta; clichés de imprenta), 29 (Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles), 30 (Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo), 31 (Productos agrícolas, hortícolas y forestales;; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; plantas y flores naturales; animales vivos; alimentos para animales; malta), 32 (Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas), 33 (Bebidas alcohólicas, excepto cervezas), 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina) y 41 (Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales) y en la EUIPO con el número 016525594 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel y cartón; Material impreso), 29 (Lechazo conforme con el pliego de condiciones de la indicación geográfica protegida lechazo de Castilla y León; Huevos y ovoproductos; Aceites y grasas comestibles; Pescados, mariscos y moluscos [no vivos]; Frutos, hongos y verduras procesadas (incluyendo frutos secos y legumbres); Productos lácteos y sustitutivos de la leche), 30 (Azúcar, edulcorantes naturales, productos dulces de cobertura y relleno y productos de apicultura; Café, té, cacao y sucedáneos de los mismos; Barritas de cereales y barritas energéticas; Pan; Pastas, pasteles, tartas y galletas; Alimentos a base de cacao; Caramelos, golosinas y chicles; Granos preparados, almidones y productos fabricados con los mismos, productos para panadería y levaduras; Hielo, helados, yogures helados y sorbetes; Alimentos que contienen chocolate [como ingrediente principal];



Figura 113. Distintivo registrado en la OEPM y en la EUIPO.



Figura 114. Distintivo registrado en la EUIPO.



Figura 115. Distintivo registrado en la OEPM y en la EUIPO.

Alimentos que contienen coco [como ingrediente principal]; Almendras cubiertas con chocolate; Aperitivos que consisten principalmente en confitería; Aromatizantes de chocolate; Artículos de confitería cubiertos con chocolate; Bollería; Bollos con frutas; Bollos de mermelada; Bombones; Bombones de licor; Buñuelos de manzana; Canapés), 31 (Alimentos y piensos para animales; Animales vivos, organismos para la cría; Cultivos agrícolas e hidropónicos, productos hortícolas y forestales), 32 (Bebidas no alcohólicas; Cervezas y sus derivados), 33 (Vinos, conforme con el pliego de condiciones de la denominación de origen protegida de vinos de la Tierra de Castilla y León), 35 (Servicios de asistencia, dirección y administración de negocios; Servicios de información, investigación y análisis de negocios; Servicios promocionales, de marketing y publicidad; Información y asesoramiento comerciales al consumidor; Información acerca de métodos de venta), 41 (Servicios de educación, entretenimiento y de actividades deportivas; Servicios de publicaciones y reportajes; Educación, entretenimiento y actividades deportivas), 42 (Servicios de tecnologías de la información; Servicios de diseño; Servicios científicos y tecnológicos; Pruebas, autenticaciones y control de calidad) y 43 (Alquiler de mobiliario y menaje; Provisión de alimentos y bebidas). Esta marca también está registrada en Perú (con el número de registro P00275002 para los productos de la clase 29 (Carnes; aceites y grasas comestibles; frutos, hongos y verduras procesadas (incluyendo frutos secos y legumbres); productos lácteos y sustitutos de la leche] y en Estados Unidos (números de solicitud 87679766 y 87982111 pero ambos registros se encuentran cancelados desde el 2 de noviembre de 2020 y el 20 de octubre de 2020 respectivamente).

b) Restaurante de la Tierra – Tierra de Sabor Castilla y León.

La marca “Restaurante de la Tierra – Tierra de Sabor Castilla y León”¹¹⁴³ fue registrada por el ITACyL como marca individual de tipo mixto en la OEPM. Posteriormente se creó la marca “Restaurante de la Tierra – Tierra de Sabor Castilla y León – Castilla y León es vida” fruto de la colaboración entre el ITACyL que es titular de la marca “Restaurante de la tierra- Tierra de Sabor Castilla y León” y la Fundación Siglo que es titular de la marca “Castilla y León es vida”¹¹⁴⁴ para el desarrollo, difusión y promoción del uso de la marca “Restaurante de la Tierra- Tierra de Sabor Castilla y León”.

Esta difusión se realiza a través de la imagen gráfica integradora que dichas entidades han establecido de mutuo acuerdo con el fin de promover su uso entre los restaurantes y distinguir en el mercado, garantizando su calidad, los restaurantes que se provean regularmente con productos autorizados por la marca de garantía “Tierra de

¹¹⁴³ Registrada con el número M2986369 para los servicios o actividades de las clases 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial), 41 (Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales) y 43 (Servicios de restauración (alimentación)).

¹¹⁴⁴ La marca “Castilla y León es vida” está registrada en la EUIPO con un logotipo diferente al que aparece junto con la marca “Restaurante de la Tierra – Tierra de Sabor Castilla y León” con el número de solicitud 0009094608 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés), 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina) y 41 (Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales) y con el número 010455681 que es el logotipo utilizado para la fusión con la marca “Restaurante de la Tierra – Tierra de Sabor Castilla y León” registrada para los productos y servicios de las clases 16 (Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; Imprenta (clichés de imprenta)], 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina), 41 (Educación; formación; Actuaciones en directo para esparcimiento; Difusión de material de esparcimiento; Dirección de exposiciones con fines de esparcimiento; Esparcimiento, actividades deportivas y culturales). Por último, su versión en inglés “Castilla y León the real life” está registrada con el número 009096272 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés) 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina) y 41 Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales).

Sabor” y que acrediten el cumplimiento de las condiciones y requisitos mínimos establecidos en su Manual de uso¹¹⁴⁵.

Para acceder al uso de la marca, los restaurantes tienen que reunir las condiciones imprescindibles de acceso recogidas en el manual de uso y como mínimo el 60% de la puntuación que supondría cumplir todos los requisitos y condiciones valorables establecidos en el Anexo I¹¹⁴⁶ de forma óptima.

Las condiciones imprescindibles de acceso que recoge el manual de uso de la marca para los establecimientos que soliciten la autorización de uso consisten en que éstos estén inscritos en los registros correspondientes y cumplir los requisitos establecidos en la normativa que resulte de aplicación a la persona física o jurídica, al establecimiento y actividad.

Si los restaurantes se encuentran en Castilla y León deberán cumplir lo establecido en la Ley 14/2010, de 9 de diciembre, de Turismo de Castilla y León, estar clasificados como restaurante y cumplir el resto de la normativa que les sea de aplicación.

También podrán obtener la autorización de uso de la marca los establecimientos situados fuera de la Comunidad de Castilla y León pero deberán acreditar el cumplimiento de la normativa aplicable en cada caso, así como la certificación de la categoría de los mismos y sus características de acuerdo con dicha normativa, pudiendo los titulares de la marca establecer requisitos específicos en los ámbitos nacional e internacional.

Otra condición imprescindible de acceso para obtener la autorización de uso de la marca es que el establecimiento ponga a disposición del cliente al menos un menú y/o menú degustación “Tierra de Sabor” y presentar en Carta, que deberá estar en castellano y traducida al menos al inglés, un mínimo de una alternativa “Tierra de Sabor” por categoría (entrante y/o primer plato, segundo plato, pan, postre y bebida) conforme al Anexo II.

¹¹⁴⁵ El manual de uso de imagen para la promoción de la marca “Restaurantes de la tierra - Tierra de sabor Castilla y León” puede consultarse en el siguiente enlace: http://www.tierradesabor.es/restaurantes_tierra

¹¹⁴⁶ Los parámetros valorables establecidos en el Anexo I están divididos en dos grupos: los parámetros generales que hacen referencia a la Carta (vinos, gastronomía, recetarios), al establecimiento (comedores, terrazas, barreras arquitectónicas, jardines), al personal (idiomas, cursos, congresos), otras acciones (jornadas gastronómicas, calidad, cuestionarios de satisfacción) y promoción (página web, artículos, redes sociales), y los parámetros específicos para experto o técnico en gastronomía que hacen referencia a la calidad de la materia prima, de los platos, del servicio y del entorno.

Otros requisitos indispensables del establecimiento para poder obtener la autorización de uso de la marca son que no podrá permanecer cerrado por descanso del personal o por otras razones organizativas más de 2 días a la semana y 1 mes al año y estos no podrán coincidir con fines de semana ni puentes, deberá reunir condiciones que garanticen la tranquilidad y el sosiego de los comensales dentro del establecimiento y en la medida de lo posible en su entorno inmediato, los solicitantes deberán acreditar una antigüedad mínima de cuatro años de experiencia como titulares de restaurantes, y el establecimiento para el que se solicita el uso de la imagen gráfica debe contar con un mínimo de dos años de funcionamiento inmediatamente anteriores a la solicitud de autorización y bajo la misma titularidad.

Por último, el restaurante deberá contar con servicio de sumiller titulado o un encargado de bodega y experto en el servicio del vino con experiencia mínima de tres años en el puesto y el establecimiento no podrá exhibir marcas, menciones o referencias que puedan suponer la promoción de recursos agroalimentarios gastronómicos o turísticos distintos de los de Castilla y León.



Figura 116. Distintivo registrado en la OEPM.



Figura 117. Distintivo registrado en la EUIPO.



Figura 118. Distintivo integrador de ambas marcas que se utiliza en el manual de uso.

c) **Tierra de Sabor Club Selección.**

Esta marca tiene como finalidad acercar al consumidor productos de calidad de Castilla y León autorizados por Tierra de Sabor y promocionarlos en establecimientos de comercio y hostelería que acrediten el cumplimiento de las condiciones y requisitos mínimos establecidos en su Manual de Procedimiento de Uso¹¹⁴⁷.

Para obtener la autorización de uso, como principales requisitos establecidos en el manual de procedimiento para el uso de la marca “Tierra de Sabor – Club Selección”, son que los establecimientos de venta autorizados deberán estar ubicados en capitales de provincia o municipios con una población igual o superior a cincuenta mil habitantes y situados en lugares céntricos, de intenso tráfico de personas o centros comerciales¹¹⁴⁸.

En el caso de los canales de comercio online, el dominio que se utilizará para el establecimiento será de titularidad y proporcionado por el ITACyL hasta la finalización de la vigencia de la autorización de uso y la infraestructura tecnológica deberá funcionar correctamente en los principales navegadores presentando una total adaptación a dispositivos móviles, tabletas y ordenadores de sobremesa.

La marca está registrada por el ITACyL en la OEPM como marca individual de tipo mixto¹¹⁴⁹.

¹¹⁴⁷ El Manual de uso puede ser consultado en el siguiente enlace: <http://www.tierradesabor.es/clubseleccion>

¹¹⁴⁸ Previa autorización del ITACyL y de forma excepcional, podrá autorizarse la apertura de locales fuera de estos supuestos. Aunque con carácter general no podrán realizarse aperturas de nuevos establecimientos a menos de 2 km de otros que ya tengan autorización, esta distancia podrá reducirse siempre que se acredite la concurrencia de determinadas circunstancias que hagan viable el proyecto, aunque si el establecimiento autorizado está especializado en un solo producto amparado por la marca, no existirá ningún condicionante de distancia para la apertura de otro establecimiento.

¹¹⁴⁹ Registrada con el número M3032449 para los productos y servicios de las clases 16 (Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso



Figura 119. Distintivo registrado en la OEPM.

d) Tierra de Sabor Dieta Mediterránea.

Esta marca es un distintivo específico para aquellos productos adheridos a la marca “Tierra de Sabor” que, a su vez, cumplan los requisitos de la Dieta Mediterránea.

La marca se creó tras el acuerdo de colaboración alcanzado entre la Junta de Castilla y León y la Fundación Científica Caja Rural (FCCR) de Soria¹¹⁵⁰ para la promoción alimentaria y cultural con el objetivo de consolidar la imagen y el posicionamiento de Soria y de Castilla y León como referente de alimentos saludables y de calidad.

La marca está registrada por el ITACyL en la OEPM como marca individual de tipo denominativa¹¹⁵¹.

TIERRA DE SABOR DIETA MEDITERRANEA

Figura 120. Marca de tipo denominativo registrada en la OEPM

doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés de imprenta), 35 (Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina) y 43 (Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal).

¹¹⁵⁰ Esta fundación representa en España los programas de la UNESCO de la Dieta mediterránea como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

¹¹⁵¹ Registrada con el número M3563304 para los productos de las clases 29 (Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles), 30 (Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo), 31 (Granos y productos agrícolas y forestales, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; semillas; plantas y flores naturales; alimentos para animales; malta), 32 (Cervezas; aguas minerales y gaseosas, y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas) y 33 (Bebidas alcohólicas excepto cervezas).

CAPÍTULO QUINTO

RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA DE ÁMBITO AUTONÓMICO

I. CONSIDERACIONES SOBRE SU REGISTRO COMO MARCA.

A) La protección como marca de los distintivos de calidad alimentaria autonómicos.

La marca es un signo relacionado con unos determinados productos o servicios dentro del mercado a los que distingue e identifica.

El derecho de exclusiva sobre la marca recae sobre el producto o servicio concreto que es el que la marca distingue, pero como consecuencia del principio de especialidad es posible la coexistencia legal en el tráfico mercantil o en el registro de signos idénticos que pertenezcan a titulares distintos siempre y cuando los productos o servicios que distingan sean diferentes y no sean susceptibles de confusión.

En relación al concepto legal de marca recogido en el artículo 4 LM, es importante señalar dos aspectos:

- La eliminación del requisito de la representación gráfica del signo establecida en el artículo 3. b) de la Directiva (UE) 2015/2436 del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de diciembre de 2015 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas. Esto hace posible que pueda registrarse como marca cualquier signo que pueda ser representado de tal manera que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto preciso de la protección otorgada al titular de la marca.

Así pues, cualquier signo que quiera registrarse como marca deberá ser examinado individualizadamente si puede registrarse pero teniendo en cuenta la tecnología disponible en cada momento para poder representar el signo y cumpliendo los criterios de representación establecidos por la jurisprudencia del TJUE a través de la doctrina “Sieckmann” según la cual la representación del signo debe ser clara, precisa, autosuficiente, fácilmente accesible, inteligible, duradera y objetiva.

- El carácter distintivo o el requisito de la distintividad del signo que hace referencia a que el signo en sí mismo considerado tiene que tener una estructura apta para

individualizar los productos y servicios de otros y además no puede ser el nombre del producto o servicio al que se aplica, ni una denominación que describa a alguna de sus características o que se haya convertido en la que habitualmente se emplea para designarlos.

Por tanto, con la creación de las marcas de calidad de titularidad autonómica se distinguen en el mercado los productos que, producidos, elaborados o transformados en su ámbito territorial, reúnen las condiciones y cumplen los requisitos de calidad que se especifican en su Reglamento de uso, certificando dicho cumplimiento y permitiendo a los consumidores identificar dichos productos, garantizando la calidad diferenciada de los mismos.

En relación a las funciones que desempeñan las marcas en el tráfico económico, según las distintas clasificaciones que hay, las marcas cumplen como principales funciones las siguientes:

- Función indicadora del origen empresarial, función que se encuentra recogida en la propia definición legal de marca recogida en el artículo 4. a) LM cuando establece que la marca tiene que ser un signo apropiado para distinguir los productos y servicios de una empresa de los de otras.

- Función de garantía o indicadora de calidad, según la cual el titular de la marca avala que los productos o servicios que ofrece poseen un determinado estándar de calidad. Esta función tiene especial relevancia en las marcas de garantía ya que garantiza a los consumidores que los productos o servicios que identifican presentan unas determinadas características.

- Función condensadora del *goodwill*, que es la buena reputación que tienen los productos o servicios diferenciados a través de una marca.

- Función publicitaria, integrada por las funciones informativa, ya que la marca indica la procedencia empresarial y la calidad del producto o servicio, y persuasiva porque induce a los consumidores a adquirir ese producto o servicio.

Estas funciones también se dan en las marcas de calidad alimentarias de ámbito autonómico y teniendo en cuenta la función principal que quieren que desempeñe en el mercado, la Comunidad autónoma deberá de optar por un tipo de marca u otro.

En cuanto a la tipología de marcas existentes, en relación a las marcas de calidad alimentaria hay que indicar que la clasificación que más se ajusta a ellas es la que hace referencia a las marcas de carácter colectivo, ya que las marcas de calidad alimentaria son marcas que van a ser usadas por una pluralidad de personas y en función de la finalidad que persiga, la marca podrá registrarse como marca colectiva o como marca de garantía.

En la marca colectiva, su principal función es la indicar la procedencia u origen empresarial de los productos o servicios que identifica, haciéndola de manera distinta a como se produce en las marcas individuales, ya que la marca colectiva no designa a un empresario en cuanto a tal sino en su condición de miembro de una asociación que distingue sus productos o servicios de otras empresas.

Sin embargo, la principal función de la marca de garantía es garantizar un cierto nivel de calidad en los productos o servicios identificados con la marca a pesar de tener orígenes empresariales distintos.

La mayoría de las marcas de calidad alimentaria de titularidad autonómica han sido registradas como marcas de garantía en la OEPM, aunque las marcas “Calidad Certificada” y “Marca Q” están registradas como marcas de tipo individual en la EUIPO.

Respecto a la denominación de las marcas de calidad alimentaria de ámbito autonómico, en un primer momento, las Comunidades Autónomas las crearon vinculando el producto por ellas amparado con el origen geográfico del mismo. Como ejemplos podemos citar las marcas de calidad institucionales “Alimentos de Andalucía” o “Alimentos Tradicionales de Castilla y León”.

Pero desde la aprobación de la normativa comunitaria que reforzó la protección de los nombres geográficos de las DOP e IGP, la mayoría de estas marcas de calidad fueron derogadas por las propias Comunidades Autónomas y las sustituyeron por otras marcas en las que ya no se hacía referencia al origen geográfico. En el caso de los ejemplos anteriormente citados, la marca “Alimentos de Andalucía” se sustituyó por “Calidad Certificada” y la marca “Alimentos Tradicionales de Castilla y León” por “Tierra de Sabor”.

Con esta nueva regulación europea se pretendía que el origen geográfico se reservara sólo para los distintivos europeos de calidad agroalimentaria y se establecieron

unas reglas básicas, la prevalencia de las DOP e IGP frente a las marcas registradas con posterioridad y la coexistencia de las marcas con las DOP e IGP que se hubiesen registrado con posterioridad, para subsanar los conflictos que pudieran surgir entre las indicaciones geográficas y las marcas.

Las marcas de calidad de titularidad pública autonómica que hacen referencia al origen geográfico han sido registradas como marcas de garantía nacionales acordes con la regulación nacional que permite, según la remisión que hace el artículo 68.3 LM al artículo 62.3 LM, registrar como marca de garantía los signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para señalar la procedencia geográfica de los productos o servicios que amparan.

Es importante señalar que a diferencia de lo que sucede con las marcas de garantía nacionales en las que sí se permite que éstas en su denominación hagan referencia al origen geográfico, en las marcas de certificación de la Unión, que son el equivalente a las marcas de garantía nacionales, se excluye expresamente la procedencia geográfica de la denominación del signo (art. 83 RMUE).

Por tanto, en el mercado coexisten marcas de garantía nacionales en las que su denominación hace referencia al origen geográfico y nombres geográficos protegidos como DOP o IGP, lo cual puede causar confusión en el consumidor ya que ante un producto identificado con una marca que hace referencia al origen geográfico el consumidor puede tener dudas de si está ante una marca de calidad de titularidad pública autonómica o ante un producto cuya denominación geográfica está protegida como DOP o IGP.

Aunque esta protección reforzada de los nombres geográficos en favor de las DOP e IGP tiene su origen en la normativa comunitaria aprobada en 1992, actualmente dicha protección sigue vigente en el Reglamento 1151/2012 que es el encargado de regular los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.

Siendo esto así, nos encontramos en la actualidad marcas de calidad de titularidad pública autonómica vigentes que siguen haciendo referencia al origen geográfico, como por ejemplo las marcas “Alimentos de Cantabria”, “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada” o “Calidad Agroalimentaria – Control Región de Murcia”. Este hecho

resulta extraño porque estas marcas estarían infringiendo la protección reforzada que el Reglamento 1151/2012 le otorga a los nombres geográficos de las DOP e IGP.

B) Adecuación del régimen jurídico de las marcas de carácter colectivo a la finalidad de los distintivos de calidad autonómicos.

La mayoría de las marcas de calidad alimentaria de ámbito autonómico han sido registradas como marcas de garantía. Teniendo en cuenta que la función principal de la marca de garantía es la de garantizar la calidad de los productos o servicios que identifica, estas marcas de calidad de titularidad pública estarían garantizando la calidad de los productos que ampara.

Como hay dos marcas de calidad institucionales (Calidad Certificada y marca Q) que han sido registradas como marcas individuales, podemos establecer una clasificación de las marcas de calidad institucionales basada en aquellas marcas que garantizan la calidad de los productos y aquellas otras que no garantizan la calidad porque se han registrado como marcas de tipo individual.

De entre todas las marcas de calidad alimentaria de titularidad pública registradas como marca de garantía merece especial atención la marca “C’alial”, ya que es la única que realmente actúa en el tráfico mercantil como marca de garantía porque para evitar crear confusión entre los consumidores, tanto en la parte expositiva de la Orden de 25 de julio de 2007, del Departamento de Agricultura y Alimentación por la que se establece el sistema de gestión, uso y control de la marca “C’alial” en alimentos de calidad diferenciada, como en el reglamento de uso (Quinto.2) prohíbe expresamente el uso de esta marca para aquellos productos que ya estén identificados con otra marca de calidad alimentaria.

El resto de marcas de calidad alimentaria de titularidad pública (a excepción de las dos marcas de calidad registradas como marcas individuales) aunque se registraron como marcas de garantía no cumplen estrictamente una función de garantía sino que la función que desempeñan en el mercado es una función promocional.

Un claro ejemplo de ello es la marca “Galicia Calidade” que se ha registrado no sólo para productos agroalimentarios sino para otros productos y también para servicios con la finalidad de promocionar la Comunidad autónoma de Galicia en su conjunto

Estas marcas de garantía actúan como marcas promocionales porque amparan a productos ya reconocidos por otros distintivos de calidad como son productos reconocidos como DOP o IGP.

Teniendo en cuenta la tipología de marcas de calidad alimentaria de titularidad pública, que están registradas como marcas individuales o de garantía, es necesario hacer las siguientes consideraciones:

- El distintivo va a ser utilizado por una pluralidad de personas.
- Cual va a ser la función principal que la marca alimentaria va a desarrollar en el tráfico mercantil.
- El ámbito de protección territorial de protección de la marca.
- El contenido del reglamento de uso y la necesidad de ser informado favorablemente por el órgano administrativo competente en el caso de las marcas de garantía.

En función de las consideraciones anteriores hay que indicar que aunque la marca de calidad alimentaria puede registrarse como marca de tipo individual y que el uso por una pluralidad de personas puede hacerse a través del uso de licencias no exclusivas reguladas en el artículo 48 LM a los operadores que lo soliciten, al ser marcas que van a ser utilizadas por una pluralidad de personas lo más correcto es solicitar una marca de carácter colectivo.

También hay que tener en cuenta que en el ámbito europeo existe la posibilidad de solicitar el signo como marca de carácter colectivo o bien como marca colectiva de la Unión o como marca de certificación de la Unión.

Teniendo en cuenta cual va a ser la principal función de la marca, si queremos que la marca tenga una función certificadora o garantizadora de la calidad de los productos que ampara, debe solicitarse una marca de garantía o marca de certificación de la Unión.

Pero si por el contrario queremos utilizar la marca de calidad alimentaria con una función predominantemente promocional, lo más correcto sería solicitar una marca colectiva o una marca colectiva de la Unión.

En relación al ámbito territorial de protección de la marca podemos establecer una triple tipología basada en las marcas de calidad registradas sólo a nivel comunitario en la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO)¹¹⁵², las registradas sólo a nivel nacional en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y aquellas otras que están registradas tanto a nivel nacional como comunitario como es el caso de la marca “Galicia Calidade”.

Este aspecto resulta importante ya que el registro y las posteriores renovaciones de una marca a nivel europeo son mucho más costosas que a nivel nacional, por eso las Comunidades autónomas, antes de registrar una marca deben tener claro si quieren protegerla a nivel nacional o comunitario. El registro de la misma marca a nivel nacional y comunitario no es necesario ya que el registro de la marca a nivel comunitario también protegería la marca a nivel nacional.

Para delimitar el ámbito territorial de protección de la marca, la Comunidad autónoma debe tener en cuenta la variedad de productos que ampara y el volumen de la producción de los mismos para saber si esos productos pueden acceder al mercado nacional o al mercado comunitario. En función de estos parámetros, hay que decidir si la marca se registra sólo en el ámbito nacional o por el contrario en el espacio comunitario.

En relación al reglamento de uso que se exige para la solicitud de una marca colectiva o de garantía, aunque el contenido de los mismos es similar, una de las principales diferencias es que el reglamento de uso que regula la marca de garantía necesita ser informado favorablemente por el órgano administrativo competente mientras que el de la marca colectiva no necesita dicho informe. Este aspecto es importante ya que si la marca de calidad alimentaria va a desempeñar una función promocional en el mercado la tramitación como marca colectiva será más rápida al no necesitar el informe favorable del órgano administrativo competente.

Para que la marca de garantía cumpla su función principal, los reglamentos de uso de las marcas de garantía deberían incluir la prohibición de uso de la marca en productos ya identificados con otros distintivos de calidad como sucede en el reglamento de uso de la marca “C’alial”.

¹¹⁵² Las únicas marcas de calidad alimentarias institucionales registradas sólo en la EUIPO y además como marcas de tipo individual son las marcas “Calidad Certificada” y marca “Q”.

Como ejemplo de marca promocional podemos citar la marca “Alimentos de Extremadura” creada en la Comunidad Autónoma de Extremadura por el Decreto 3/2020, de 12 de febrero, por el que se establecen las condiciones de uso de las marcas promocionales de titularidad de la Junta de Extremadura y se establecen las condiciones mínimas de los Reglamentos de uso.

La principal finalidad de esta marca promocional según el Decreto que la regula, *“es indicar la procedencia geográfica de los productos que amparan”*. El régimen jurídico de la marca promocional “Alimentos de Extremadura” es muy similar al de las marcas de carácter colectivo porque el artículo 16 del Decreto 3/2020 establece las condiciones mínimas que ha de reunir el reglamento de uso de la marca promocional, reglamento de uso que es obligatorio para las marcas de carácter colectivo.

Por eso una marca promocional es un sello de identidad, que no de calidad, aunque al ser una marca cuya titularidad la ostenta la Junta de Extremadura, el consumidor puede percibir los productos con ella identificados con una calidad determinada.

Otro aspecto relacionado con el reglamento de uso que se exige con la solicitud de la marca de carácter colectivo es la publicidad del mismo. Según el artículo 74 LM, el reglamento de uso tiene carácter público, está depositado en la OEPM y podrá ser libremente consultado por cualquier persona de forma gratuita.

Cuando se consulta una marca en la web de la OEPM (<http://consultas2.oepm.es/ceo/>) en la información que ofrece no aparece nada en relación al reglamento de uso. Para poder conocer el reglamento de uso de una marca de carácter colectivo hay que solicitarlo expresamente a la OEPM.

Por tanto, como el reglamento de uso no es de fácil acceso para las personas interesadas en conocerlo, las Comunidades autónomas han optado por aprobar una norma jurídica para publicitarlo. Aunque la mayoría de ellas han decidido dar a conocer el reglamento de uso por medio de la aprobación de un Decreto, el reglamento de uso de las marcas “C’alial” y “M Producto Certificado” fue aprobado por una Orden y el de la marca “Alimentos del Paraíso Natural” a través de una Resolución.

Puesto que el reglamento de uso forma parte de la propiedad industrial y según el artículo 149. 1. 9º, el Estado tiene competencia exclusiva en esa materia, la aprobación

del reglamento de uso no puede hacerse a través de una norma autonómica ya que se estaría ante un conflicto de competencias.

Lo más correcto sería publicar el reglamento de uso como tal, no aprobar una norma para darlo a conocer, ya que el reglamento de uso es un documento obligatorio junto con la solicitud de una marca de carácter colectivo que no necesita ser aprobado por ninguna norma. En caso de solicitud de una marca de garantía se necesita el informe favorable del órgano administrativo competente, pero no aprobación normativa del mismo.

Como ejemplos de reglamentos de uso que no han sido aprobados por ninguna norma autonómica encontramos las marcas “Galicia Calidade”, “Reyno Gourmet”, “Tierra de Sabor” o “K Eusko Label” cuyos reglamentos de uso son fácilmente accesibles a través de sus respectivas páginas webs.

II. CONSIDERACIONES SOBRE SU RECONOCIMIENTO COMO DISTINTIVO DE CALIDAD ALIMENTARIA.

A) La necesidad de contar con distintivos de calidad autonómicos.

Los consumidores cada vez más demandan productos agroalimentarios de calidad y que además hayan sido producidos de forma sostenible y respetuosa con el medio ambiente. De hecho, 13 de los 17 objetivos de desarrollo sostenible¹¹⁵³ están relacionados de manera directa o indirecta con la sostenibilidad alimentaria y por tanto son una herramienta clave para conseguir una alimentación más sostenible a nivel global¹¹⁵⁴.

Teniendo en cuenta que la pandemia producida por la COVID-19 ha afectado a todos los sectores productivos, incluido el agroalimentario, otro aspecto que está teniendo en cuenta el consumidor a la hora de adquirir productos agroalimentarios es que éstos hayan sido producidos en el propio territorio y a ser posible en los mercados locales cuyas economías se han visto gravemente perjudicadas por la COVID-19.

¹¹⁵³ Los objetivos de desarrollo sostenible se encuentran contenidos en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, documento aprobado en septiembre de 2015 en la Cumbre del Desarrollo Sostenible organizada por Naciones Unidas.

¹¹⁵⁴ ESMORÍS VARELA, N., “La sostenibilidad alimentaria en los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Trazando la ruta hacia una alimentación sostenible a escala rural”, *Distribución y consumo*, Año nº 30, nº 161, 2020, pgs. 58 y 62.

Estos objetivos de desarrollo sostenible hay que integrarlos en las políticas públicas y como la COVID-19 ha afectado negativamente a la economía de los mercados agroalimentarios locales, las administraciones públicas cada vez más promocionan los alimentos de calidad diferenciada producidos en su área geográfica de forma sostenible y respetuosa con el medio ambiente y promueve el consumo de productos locales, también denominados productos km 0 o productos de proximidad.

Las características básicas de estos productos es que se tienen que producir y consumir en un radio no superior a 100 km, son productos de temporada y tanto su producción como transporte se realiza de la forma más sostenible posible.

Consumir este tipo de productos reduce la contaminación, cuida el medioambiente, favorece la sostenibilidad, la economía es más justa para los productores porque se reducen los intermediarios, la alimentación es más equilibrada, sana y saludable porque estos productos mantienen intactos sus valores nutricionales y por último, favorece al sector agroalimentario local.

Por todo lo anterior, los distintivos de calidad agroalimentaria se están haciendo cada vez más necesarios, porque el consumidor a través de ellos puede identificar fácilmente estos productos que tienen una calidad diferenciada que les otorga un valor añadido.

Además de ser cada vez más necesarios, la utilización de estos distintivos tiene una serie de beneficios para el productor, para el consumidor final e incluso para el titular de la marca de calidad institucional.

El principal beneficio del productor se traduce en el aumento del precio del producto identificado con el distintivo de calidad respecto a los productos idénticos en el mercado que carecen de dicho distintivo y en que hay una competencia leal entre ellos en relación a estos productos.

En relación al consumidor, además de aumentar el conocimiento sobre el alimento que va a consumir porque el distintivo de calidad informa a los consumidores de las características específicas de ese producto, es también una herramienta para identificar

fácilmente los productos que tienen una calidad diferenciada de los que no la tienen y por tanto les facilita la elección a la hora de la compra del producto.

Los consumidores están cada vez más concienciados con el respeto al medio ambiente y con realizar un consumo lo más sostenible posible de productos locales, lo cual es un aspecto clave para la recuperación económica de la zona, de ahí que los productos identificados con un distintivo de calidad sean cada vez más necesarios para que el consumidor pueda adquirirlos más fácilmente en los mercados.

La Comunidad autónoma también se beneficia del uso de los distintivos de calidad ya que a través de ellos promocionan su territorio, se fija la población en las zonas rurales y contribuyen al desarrollo social sostenible y a la recuperación económica de su área geográfica.

B) Incardinación e integración de las marcas de calidad agroalimentarias en los sistemas agroalimentarios autonómicos.

Algunas Comunidades autónomas además de desarrollar normas generales sobre la actividad agraria, también han desarrollado normas específicas sobre calidad agroalimentaria en las que se establece el régimen jurídico de las marcas de calidad institucionales.

Las normas generales que regulan la actividad agraria tienen como objetivo principal ordenar el sector agrario y alimentario y todas las actividades relacionadas con el medio y la actividad agraria.

Estas normas incluyen la calidad agroalimentaria dentro de su articulado, como por ejemplo el Título III de la Ley Agraria de Extremadura o el Libro III de la LACyL.

Dentro del apartado dedicado a la calidad agroalimentaria, estas normas generales contienen la definición de calidad diferenciada (arts. 132.d) LACyL o 132.1 Ley Agraria de las Islas Baleares), enumeran las figuras de calidad diferenciada (DOP, IGP, ETG, Producción Integrada, Producción ecológica y la artesanía alimentaria), prevén la creación de marcas de garantía como figuras de calidad diferenciada y establecen un régimen de infracciones y sanciones.

La ley que regula de forma más completa la calidad alimentaria y la calidad diferenciada de la producción agroalimentaria es la LACyL que dedica a estas materias el Título I del Libro Tercero que se divide en siete Capítulos.

La LACyL define una serie de conceptos en materia de calidad alimentaria como por ejemplo el propio concepto de calidad diferenciada [(art. 132. c)], enumera las figuras de calidad diferenciada de los productos agroalimentarios con expresa mención de la marca de garantía “Tierra de Sabor” [(art. 133. e)] y establece los objetivos de fomento y promoción de la calidad diferenciada (art. 135).

En relación a la marca de garantía “Tierra de Sabor”, la LACyL le dedica el artículo 154 en el que establece la titularidad de la marca e indica que la marca garantiza al consumidor que la materia prima sustantiva con la que se elaboran los productos por ella amparados procede de explotaciones agrícolas y ganaderas de Castilla y León y/o ha sido transformada mediante procesos tradicionalmente vinculados al territorio en industrias agroalimentarias de Castilla y León, facilitando su comercialización y aportando mayor valor añadido a la producción agroalimentaria.

También establece que la finalidad de la marca de garantía “Tierra de Sabor” es distinguir en el mercado, garantizando su calidad diferenciada, determinados productos agroalimentarios destinados al consumo humano que, producidos, elaborados o transformados en el territorio de la Comunidad de Castilla y León, reúnen las condiciones y cumplen los requisitos de calidad que se especifican en su reglamento, certificando dicho cumplimiento y permitiendo a los consumidores identificar dichos productos de forma precisa.

Respecto a la normativa específica sobre calidad agroalimentaria, esta se encarga de regular de forma más detallada todas las actuaciones que se lleven a cabo en el ámbito territorial de cada norma de los distintivos de calidad agroalimentaria de los productos agroalimentarios.

En estas normas se definen conceptos tales como producto agroalimentario o alimento, calidad estándar y calidad diferenciada u operador agroalimentario, regulan las actividades de inspección y control de los productos agroalimentarios identificados con los distintivos de calidad agroalimentaria y establecen un régimen sancionador con infracciones y sanciones específicas en materia de calidad diferenciada.

La LACyL puede ser tomada como modelo de incorporación de una marca de calidad autonómica a un sistema de distintivos de calidad agroalimentaria y como ejemplo de integración podemos citar la marca de garantía “Tierra de Sabor”.

El sistema de calidad agroalimentaria de Castilla y León está formado por productos reconocidos como DOP (Guijuelo, Mantequilla de Soria, Manzana Reineta del Bierzo y Queso Zamorano) e IGP (los productos reconocidos como IGPs son relativos a carnes frescas como el Lechazo de Castilla y León, a productos cárnicos como son el Botillo del Bierzo o el Chorizo de Cantimpalos, quesos entre los que cabe destacar el Queso Castellano o los quesos de Valdeón o los Beyos, productos de panadería como son las Mantecadas de Astorga, y frutas, hortalizas y cereales entre los que podemos destacar la Alubia de La Bañeza-León, las lentejas de La Armuña o de Tierra de Campos o el Pimiento asado del Bierzo).

Además de estos productos protegidos por los distintivos de máxima calidad europeos, Castilla y León también cuenta con una amplia variedad de productos agroalimentarios identificados con los distintivos de la producción integrada, la producción ecológica y la artesanía alimentaria, o amparados por marcas de garantía.

De entre todos los productos amparados por marcas de garantía como ejemplos podemos citar el Cochinillo de Segovia, el Tostón de Arévalo, los Ibéricos de Salamanca, las Castañas del Bierzo, el Judión de La Granja o el Hornazo de Salamanca.

Merece especial mención la marca de garantía “Tierra de Sabor” ya que la misma puede amparar productos agroalimentarios de Castilla y León ya reconocidos con los distintivos de calidad mencionados con anterioridad.

Aunque en un primer momento la Comunidad de Castilla y León creó el distintivo “Alimentos Tradicionales de Castilla y León” para identificar y conocer sus productos agroalimentarios, posteriormente y como consecuencia de la aprobación de los reglamentos comunitarios en 1992 y de la regulación específica de los nombres geográficos en los productos alimenticios, se substituyó la anterior marca por la nueva marca de garantía “Tierra de Sabor”.

El artículo 133 LACyL establece que las figuras de calidad diferenciada de productos agroalimentarios en la Comunidad de Castilla y León son las denominaciones

geográficas de calidad (entre las que se encuentran las DOP e IGP de productos agrícolas y alimenticios, las Indicaciones Geográficas de bebidas fermentadas o espirituosas y las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas vitivinícolas), la producción ecológica, las ETGs, las marcas de calidad alimentaria que cumplan los requisitos establecidos en el artículo 153 LACyL, la artesanía alimentaria y la producción integrada de Castilla y León, y la marca de garantía “Tierra de Sabor”.

Esta marca de garantía ampara a una gran cantidad de productos agroalimentarios producidos, elaborados y/o transformados en la Comunidad autónoma de Castilla y León, que al cumplir los requisitos y condiciones del reglamento de uso les otorga una calidad diferenciada del resto de productos de su misma especie.

Es importante señalar que la marca de garantía “Tierra de Sabor” tiene unas marcas asociadas que quieren destacar alguna característica concreta de los productos a los que ampara, como por ejemplo, las menciones “Sabor Artesano”, “Sabor Ecológico”, “Sabor Social”, “Sabor Saludable” o “Sabor Gourmet”.

Para operar en el mercado internacional, el titular de la marca de garantía “Tierra de Sabor” registró las marcas “Tierra de Sabor Heart of Spain” y “Tierra de Sabor. Heart of Spain. Castilla y León”.

Además, con el fin de promover el uso de la marca de garantía entre los restaurantes y distinguir en el mercado, garantizando su calidad, los restaurantes que se provean regularmente con productos autorizados, se registró la marca “Restaurante de la Tierra – Tierra de Sabor Castilla y León – Castilla y León es vida”.

Para acercar al consumidor productos de calidad de Castilla y León autorizados por la marca de garantía “Tierra de Sabor” y promocionarlos en establecimientos de comercio y hostelería se registró la marca “Tierra de Sabor Club Selección”, y si los productos adheridos a la marca “Tierra de Sabor” a su vez cumplen los requisitos de la dieta mediterránea, se registró la marca “Tierra de Sabor Dieta Mediterránea”.

Por tanto, la marca de calidad institucional agroalimentaria “Tierra de Sabor” se encuentra perfectamente integrada en el sistema de calidad agroalimentario de Castilla y León y además coexiste y a veces se integra en el etiquetado de los productos junto a otros distintivos de calidad.

C) Notas características del régimen jurídico de las marcas de calidad agroalimentaria institucionales.

El régimen jurídico de las marcas de calidad agroalimentaria lo constituyen, en primer lugar, su normativa reguladora o su reglamento de uso y supletoriamente se aplicará lo dispuesto en la Ley de Marcas y su Reglamento de desarrollo y el resto del ordenamiento jurídico privado, siendo de aplicación también las disposiciones comunitarias, estatales y autonómicas que correspondan por razón de la materia.

Como notas características de estas marcas de calidad institucionales hay que indicar que son signos que cumplen los requisitos del artículo 4 LM, tienen carácter voluntario, no pueden ser utilizadas por el titular sino por terceros a quien él mismo autorice a través de una autorización de uso que se interpretará de forma restrictiva y se concederá de forma singular al operador agroalimentario autorizado expresamente en las condiciones y forma específica que se señalen y para el producto/s concretamente autorizado.

Otra característica de estas marcas institucionales es que sus normas reguladoras prevén la creación de un Registro de operadores y productos agroalimentarios autorizados, de carácter público y gratuito, en el que se inscribirán los datos relativos a la persona a la que se le concede la autorización, el producto o productos autorizados a usar la marca y la marca comercial con la que se identifique este producto/s en el mercado.

En relación al control de la calidad de los productos agroalimentarios, las marcas de calidad institucionales cuentan con un doble sistema de control de la calidad. El control interno o autocontrol que realizan los propios operadores agroalimentarios y el control externo que lo realiza un organismo de certificación y control público o privado debidamente autorizado por el órgano competente.

Respecto a la responsabilidad por los defectos o la presentación irregular de los productos, es importante señalar que la normativa reguladora de la marca de calidad institucional excluye de responsabilidad al titular de la misma, declarando que el único responsable es el operador autorizado a usar la marca, que deberá asumir por cuenta propia las indemnizaciones y perjuicios ocasionados a terceros y al titular de la marca.

Por último, sobre la defensa de la marca de calidad institucional, el titular es el único que está legitimado para ejercitar las acciones correspondientes en caso de

infracción de la misma. Las personas autorizadas que tengan conocimiento de una infracción o utilización ilícita de la marca de calidad deberán ponerlo de inmediato en conocimiento del titular para que éste pueda ejercitar las acciones correspondientes.

CONCLUSIONES

Primera. Las marcas institucionales de calidad agroalimentaria se han convertido en un signo indispensable para la promoción de los productos agroalimentarios, pero en el estudio realizado se ha observado la evolución en la utilización de estos signos que no funcionan de forma independiente, sino que se integran en el sistema de calidad agroalimentaria específico que diseña cada Comunidad Autónoma.

Segunda. Respecto a la composición del signo, éste puede analizarse desde la perspectiva de la normativa europea y la normativa nacional.

Desde la perspectiva europea hay que indicar que antes de la aprobación de los Reglamentos 2081/92 y 2082/92 en los que se otorga una protección reforzada a los nombres geográficos, la composición del signo de las marcas institucionales de calidad agroalimentaria que creaban las Comunidades Autónomas era la expresión “Alimentos de...” seguida del nombre de la Comunidad Autónoma titular de dicha marca. De esta forma vinculaban la calidad del producto agroalimentario con el origen geográfico del mismo.

Después de la aprobación de estos Reglamentos, las Comunidades Autónomas, para no infringir dicha normativa europea, derogaron o modificaron esas marcas institucionales de calidad agroalimentaria y eliminaron del signo cualquier referencia geográfica.

Actualmente nos encontramos con que hay marcas institucionales de calidad registradas que siguen haciendo referencia al origen geográfico del producto y por tanto estarían vulnerando esa protección reforzada que la normativa europea otorga a los nombres geográficos. Sirvan como ejemplo las marcas de garantía “Alimentos de Cantabria”, “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada”, “Calidad Agroalimentaria – Control Región de Murcia” o “Galicia Calidade”. Para que los distintivos de estas marcas institucionales de calidad respeten la protección reforzada de los nombres geográficos contenida en la actualidad en el artículo 13 del Reglamento 1151/2012, deberían eliminar de la composición del signo la referencia que hacen al origen geográfico como en su momento hicieron el resto de Comunidades Autónomas.

Tercera. Del estudio realizado podemos concluir que la figura de calidad que más se ha utilizado para registrar las marcas institucionales de calidad ha sido la marca de

garantía, aunque no todas las marcas institucionales de calidad cumplen en realidad esa función de garantía, sino que se utilizan únicamente como marcas de promoción.

En un primer momento, las marcas institucionales de calidad sí cumplían una función certificadora de la calidad de los productos, pero como actualmente amparan a una gran cantidad de productos y servicios, incluso productos ya reconocidos por otras figuras de calidad superior como pueden ser productos que cuentan con una DOP o IGP, han pasado a cumplir una función promocional. Si una marca institucional de calidad ampara un producto reconocido como DOP, la marca institucional no está garantizando la calidad de ese producto puesto que la calidad le viene dada por ser reconocido como DOP. Es por ello que puede afirmarse que, en estos casos, la marca institucional tiene una función promocional, no certificadora de la calidad del producto.

Cuarta. En consecuencia, podemos distinguir dos tipos de marcas institucionales de calidad agroalimentaria: aquellas que son verdaderas marcas de calidad en sentido estricto porque se han registrado como marcas de garantía para certificar la calidad de los productos que ampara (como la marca “C’alial” que tanto la Orden como el reglamento de uso que la regula prohíben expresamente el uso de esta marca de garantía en productos que ya estén identificados con otra marca de calidad alimentaria) y otros tipos de marcas que, aunque han sido registradas como marcas de garantía, no cumplen realmente esa función certificadora de la calidad de los productos que amparan, sino que desempeñan una función promocional por lo que, en este caso, lo más adecuado hubiera sido registrarlas como marcas colectivas.

Quinta. Ya que las marcas institucionales de calidad agroalimentaria son marcas registradas por un ente público que se crean para ser utilizadas por una pluralidad de usuarios, la opción más correcta es la de registrarlas utilizando uno de los tipos de marca de carácter colectivo que hay tanto en el ámbito europeo como en el ámbito nacional (marcas colectivas, marcas de garantía o marcas de certificación), pero el estudio realizado sobre este punto muestra como algunas de ellas han sido registradas como marca de tipo individual. Registrar una marca institucional de calidad como tipo individual (como por ejemplo las marcas “Calidad Certificada” y “Marca Q”) plantea el inconveniente de que hay que otorgar licencias no exclusivas a los operadores que quieran utilizarlas, mientras que si se hubiesen registrado como marcas de carácter colectivo,

bastaría la simple autorización del titular de la marca a los operadores para que puedan utilizarlas como usuarios legitimados.

Sexta. En relación al ámbito territorial de protección de la marca, la mayoría de las marcas institucionales de calidad de titularidad pública autonómica analizadas en este trabajo han sido registradas sólo a nivel nacional en la OEPM, pero encontramos que las marcas de garantía “Tierra de Sabor” y “Galicia Calidade” están registradas a nivel nacional en la OEPM y a nivel comunitario (como tipo individual) en la EUIPO y las marcas “Calidad Certificada” y la “Marca Q” sólo están registradas a nivel europeo como marcas de tipo individual en la EUIPO. Es decir, el ámbito territorial de protección es diverso en cada caso.

Séptima. Para elegir el sistema de protección desde la óptica territorial habría que tener en cuenta tanto el ámbito de la comercialización de los productos como las prohibiciones de registro que no son coincidentes en los sistemas comunitario y nacional. En función de estos dos parámetros habría que valorar si la marca institucional de calidad se registra sólo a nivel nacional o por el contrario a nivel europeo. No parece necesario, por el innecesario solapamiento, que se registre la misma marca institucional de calidad en la OEPM y en la EUIPO. Dada la relevancia de la sociedad de la información en la comercialización de todo tipo de productos, entre los que se encuentran los agroalimentarios y de manera destacada entre ellos los productos que cuentan con una determinada calidad reconocida, parece que el ámbito de protección europeo sería el idóneo para el registro de estas marcas.

Octava. Además, para el caso de que se optara por la protección europea de la marca institucional de calidad en la EUIPO, hay que tener en cuenta que si el distintivo hace referencia al origen geográfico sólo podría registrarse como marca colectiva de la Unión y nos estaría indicando el origen empresarial de los productos que ampara. En cambio, si lo que se pretende es certificar la calidad del producto, el distintivo se tendría que registrar en la EUIPO como marca de certificación de la Unión y el signo no podría hacer referencia al origen geográfico del producto.

Novena. La reforma del derecho de marcas tanto a nivel comunitario como a nivel nacional en relación a la eliminación del requisito de la representación gráfica del signo es un hecho valorable positivamente para este tipo de marcas, porque este cambio en la noción de marca va a permitir, siempre que la tecnología lo permita, que los productos

agroalimentarios puedan identificarse con marcas de otro tipo, como pueden ser marcas gustativas u olfativas, que son importantes para este sector agroalimentario.

Décima. Otro aspecto importante de las marcas de carácter colectivo es el reglamento de uso que las regula, ya que la solicitud de una marca colectiva o de garantía nacional, así como la solicitud de una marca colectiva o de certificación de la Unión exigen la presentación del reglamento de uso. Además, algunas marcas de garantía, como las marcas “C’alial”, “CC Calidad Controlada” o “Eusko Label”, han aprobado reglamentos técnicos para la utilización de la marca de garantía en productos agroalimentarios específicos. Estos reglamentos técnicos contienen la denominación del producto y sus respectivas variedades si las tuviera, las características del producto, describen los métodos de producción, manipulación y envasado, y establecen un régimen de control. El hecho de que una marca de garantía cuente con reglamentos técnicos específicos de productos refuerza aún más la función de garantía propia de este tipo de marcas de carácter colectivo.

Undécima. El hecho de que las marcas institucionales de calidad se registren como marcas de garantía tiene la ventaja de que al ser necesaria la presentación del reglamento de uso, la mayoría de las Comunidades Autónomas han hecho público el contenido del mismo aprobando una norma en el Diario Oficial de la Comunidad Autónoma. Esta forma de publicación del reglamento de uso facilita tanto a los consumidores como a los usuarios de la marca el conocimiento de las condiciones y requisitos necesarios para que un producto pueda estar amparado por esa marca institucional de calidad.

Duodécima. No obstante, la aprobación de esta norma puede entrar en conflicto con la competencia exclusiva del Estado en materia de propiedad industrial (art. 149.1.9ª CE), ya que los reglamentos de uso son un requisito de tipo formal exigido por la normativa de marcas a las marcas colectivas y de garantía y por tanto son competencia exclusiva del Estado. Es por ello que la Comunidad Autónoma no debería aprobar un reglamento de uso de una marca de calidad porque no tiene competencias para ello.

Decimotercera. Cuestión distinta es que la Comunidad Autónoma pretenda dar publicidad al reglamento de uso que regula la marca de calidad institucional, puesto que la OEPM no publica este tipo de documentos. Siendo este el caso, en vez de aprobar y publicar una norma por la que se “apruebe el reglamento de uso”, el objetivo debería ser

simplemente el de dar publicidad al reglamento de uso en el Diario Oficial correspondiente con un carácter meramente informativo.

Decimocuarta. Sobre el diseño de los sistemas de calidad agroalimentaria autonómicos, del estudio realizado se puede concluir que se ha producido una modernización de la normativa general en materia agroalimentaria de las Comunidades Autónomas en casi todos los casos y que se apuesta cada vez más por la calidad de los alimentos y por adoptar sistemas de protección que reconozcan esa calidad.

Decimoquinta. La normativa autonómica, en relación al ámbito sancionador y con el objetivo de garantizar la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios, ha diseñado un catálogo de infracciones y sanciones que incluyen comportamientos que afectan al uso no adecuado de los distintivos de calidad o que pueden afectar al prestigio de los mismos.

Decimosexta. Tras el análisis realizado, podría concluirse que el sistema de calidad agroalimentaria más completo es el de la Comunidad Autónoma de Castilla y León. La nueva normativa agraria aprobada en 2014 no sólo contempla en el artículo 133 a) la marca institucional de calidad “Tierra de Sabor” como una de las figuras de calidad diferenciada existentes en la Comunidad, sino que además dedica otra disposición específica (el artículo 154) a establecer la titularidad de la marca, su régimen jurídico, el objeto y la finalidad de la misma. Es por ello que el sistema de calidad agroalimentaria de Castilla y León ha sido seleccionado para realizar un análisis más pormenorizado que pudiera mostrar cómo se integra una marca institucional de calidad en el sistema de calidad agroalimentario diseñado por una Comunidad Autónoma.

Decimoséptima. De este análisis específico se puede concluir que el sistema de calidad agroalimentaria de la Comunidad Autónoma de Castilla y León está compuesto por productos reconocidos con los distintivos de calidad europeos (DOP e IGP) y por marcas de garantía específicas que certifican la calidad de los productos que amparan.

Decimooctava. Respecto al régimen jurídico de las marcas institucionales de calidad analizado en el Capítulo Tercero, cabe destacar cómo en cada caso se muestra la evolución en cuanto a la composición de los signos distintivos.

Decimonovena. Destaca por su finalidad específica la marca institucional de calidad de la Comunidad Autónoma de Aragón, la marca “C’alial”, que puede

considerarse como una verdadera marca de calidad, porque además de estar registrada como marca de garantía y por tanto certificar la calidad de los productos que ampara, su principal característica, que la hace diferente del resto de marcas institucionales de calidad analizadas, es que tanto la Orden como el Reglamento de uso que la regulan prohíben expresamente el uso de esta marca de garantía en productos agroalimentarios que ya estén identificados con otra marca de calidad alimentaria.

Vigésima. Desde el punto de vista del consumidor, cabe también indicar que éste percibe las marcas institucionales de calidad como verdaderas marcas que garantizan la calidad de los productos agroalimentarios que amparan. Esta percepción está basada en la titularidad pública de la marca institucional y en el hecho de conocer el origen geográfico de los productos que ampara, aunque dicha percepción puede ser errónea, ya que, como se ha indicado con anterioridad, no todas las marcas institucionales de calidad certifican la calidad de los productos que amparan, sino que actualmente están desempeñando, más que una función de garantía, una finalidad meramente promocional.

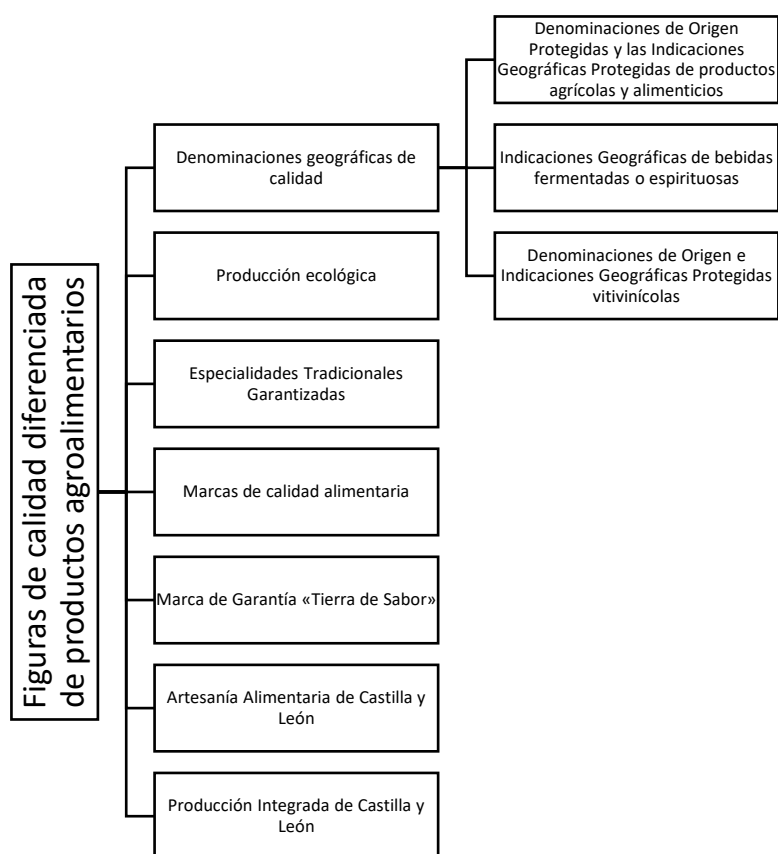
Vigésima primera. Las marcas institucionales de calidad pueden ser protegidas por las Comunidades Autónomas, ya que tienen transferida la competencia en materia agroalimentaria, pero en lo que se refiere al registro como marca conforme a los sistemas nacional o comunitario, se debe tener muy clara cuál es la función que va a desempeñar la marca institucional de calidad en el mercado, de modo que se elijan de manera adecuada tanto la modalidad de protección como su ámbito territorial.

Vigésima segunda. Para que las indicaciones geográficas puedan continuar manteniendo la protección reforzada que los ordenamientos nacional y comunitario les han procurado, se debe seguir respetando el límite marcado por la normativa de indicaciones geográficas establecido en el 1992, evitando crear confusión en los consumidores y en el mercado.

ANEXOS

ANEXO I

FIGURAS DE CALIDAD DIFERENCIADA DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS EN LA LACyL.



ANEXO II

TABLA DE MARCAS COLECTIVAS Y DE GARANTÍA EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CASTILLA Y LEÓN.

PRODUCTO	MARCA/S	TIPO DE MARCA VINCULADA (SEGÚN LM-RMUE)	ÁMBITO TERRITORIAL DE PROTECCIÓN DE LA MARCA	TITULAR DE LA MARCA
Ajo de Valledado	VALLELADO AJO	Marca colectiva	Nacional	Asociación para la Promoción del Ajo de Valledado
Cereza del Bierzo	CEREZA DEL BIERZO	Marca de garantía	Nacional	Asociación Berciana de agricultores
Chorizo de León	CHORIZODELEON	Marca colectiva	Nacional	Asociación para la Promoción del Chorizo de León
Carne de Cervera	CAMPA CARNE DE CERVERA DE PISUERGA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA	Marca de garantía	Nacional	Asociación C.A.M.P.A (Carne de la Montaña Palentina)
Carne de Las Merindades	CARNE DE LAS MERINDADES CARMER CALIDAD GARANTIZADA	Marca de garantía	Nacional	Asociación de Productores y Comerciantes de Carne de Las Merindades
			Nacional	

LAS MARCAS INSTITUCIONALES EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO: RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS MARCAS DE CALIDAD DE ÁMBITO AUTONÓMICO

Castaña del Bierzo	CASTAÑA DEL BIERZO	Marca de garantía		Asociación Berciana de Agricultores
Cecina de Chivo de Vegacervera	CECINA DE CHIVO - VEGACERVERA	Marca de garantía	Nacional	Asociación para la promoción de la cecina de chivo de Vegacervera
Cereza del Valle de las Caderechas	CEREZA VALLE DE LAS CADERECHAS	Marca de garantía	Nacional	Asociación de productores y comerciantes "Las Caderechas"
Chorizo Zamorano	CHORIZO ZAMORANO	Marca de garantía	Nacional	Asociación para la promoción del Chorizo Zamorano (APCHZ)
Cochinillo de Segovia	COCHINILLO DE SEGOVIA	Marca de garantía	Nacional	Asociación Promoción Cochinillo Segoviano PROCOSE
	"COCHINILLO DE SEGOVIA"	Marca individual	Comunitaria	
Espárrago de Tudela	ESPARRAGO TUDELA DE DUERO MARCA DE GARANTIA	Marca de garantía	Nacional	Asociación Asparragus

Garbanzo de Pedrosillo	MARCA DE GARANTIA GARBANZO DE PEDROSILLO	Marca de garantía	Nacional	Asociación Prolegumbres
Garbanzo de Valseca	GARBANZO DE VALSECA	Marca de garantía	Nacional	Ayuntamiento de Valseca
Harina Tradicional Zamorana	HARINA TRADICIONAL ZAMORANA	Marca colectiva	Nacional	Asociación Harina Tradicional Zamorana
		Marca de garantía		Asociación para la promoción de la Harina Zamorana
Hornazo de Salamanca	HORNAZO DE SALAMANCA	Marca de garantía	Nacional	Asociación Gastronómica de Productos Charros
		Marca individual		
Ibéricos de Salamanca	IBERICOS DE SALAMANCA	Marca de garantía	Nacional	Asociación de Empresarios de Ibérico
Judión de la Granja	G JUDION DE LA GRANJA	Marca de garantía	Nacional	Ayuntamiento del Real Sitio de San Idelfonso

LAS MARCAS INSTITUCIONALES EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO: RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS MARCAS DE CALIDAD DE ÁMBITO AUTONÓMICO

Lechuga de Medina	MARCA DE GARANTIA LECHUGA DE MEDINA	Marca de garantía	Nacional	Asociación Hortícola Merindades
Manzana Reineta del Valle de las Caderechas	MANZANA REINETA VALLE DE LAS CADERECHAS	Marca de garantía	Nacional	Asociación de Productores y Comerciantes 'Las Caderechas'
Pan de Valladolid	PAN DE VALLADOLID MARCA DE GARANTIA	Marca de garantía	Nacional	Asociación Provincial de Fabricantes y Expendedores de Pan de Valladolid
	PAN DE VALLADOLID ASOCIACION PROVINCIAL DE FABRICANTES Y EXPENDEDORES DE PAN DE VALLADOLID	Marca Colectiva		
Pera Conferencia del Bierzo	MARCA DE GARANTIA PERA CONFERENCIA DEL BIERZO	Marca de garantía	Nacional	Asociación Berciana de Agricultores
Queso Arribes de Salamanca	QUESO ARRIBES DE SALAMANCA	Marca de garantía	Nacional	Asociación Profesional de Industrias Lácteas Arribes de Salamanca

Setas de Castilla y León	SETAS DE CASTILLA Y LEON	Marca de garantía	Nacional	Centro de Servicios y Promoción Forestal y de su Industria de Castilla y León – CESEFOR
Tenera Charra	TERNERA CHARRA	Marca de garantía	Nacional	Asociación Vacuno de Calidad de Salamanca.
Torrezno de Soria	TORREZNO DE SORIA	Marca de garantía	Nacional	Cámara Oficial de Comercio e Industria de la Provincia de Soria
		Marca individual	Nacional y Comunitaria	
Torta de Aranda	TORTA DE ARANDA	Marca de garantía	Nacional	Federación de Organizaciones de Panadería de Castilla y León
	TORTA DE ARANDA FEDERACION DE ORGANIZACIONES DE PANADERIA DE CASTILLA Y LEON	Marca individual		
Tostón de Arevalo	TOSTON DE AREVALO	Marca Colectiva	Nacional	Asociación Agraria Jóvenes Agricultores de Ávila (ASAJA-AVILA)
		Marca individual		

ANEXO III

LAS MARCAS DE GARANTÍA AGROALIMENTARIA.

REGLAMENTOS DE USO.

MARCA DE GARANTÍA	FECHA DEL REGLAMENTO DE USO CONSULTADO	OBSERVACIONES
Ajo de Vallelado	28/01/2014	No tiene página web propia
Cereza del Bierzo	21/04/2016	http://cerezadelbierzo.org/
Chorizo de León	02/06/2011	https://chorizodeleon.info/
Carne de Cervera	31/01/2020	http://www.carnedecervera.es/
Carne de Las Merindades	30/09/1999	No tiene página web propia
Castaña del Bierzo	31/07/2009	http://www.castanadelbierzo.es/
Cecina de Chivo de Vegacervera	21/08/2008	No tiene página web propia
Cereza del Valle de las Caderechas	25/02/2004	http://www.caderechas.com/cereza/
Chorizo Zamorano	Febrero de 2007	https://chorizozamorano.com/
Cochinillo de Segovia	10/01/2020	No tiene web propia
Espárrago de Tudela	26/05/2020	https://www.esparragotudeladeduero.es/
Garbanzo de Pedrosillo	20/01/2020	https://www.garbanzodepedrosillo.com/
Garbanzo de Valseca	05/02/2019	No tiene página web propia
Harina Tradicional Zamorana	14/05/2019	https://www.harinatradicionalzamorana.com/
Hornazo de Salamanca	31/01/2020	https://hornazodesalamanca.org/
Ibéricos de Salamanca	31/01/2020	http://www.ibericosdesalamanca.org/
Judión de la Granja	15/01/2020	http://eljudion.la granja-valsain.com/
Lechuga de Medina	17/01/2020	http://www.lechugademolina.com/
Manzana Reineta del Valle de las Caderechas	25/02/2004	http://www.caderechas.com/manzana-reineta/

Pan de Valladolid	02/02/2020	http://www.pandevalladolid.es/
Pera Conferencia del Bierzo	29/11/2012	http://www.peraconferenciadelbierzo.es/
Queso Arribes de Salamanca	31/01/2020	https://quesoarribesdesalamanca.com/
Setas de Castilla y León	Julio de 2018	https://www.setasdecastillayleon.com/
Tenera Charra	17/01/2020	https://www.terneracharra.org/
Torrezno de Soria	05/02/2020	http://www.torreznodesoria.com/
Torta de Aranda	Octubre de 2013	No tiene página web propia
Tostón de Arévalo	20/Febrero/2012	No tiene página web propia

BIBLIOGRAFIA

AAVV, *Comentario a la Constitución Española. 40 Aniversario 1978-2018. Libro Homenaje a Luis-López Guerra*, Dir. por PÉREZ TREMPES, P., y SÁINZ ARNÁIZ, A., Coord. por MONTESINOS PADILLA, C., Tomo II (Artículo 97 a Disposición Final), Tirant Lo Blanch, Valencia, 2018.

AAVV, *Derecho Agrario, Agroalimentario y del Desarrollo Rural*, Dir. AMAT LLOMBART, P., 1ª ed., Tirant lo Blanch, Valencia, 2011.

ALVAREZ VEGA, M^a. I., “La marca de garantía como signo de reputación y garante de la demanda cautiva”, *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, nº 30, 2013, pgs. 23-61.

AMAT LLOMBART, P., “Regulación y fomento de los regímenes de calidad de productos agrarios y alimenticios: su impacto en el desarrollo rural de la Unión Europea y España”, *Revista Internacional de Doctrina y Jurisprudencia*, nº 22, 2020, pgs. 69-94.

AREÁN LALIN, M., “En torno a la función publicitaria de la marca”, *ADI*, Tomo 8, 1982, pgs. 57-84.

BAYLOS CORROZA, H., *Tratado de Derecho Industrial*, 3ª ed., Civitas, Pamplona, 2009.

BERCOVITZ RODRIGUEZ – CANO, A., *Apuntes de Derecho Mercantil. Derecho Mercantil, Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial*, 16ª ed., Thomson – Reuters Aranzadi, 2015.

- *Introducción a las Marcas y otros Signos Distintivos en el Tráfico Económico*, Editorial Aranzadi, 2002.

BERMEJO GUTIÉRREZ, N., “La reforma del Reglamento de marca de la Unión Europea: por un sistema europeo de marcas más eficiente”, *La Ley mercantil*, nº 37, 2017, edición electrónica, pgs. 1-24.

BOTANA AGRA, M., “Panorámica de la Ley 32/1988 Española de Marcas”, *ADI*, Tomo XIII, 1989-90, pgs. 13-40.

BOURGES LETICIA A., “El derecho a la alimentación y su influencia en las normas sobre agricultura” en *Derecho Agrario, Agroalimentario y del Desarrollo Rural*, Dir. AMAT LLOMBART, P., 1ª ed., Tirant lo Blanch, Valencia, 2011, pgs. 277-288.

BROSETA PONT M., y MARTÍNEZ SANZ F., *Manual de Derecho Mercantil, Vol. I: Introducción y Estatuto del Empresario, Derecho de la Competencia y de la Propiedad Industrial y Derecho de Sociedades*, 26ª ed., edit. Tecnos, Madrid, 2019.

CARBAJO CASCÓN, F., “La marca de garantía como instrumento publicitario” en *Marca y publicidad comercial: un enfoque interdisciplinar*, Dir. MARTÍNEZ GUTIÉRREZ, A., 1ª ed., La Ley, Madrid, marzo 2009, edición electrónica, pgs. 1-32.

CASADO CERVIÑO, A., “Marcas colectivas y de garantía, marca derivada, marca internacional: el nombre comercial y el rótulo de establecimiento”, *Actualidad civil*, Nº3, 1990, pgs. 663-683.

CASADO NAVARRO, A., “La incorporación al ordenamiento español de la Directiva (UE) 2015/2436 sobre marcas y su incidencia en la regulación del nombre comercial: quiebras y disfunciones”, *Revista de estudios europeos*, Nº. 75 (Enero-Junio), 2020, pgs. 8-26.

CERNADAS LAZARÉ, M., “La modificación del sistema de marcas de la Unión Europea. Breve análisis de las propuestas de modificación del Reglamento de marca comunitaria y de la Directiva de marcas”, *ADI*, Tomo 34, 2013-2014, pgs. 311-323.

CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M^a. C., “Las marcas de garantía”, *La Ley mercantil*, nº 65 (Enero), 2020, edición electrónica, pgs. 1-27.

CHIJANE DAPKEVICIUS, D., *Derecho de Marcas*, Editorial Reus S.A, Madrid, 2007.

COSIALLS UBACH, A, M., “La Ley Agraria de Baleares”, *Revista de derecho agrario y alimentario*, año núm. 31, núm. 66, 2015, pgs. 71-106.

COSIALLS UBACH, A. M., y MUÑIZ ESPADA, E., “La nueva ordenación de la agricultura en Castilla y León: la Ley 1/2014, de 19 de marzo / / The new Agricultural Law of Castilla y Leon: Act 1/2014, 19th march.”, *Revista Jurídica de Castilla y León*, nº 36, Mayo 2015, pgs. 1-33.

COURTIS, C., “El juego de los juristas. Ensayo de caracterización de la investigación dogmática”, en AAVV, *Observar la ley: ensayos sobre metodología de la investigación jurídica*, (Coord. C. Courtis y pról. M. Atienza), Trotta, Madrid, 2006, pgs. 105-156.

DE MARTÍN MUÑOZ, A.J., “Marcas colectivas y denominaciones geográficas en la Ley 17/2001, de marcas”, *RDM*, núm. 247, 2003, pgs. 141-200.

-“La regulación de las marcas de garantía en la Ley 17/2001, de Marcas”, *La Ley: Revista jurídica española de doctrina, jurisprudencia y bibliografía*, nº 2, 2003, pgs. 1626-1641.

DOMINGUEZ GARCIA-BAQUERO, R., “Alimentos de calidad certificada”, *Agromar Andalucía: Revista de Información de la Consejería de Agricultura y Pesca de Andalucía*, nº 35, 2006, pgs. 4-8.

DUQUE DOMÍNGUEZ, J. F., “Consideraciones sobre algunos problemas de la interpretación en una sociedad globalizada”, *Líber amicorum prof. José María Gondra Romero* (Coord. D. Pérez Millán), Marcial Pons, Madrid 2012, pgs. 53-62.

ESMORÍS VARELA, N., “La sostenibilidad alimentaria en los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Trazando la ruta hacia una alimentación sostenible a escala rural”, *Distribución y consumo*, Año nº 30, nº 161, 2020, pgs. 58-62.

FERNÁNDEZ BARCALA, M., y GONZÁLEZ DÍAZ, M., “Los indicadores geográficos con garantía de calidad: organización y perspectivas en el sector agroalimentario”, *Revista Asturiana de Economía*, núm. 22, 2001, pgs. 27-46.

FERNANDEZ NOVOA, C., -“Título I. La Marca”, en *Manual de la Propiedad Industrial*, 3ª ed., Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A, Madrid, 2017, pgs. 487-722.

-“Las marcas defensivas” en el libro *Estudios de Derecho Mercantil* (libro homenaje al Prof. Dr. Dr. h.c. José Antonio Gómez Segade) Coord. por TOBÍO RIVAS, A. Mª, FERNANDEZ ALBOR- BALTAR, A., y TATO PLAZA, A., Eds, Marcial Pons, 2013, pgs. 651-654.

- *Tratado sobre derecho de marcas*, Marcial Pons, Madrid, 2001.

- “Las funciones de la marca”, *ADI*, Tomo V, 1978, pgs. 33-66.

GALLEGO SÁNCHEZ, E., “Marcas negras y derecho”, *La Ley mercantil*, nº 66 (febrero), 2020, edición electrónica, pgs. 1-15.

GALLEGO SÁNCHEZ, E., y FERNÁNDEZ PÉREZ, N., *Derecho Mercantil, Parte Primera*, 5ª ed., Tirant lo Blanch, Valencia, 2019.

GARCÍA ÁLVAREZ A. J., y GARCÍA DíEZ, A. J., “Productos de calidad: La I.G.P. Lechazo de Castilla y León”, *Revista agropecuaria y ganadera*, nº 805, 1999, pgs. 648-650.

GARCÍA PEREZ, R., “Crónica: la nueva ley de marcas de 7 de diciembre de 2001”, *Anuario da Facultade de Dereito da Universidade da Coruña*, nº 6, 2002, pgs. 1023-1032.

GÓMEZ LOZANO, M^a. M., “Sobre el uso de las marcas de garantía no registradas: (a propósito de la sentencia de la Audiencia Provincial de Salamanca, Sección 1ª, de 20 de diciembre de 2006, caso "Hornazo de Salamanca")”, *ADI*, Vol. 29, 2008-2009, pgs. 795-824.

- “Comentario al artículo 68”, en *Comentarios a la Ley de Marcas*, (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1123-1135.

- “Comentario al artículo 69”, en *Comentarios a la Ley de Marcas*, (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1137-1144.

- “Comentario al artículo 70”, en *Comentarios a la Ley de Marcas*, (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1145-1149.

- “Comentario al artículo 72”, en *Comentarios a la Ley de Marcas*, (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1155-1157.

- “Comentario al artículo 73”, en *Comentarios a la Ley de Marcas*, (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1159-1163.

- “Comentario a los artículos 74-78”, en *Comentarios a la Ley de Marcas*, (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1167-1178.

- *Denominaciones de Origen y Otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Pamplona, 2004.

- *Los Signos Distintivos en la Promoción de Destinos Turísticos*, Aranzadi, Pamplona, 2002.

GOMEZ LOZANO, M^a. M., y GONZALVEZ PEREZ, J. M., “Indicaciones geográficas, propiedad industrial y Constitución”, *Revista de Derecho de la Competencia y Distribución*, núm.12, 2013, pgs. 183-194.

GOMEZ MONTERO, J., “Competencias de las Comunidades Autónomas en materia de marcas y otros signos distintivos (Comentario a la Sentencia del TC de 3 de junio de 1999)”, *ADI*, Tomo 20, 1999, pgs. 489-510.

GONZÁLEZ PASCUAL, M., “Artículo 149” en *Comentario a la Constitución Española. 40 Aniversario 1978-2018. Libro Homenaje a Luis-López Guerra*, Dir. por PÉREZ TREMPES, P., y SÁINZ ARNÁIZ, A., Coord. por MONTESINOS PADILLA, C., Tomo II (Artículo 97 a Disposición Final), Tirant Lo Blanch, Valencia, 2018, pgs. 2039-2048.

GONZÁLVEZ PEREZ, J. M., “Distribución y sector agroalimentario: la identificación mediante una misma marca de productos amparados con diversas indicaciones geográficas”, *Aranzadi Doctrinal*, núm.2, 2015, pgs. 115-124.

GUILLEM CARRAU, J., “El debate sobre la complementariedad entre marcas y denominaciones geográficas”, *ADI*, Vol. 30, 2009-2010, pgs. 295-322.

- *Denominaciones geográficas de calidad. Estudio de su reconocimiento y protección en la OMC, la UE y el Derecho Español*, 1^a ed., Ed. Tirant Lo Blanch, Valencia, 2008.

HEREDIA SÁNCHEZ, L. S., “El Ayuntamiento de Barcelona pierde la batalla legal por el registro de la marca “Barcelona”. Análisis de la STS de 378/2018, de 7 de marzo”, *Revista Lex Mercatoria*, nº 8, 2018, pgs. 59-63.

HERRERA PETRUS, C., “Sobre la reforma de la Ley de Marcas”, *Món jurídic: butlletí del Col·legi d’Advocats de Barcelona*, nº. 327, 2020, pgs. 62-63.

ILLESCAS ORTIZ, R., “El derecho industrial y el régimen jurídico de la competencia” en *Lecciones de Derecho Mercantil*, coord. por Jiménez Sánchez G. J., y Díaz Moreno, A., 16ª ed., Tecnos, Madrid, 2013, pgs. 145-169.

LARGO GIL, R., “Reflexiones sobre la aplicación práctica de la figura de las marcas de garantía” en “*El Derecho Mercantil en el umbral del siglo XXI: libro homenaje al Prof. Dr. Carlos Fernández-Novoa con motivo de su octogésimo cumpleaños*”, coor. por JOSÉ ANTONIO GÓMEZ SEGADE y ÁNGEL GARCÍA VIDAL, Marcial Pons, Madrid, 2010, pgs. 459-474.

-*Las marcas colectivas y las marcas de garantía*, Thomson-Civitas, 2ª ed., Madrid, 2006.

-“Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de Marcas de 2001”, *CDC*, núm. 35, 2001, pgs. 129-184.

- *Las marcas de garantía*, Civitas, Madrid, 1993.

LARGO GIL, R., / MONGE GIL, A.L., “Título VIII Marcas comunitarias colectivas”, en CASADO CERVIÑO, A., / LLOBREGAT HURTADO, M.L., (coord), *Comentarios a los reglamentos sobre la marca comunitaria*, Vol. 1, 1ª ed., Madrid, 1996, pgs. 713-820.

LEMA DEVESA, C., “La marca de certificación en la Unión Europea”, *ADI*, Tomo 38, 2017-2018, pgs. 207-221.

LEMA RASTROJO, S., “Nuevo concepto de marca. Especial referencia a las marcas olfativas”, *Revista Aranzadi Doctrinal*, nº 9, 2017, pgs. 181-192.

LLOBREGAT HURTADO, Mª. L., “Caracterización jurídica de las marcas olfativas como problema abierto”, *Revista de Derecho Mercantil*, nº 227, Madrid, 1998, pgs. 51-116.

LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, Civitas, Madrid, 2002, (2ª ed., 2007).

LÓPEZ PÉREZ, F., “Ley 5/2018, de 6 de marzo, de la Generalitat, de la Huerta de Valencia”, *Actualidad Jurídica Ambiental*, núm. 78 (Abril), 2018, pgs. 82-85.

MARCO ALCALÁ, L. A., “La nueva regulación del Derecho de marcas en la Unión Europea: comentario breve de la nueva Directiva sobre marcas y de la modificación del Reglamento sobre la Marca de la Unión Europea”, *ADI*, Tomo 36, 2015-2016, pgs. 391-402.

MARTÍNEZ GUTIÉRREZ, A., *La tutela comunitaria de las denominaciones geográficas. Conflictos con otros signos distintivos*, Atelier, Barcelona, 2008, pgs. 32-33.

MIGUEL CARVALHO, M., “La marca descriptiva: comentario a la Sentencia del TJCE de 12 de febrero de 2004, caso *Postkantoor*”, *ADI*, Tomo XXV, 2004-2005, pgs. 695-712.

MONDÉJAR PEDREÑO, R., “Aproximación a las relaciones entre el derecho alimentario y el derecho ambiental. (Parte 1)”, *Revista de la Escuela Jacobea de Postgrado*, nº 18, 2020, edición electrónica, pgs. 1-62.

MONGE GIL, A. L., “Las marcas colectivas”, *ADI*, Tomo XVI, 1994-95, Madrid, 1983, pgs. 201-244.

MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M^a. P., “El nuevo régimen de las marcas colectivas”, *La Ley Mercantil*, nº 66 (Febrero), 2020, edición electrónica, pgs. 1-30.

-“Signos distintivos de calidad para productos no agrícolas”, *ADI*, tomo 38, 2017-2018, pgs. 245-269.

-“Análisis crítico de la reforma del Derecho de marcas de la Unión Europea”, *La Ley Mercantil*, nº 22, 2016, edición electrónica, pgs. 1-23.

-“Las marcas de garantía o de certificación”, *La Ley mercantil*, nº 15 (junio), 2015, edición electrónica, pgs. 1-38.

NÚÑEZ LOZANO, P.L., “Los Instrumentos del tráfico empresarial” en *Nociones de Derecho Mercantil*, Coord. por JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. J., y LA CASA GARCÍA, R., 13^a ed., Marcial Pons, Madrid, 2020, pgs. 99-120.

OLAVI PEREZ-BUSTAMANTE ILANDER, G.: “Denominaciones de origen y marcas de garantía: una aplicación al caso asturiano”. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, Nº. 8, 1997 (Ejemplar dedicado a: Economía de la salud: eficiencia y gestión), pgs. 187-204.

OTERO LASTRES, J.M., “La representabilidad de la marca en el nuevo derecho europeo de marcas”, *La Ley Mercantil*, nº 23 (Marzo), 2016, edición electrónica, pgs. 1-13.

- “La representación de la marca en las propuestas comunitarias”, *Actas de derecho industrial y derecho de autor*, Tomo 33, 2012-2013, pgs. 417-428.

-“La definición legal de marca en la nueva Ley española de marcas”, *ADI*, Tomo XXII, 2001, pgs. 195-214.

PALMA FERNÁNDEZ, J.L., *Derecho agroalimentario 2018*, 6ª ed., Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid, 2018.

PEINADO GRACIA, J.I., “Derecho industrial. La marca como signos distintivos de los productos o servicios. El nombre comercial como distinción del empresario en el mercado”, en *Lecciones de Derecho Mercantil*, Vol. I, Dir. por Aurelio Menéndez y Ángel Rojo y Coord. por Mª Luisa Aparicio, 11ª ed., Civitas - Thomson Reuters, 2013, pgs. 279-300.

PÉREZ CARRILLO, E. F., “Aproximación a la reforma del sistema de marcas en la Unión Europea”, *ADI*, Tomo 36, 2015-2016, pgs. 415-426.

PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., “La propiedad industrial e intelectual: teoría general. Signos distintivos”, en *Lecciones de Derecho Mercantil*, Dir. por Aurelio Menéndez y Coord. por Mª Luisa Aparicio González, 7ª ed., Ed. Civitas Thomson Reuters, Pamplona, 2009, pgs. 195-216.

-*Derecho de la Propiedad Industrial, Intelectual y de la Competencia*, Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A., Madrid, 2008.

RAMON FERNANDEZ, F., “Las marcas de calidad y las denominaciones de origen de los productos agrarios y agroalimentarios” en “*El derecho agrario valenciano y su aplicación a la empresa familiar agroalimentaria y los usos del suelo. Aspectos jurídicos y económicos*”, coor. por Ramón Fernández, F., ed. Tirant Lo Blanch, Valencia, 2013, pgs. 157-214.

RAMÓN FERNÁNDEZ, F., y HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, A., “La marca de calidad “CV” para productos agrarios y agroalimentarios”, *Revista de Derecho Civil Valenciano*, nº 7, 2010, edición electrónica, pgs. 1-7.

RECUERDA GIRELA, M. A., *Tratado de Derecho Alimentario*, Thomson-Aranzadi, Cizur Menor, 2011.

RIVERO GONZÁLEZ, M^a, D., “Los problemas que presentan en el mercado las nuevas marcas cromáticas y olfativas”, *RDM*, núm. 238, Madrid, 2000, pgs. 1645-1688.

RUIZ DE VELASCO, A., “Manual de Derecho Mercantil”, 3^a ed., Universidad Pontificia Comillas, Madrid, 2007.

RUIZ MUÑOZ, M., “Signos contrarios a la Ley, al orden público o a las buenas costumbres”, *Revista de derecho de la competencia y la distribución*, nº 26, 2020, edición electrónica, pgs. 1-21.

SÁNCHEZ CALERO, F., y SÁNCHEZ – CALERO GUILARTE, J., “Protección de los signos distintivos de la empresa”, en *Instituciones de Derecho Mercantil*, Vol. I, 37^a ed. (décima en Aranzadi), Thomson Reuters Aranzadi, 2015, Pamplona, pgs. 273-301.

SANCHEZ HERNANDEZ, A., “Régimen jurídico de la protección de la calidad agroalimentaria en España” en *Derecho Agrario y Agroalimentario Español y de la Unión Europea*, coord. por Amat Llombart, P., Ed. Tirant lo Blanch, Valencia, 2007, pgs. 485-524.

SELAS COLORADO, A., *Comentarios a la Ley de Marcas*, Difusión Jurídica y Temas de Actualidad, S.A., Barcelona, 2002.

SELLERS RUBIO, R., “La importancia de la marca colectiva en la comercialización de productos agroalimentarios”, en *El sector agroalimentario: Sostenibilidad, cooperación y expansión*, coord. por ABADÍA SÁNCHEZ, R., y MELGAREJO MORENO, J., Ayuntamiento de Orihuela: Universitat d’Alacant / Universidad de Alicante, 2017, pgs. 197-216.

TATO PLAZA, A., “Libertad de expresión y prohibición de registro de marcas contrarias al orden público o a las buenas costumbres”, *Indret: Revista para el Análisis del Derecho*, Nº1, 2020, edición electrónica, pgs. 1-27.

TORRUBIA CHALMETA, B., “El requisito de la representación gráfica: un límite de acceso al registro para las marcas no visuales”, *ADI*, Tomo 32, 2011/2012, pgs. 389-416.

VALENZUELA GARACH, F., “Método científico y Derecho Mercantil”, *Revista de Estudios Jurídicos*, núm. 9, 2009, edición electrónica, pgs. 1-23.

VALMAÑA OCHAÍTA, M., “La representación de la marca tras la reforma de los Derechos comunitario y español”, *La Ley Mercantil*, nº 78 (marzo), 2021, edición electrónica, pgs. 113.

VAREA SANZ, M., “Comentario al artículo 62”, en *Comentarios a la Ley de Marcas* (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1071-1086.

-“Comentario al artículo 63”, en *Comentarios a la Ley de Marcas* (Dir. por A. BERCOVITZ y J.A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1087-1099.

-“Comentario al artículo 64”, en *Comentarios a la Ley de Marcas* (Dir. por A. BERCOVITZ y J.A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1101-1105.

-“Comentario al artículo 65”, en *Comentarios a la Ley de Marcas* (Dir. por A. BERCOVITZ y J.A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs.1107-1109.

-“Comentario al artículo 66”, en *Comentarios a la Ley de Marcas* (Dir. por A. BERCOVITZ y J. A. GARCÍA-CRUCES), Aranzadi, Pamplona, 2ª ed., 2008, pgs. 1111-1113.

NORMATIVA BÁSICA

NORMATIVA COMUNITARIA

Reglamento de ejecución (UE) 2018/626 de la Comisión de 5 de marzo de 2018 por el que se establecen normas de desarrollo de determinadas disposiciones del Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la marca de la Unión Europea, y se deroga el Reglamento de Ejecución (UE) 2017/1431.

Reglamento delegado (UE) 2018/625 de la Comisión de 5 de marzo de 2018 que complementa el Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la marca de la Unión Europea y deroga el Reglamento Delegado (UE) 2017/1430.

Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de junio de 2017 sobre la marca de la Unión Europea.

Directiva (UE) 2015/2436, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2015, relativa a la aproximación de legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas.

Reglamento 1151/2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.

NORMATIVA NACIONAL

Real Decreto-Ley 23/2018, de 21 de diciembre, de transposición de Directivas en materia de marcas, transporte ferroviario y viajes combinados y servicios de viaje vinculados.

Ley 28/2015, de 30 de julio, para la defensa de la calidad alimentaria.

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

Real Decreto 687/2002, de 12 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

Ley 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas.

Constitución Española, de 28 de diciembre de 1978.

NORMATIVA AUTONÓMICA

ANDALUCÍA

Ley 2/2011, de 25 de marzo, de la Calidad Agroalimentaria y Pesquera de Andalucía.

Decreto 242/2001, de 6 de noviembre, por el que se regula la marca “Calidad Certificada” para productos agroalimentarios y pesqueros.

ARAGÓN

Orden de 25 de julio de 2007, del Departamento de Agricultura y Alimentación por la que se establece el sistema de gestión, uso y control de la marca “C’alial” en alimentos de calidad diferenciada.

Ley 9/2006, de 30 de Noviembre de Calidad Alimentaria de Aragón.

CANTABRIA

Decreto 12/2017, de 9 de marzo, por el que se regulan las condiciones para obtener la autorización del uso de la marca de garantía “Alimentos de Cantabria”.

Decreto 166/2003, de 25 de septiembre, por el que se regulan las condiciones para obtener la autorización del uso de la marca de garantía “CC Calidad Controlada”, para productos alimentarios.

CASTILLA – LA MANCHA

Decreto 73/2010, de 25/05/2010 por el que se regula la Marca de Calidad Agroalimentaria de Castilla – La Mancha, “Castilla- La Mancha Calidad Diferenciada”.

Ley 7/2007, de 15 de marzo, de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha.

CASTILLA Y LEÓN

Ley 1/2014, de 19 de marzo, Agraria de Castilla y León.

Decreto 9/2010, de 25 de febrero, por el que se deroga el Decreto 6/2005, de 13 de enero, por el que se establece el distintivo de calidad para los productos agroalimentarios de Castilla y León y se establece la obligación de uso de la marca de garantía “Tierra de

Sabor” en las actividades institucionales de promoción de los productos agroalimentarios de Castilla y León.

CATALUÑA

Decreto 285/2006, de 1 de julio, por el que se desarrolla la Ley 14/2003, de 13-6-2003, de Calidad Agroalimentaria de Cataluña.

Ley 14/2003, de 13 de junio, de Calidad Agroalimentaria.

Ley 18/2001 de 31 de diciembre, de Orientación Agraria.

COMUNIDAD DE MADRID

Orden 2370/2014, de 11 de noviembre, de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio, por la que se establece el Reglamento de Uso de la Marca de Garantía "M PRODUCTO CERTIFICADO".

COMUNIDAD VALENCIANA

Ley 5/2019, de 28 de febrero, de estructuras agrarias de la Comunidad Valenciana.

Ley 5/2018, de 6 de marzo, de la Huerta de Valencia.

Ley 3/2013, de 26 de julio, de los contratos y otras relaciones jurídicas agrarias.

Ley 35/2011, de 4 de octubre, sobre titularidad compartida de las explotaciones agrarias.

Decreto 91/1998, de 16 de junio, del Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el reglamento de la marca de calidad “CV” para productos agrarios y agroalimentarios.

EXTREMADURA

Decreto 3/2020 de 12 de febrero, por el que se establecen las condiciones de uso de las marcas promocionales de titularidad de la Junta de Extremadura y se establecen las condiciones mínimas de los Reglamentos de uso.

Ley 6/2015, de 24 de marzo, Agraria de Extremadura.

GALICIA

Decreto 4/2007, de 18 de enero, que regula las denominaciones geográficas de calidad del sector alimentario y sus consejos reguladores.

Ley 2/2005, de 18 de febrero, de promoción y defensa de la calidad alimentaria gallega.

Decreto 382/1994, del 15 de diciembre, por el que se crea la sociedad mercantil Galicia Calidade, S.A.

ISLAS BALEARES

Ley 3/2019, de 31 de enero, agraria de las Illes Balears.

ISLAS CANARIAS

Ley 6/2019, de 9 de abril, de Calidad Agroalimentaria.

LA RIOJA

Decreto 38/2014, de 29 de agosto, por el que se aprueba el reglamento de uso de la marca de garantía agroalimentaria “Alimentos de La Rioja Calidad Garantizada”.

Ley 5/2005, de 1 de junio, de los sistemas de protección de la calidad agroalimentaria.

Decreto 6/1999, de 19 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento que establece la Marca de Garantía "RC" para productos agrarios y agroalimentarios.

PAÍS VASCO

Ley 17/2008, de 23 de diciembre, de Política Agraria y Alimentaria.

PRINCIPADO DE ASTURIAS

Ley 2/2019, de 1 de marzo, de calidad alimentaria, calidad diferenciada y venta directa de productos alimentarios.

Resolución de 1 de junio de 2017, de la Consejería de Desarrollo Rural y Recursos Naturales, por la que se establece el Reglamento de Uso de la marca “Alimentos del Paraíso Natural”.

REGIÓN DE MURCIA

Decreto 67/2001, de 21 de septiembre, por el que se crea la marca de garantía para productos agrarios y agroalimentarios y se aprueba su reglamento de uso.

REPERTORIO DE JURISPRUDENCIA

TRIBUNAL GENERAL DE LA UNIÓN EUROPEA

STGUE, Sala Quinta ampliada, de 7 de julio de 2021, As. T-668/19 (Caso Ardagh Metal Beverage Holdings GmbH & Co. KG)

STGUE, Sala Séptima, de 12 de diciembre de 2019, As. T-683/18 (Caso Cannabis store Amsterdam)

STGUE, Sala Sexta, de 24 de enero de 2018, As. T-69/17 (Caso “*Fack Ju Göhte*”)

STGUE, Sala Novena, de 15 de marzo de 2018, As. T-1/17 (Caso La Mafia se sienta a la mesa)

STGUE, Sala Primera, de 9 de marzo de 2012, As. T-417/10 (Caso “*¡Que buenu ye! HIJOPUTA!*”)

STGUE, Sala Cuarta, de 17 de mayo de 2011, As. T-341/09 (Caso Txakoli)

STGUE, Sala Tercera, de 5 de octubre de 2011, As. T-526/09 (Caso “*Paki*”)

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA UNIÓN EUROPEA

STJ, Sala Segunda, de 2 de mayo de 2019, As. 614/17 (Caso DOP Queso Manchego)

STJ, Sala Segunda, de 20 de septiembre de 2017, asuntos acumulados C-673/15P a C-676/15P (Caso Darjeeling)

STJ, Sala Segunda, de 8 de junio de 2017, As. C-689/15 (Caso Flor de Algodón)

STJ, Sala Primera, de 1 de diciembre de 2011, Asuntos acumulados C-446/09 y C-495/09 (Caso *Koninklijke Philips Electronics* y caso *Nokia Corporation*)

STJ, Sala Primera, de 22 de septiembre de 2011, As. C-323/09 (Caso Interflora)

STJ, Sala Segunda, de 6 de octubre de 2009, As. C-301/07 (Caso Pago International GmbH)

STJ, Gran Sala, de 11 de septiembre de 2007, As. C-17/06, (Caso *Céline SARL* y *Céline SA*)

STJ, Gran Sala, de 16 de noviembre del 2004, As. C-245/02, (Caso Anheuser-Busch Inc. y *Budějovický Budvar*)

STJ, Sala Sexta, de 12 de febrero de 2004, As. C-363/99 (Caso *Postkantoor*)

STJ, de 12 de diciembre de 2002, As. C-273/00 (Caso *Siekman*)

STJ, de 12 de noviembre de 2002, As. C-206/01 (Caso *Arsenal Football Club plc.*),

STJ, de 18 de junio de 2002, As. C299/99 (Caso *Philips.*)

STJ, de 4 de octubre de 2001, As. C-517/99 (Caso *Merz & Krell GmbH & Co.*)

STJ, de 14 de septiembre de 1999, As. C-375/97 (Caso *General Motors*)

STJ, de 4 de mayo de 1999, Asuntos acumulados C-108/97 y C-109/97 (Caso *Windsurfing Chiemsee Produktions*).

STJ, de 23 de febrero de 1999, As. C63/97 (Caso *BMW*)

STJ, Sala Quinta, de 16 de julio de 1998, As. C-210/96 (Caso *Gut Springenheide GmbH.*)

STJ, de 17 de octubre de 1990, As. C-10/89 (Caso *Hag GF AG.*)

STJ, de 23 de mayo de 1978, As. 102/77 (Caso *Hoffmann-La Roche*)

TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA EUROPEO

Sentencia de la Sala Tercera de 27 de octubre de 2005, As. T-305/04, (Caso *Eden SARL*)

TRIBUNAL CONSTITUCIONAL

STC, 74/2021, de 18 de marzo de 2021 (ECLI:ES:TC:2021:74)

STC, 6/2014, de 27 de enero de 2014 (ECLI:ES:TC:2014:6)

STC, 103/1999, de 3 de junio de 1999 (ECLI:ES:TC:1999:103)

STS, 188/1989, de 16 de noviembre de 1989 (ECLI:ES:EC:1989:188)

TRIBUNAL SUPREMO

SALA DE LO CIVIL

STS, Sala de lo Civil, Sección 1ª, de 18 de julio de 2019 (ROJ: STS 2464/2019)

STS, Sala de lo Civil, Sección 1ª, de 28 de marzo de 2005 (ROJ: STS 1875/2005)

STS, Sala de lo Civil, Sección 1ª, de 10 de mayo de 2004 (ROJ: STS 3143/2004)

STS, Sala de lo Civil, Sección 1ª, de 22 de enero de 2000 (ROJ: STS 296/2000)

STS, Sala de lo Civil, Sección 1ª, de 17 de marzo de 2000 (ROJ: STS 2167/2000)

STS, Sala de lo Civil, Sección 1ª, de 11 de junio de 1990 (ROJ: STS 10998/1990)

STS, Sala de lo Civil, de 30 de abril de 1986 (RJ 1986/2045)

SALA DE LO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 24 de septiembre de 2018 (ROJ: STS 3162/2018)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 7 de marzo de 2018 (ROJ: 708/2018)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 21 de julio de 2015 (ROJ: STS 3627/2015)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 22 de junio de 2012 (ROJ: STS 4750/2012)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 5 de marzo de 2012 (ROJ: STS 1216/2012)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 18 de noviembre de 2011 (ROJ: STS 7629/2011)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 10 de mayo de 2011 (ROJ: STS 2534/2011)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 23 de febrero de 2011 (ROJ: STS 780/2011)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 16 de febrero de 2011 (ROJ: STS 552/2011)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 15 de diciembre de 2010 (ROJ: STS 6848/2010)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 25 de junio de 2009 (ROJ: STS 4354/2009)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 2 abril de 2009 (ROJ: STS 1529/2009)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 29 de junio de 2005 (ROJ: STS4317/2005)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 25 de marzo de 2009 (ROJ: STS 1392/2009)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 11 de julio de 2007 (ROJ: STS 4909/2007)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 22 diciembre 2004 (RJ 2004\8186)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 20 de octubre de 2004 (ROJ: STS 6646/2004).

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 6 de julio de 2004 (RJ 2004/5425)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 28 de octubre de 2003 (ROJ: STS 6672/2003)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª, de 10 de octubre de 2003 (ROJ: STS 6204/2003)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 1ª, de 9 de mayo de 1990 (ROJ: STS 12053/1990)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, de 23 de febrero de 1983 (RJ 1983/926)

STS, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 1ª, de 18 de febrero de 1981 (ROJ: STS 733/1981)

SENTENCIAS DE LOS TRIBUNALES SUPERIORES DE JUSTICIA

STSJ de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 27 de febrero 2019 (ROJ: STSJ M 1619/2019)

STSJ de Andalucía, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 1ª, de 4 de junio de 2018 (ROJ: STSJ AND 9823/2018)

STSJ de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 5 de febrero de 2018 (ROJ: STSJ M 827/2018)

STSJ de Cataluña, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 5ª, de 28 de diciembre de 2017 (ROJ: STSJ CAT 12348/2017)

STSJ de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 7 de octubre de 2015 (ROJ: STSJ M 11559/2015)

STSJ de Castilla y León, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 1ª, de 25 de febrero de 2014 (ROJ: STSJ CL 857/2014).

STSJ del País Vasco, Sala de lo Contencioso, Sección 3ª, de 1 de octubre de 2014 (ROJ: STSJ PV 3148/2014)

STSJ de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 14 de mayo de 2013 (ROJ: STSJ M 6149/2013)

STSJ de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 12 de julio de 2012 (ROJ: STSJ M 11145/2012)

STSJ de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 27 de octubre de 2011 (ROJ: STSJ M 13177/2011)

SENTENCIAS DE LAS AUDIENCIAS PROVINCIALES

SAP de Burgos, Sección 3ª, de 16 de abril de 2014 (ROJ: SAP BU 258/2014)

SAP de Logroño, Sección 1ª, de 7 de septiembre de 2012 (ROJ: SAP LO 494/2012)

SAP de Granada, Sección 3ª, de 20 de enero de 2006 (ROJ: SAP G 35/2006)

SAP de Salamanca, Sección 1ª, de 20 de diciembre de 2006 (ROJ: SAP SA 771/2006)

SAP Barcelona, Sección 15ª, de 21 de diciembre de 2004 (ROJ: SAP B 15307/2004)

SAP de Barcelona, Sección 15ª, de 18 de junio de 1999 (ROJ: SAP B 6486/1999)

SENTENCIAS DE LOS JUZGADOS DE LO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO

SJCA de Ourense, Sección 1ª, de 20 de noviembre de 2013 (ROJ: SJCA 2239/2013)

SJCA de Vigo, Sección 2ª, de 9 de marzo de 2012 (ROJ: SJCA 2927/2012)

SENTENCIAS DE LOS JUZGADOS DE LO MERCANTIL

SJM de Valencia, Sección 3ª, de 6 de marzo de 2020 (ROJ: SJM V 17/2020)