

### Denominaciones de Origen

### Vinos: Una marca para cualquier denominación de Origen

El pasado mes de marzo el Tribunal Supremo zanjó una de las cuestiones más controvertidas que hasta la fecha han enfrentado a Bodegas y Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas.

El problema trae causa en la petición de anulación del artículo 30 del Reglamento de la Denominación de Origen "Penedés" por considerar que el organismo del que emana dicha norma (en este caso la Generalitat de Catalunya) se extralimitaba al exigir una "marca específica" para los vinos protegidos bajo esa D.O. ya que carece de competencia para dictar normas en materia de marcas.

Enfrente, la Federación Española del Vino (FEV) defensora desde hace años de la tesis de que, bajo el pretexto de garantizar al consumidor la perfecta diferenciación entre un vino amparado por una denominación de origen protegida de otros que no la tienen, los Reglamentos reguladores de las Denominaciones de Origen (y sobre todo, las prácticas por parte de los Consejos Reguladores en la aplicación de dichos Reglamentos) llevaban, indirectamente, a regular sobre una cuestión constitucionalmente reservada al Estado, como es la Propiedad Industrial y en concreto las Marcas.

A esta situación de hecho se llegaba al exigir, no solo el cumplimiento de los requisitos de origen, ubicación de viñedos, elaboración y embotellado necesarios para ser calificado un vino como de una determinada denominación protegida, sino la justificación (y a veces el compromiso de futuro) de contar con una marca registrada diferente a otras, aun del mismo titular, que no hubiera sido usada en otra denominación de origen y con el compromiso de no usarla, con posterioridad, en otra distinta.

Así pues, exigir una "marca específica" para un vino de la D.O. Penedés parece que chocaba con la propia Ley de Marcas que no contiene ninguna salvedad ni limitación al titular de una marca registrada al respecto, así como con la Ley de la Viña y el Vino que tampoco contiene esa exigencia.

No obstante, esta explícita redacción del artículo del Reglamento regulador de la D.O. Penedés (exigencia de "marcas específicas") no encuentra su homólogo en otros Reglamentos de otras denominaciones de origen. De hecho, la mayoría de ellos utiliza expresiones en su vertiente prohibitiva o excluyente más que en la positiva de exigencia; muchos de ellos, además, matizados por una suerte de "consentimiento personalizado" si el Consejo Regulador correspondiente no ve amenazada la garantía de calidad. Así, por ejemplo, el artículo 28 de la D.O. Rioja establece:

*Las marcas, símbolos, leyendas publicitarias o cualquier tipo de propaganda que se utilicen aplicados a los vinos protegidos por la denominación que regula este Reglamento no podrán ser empleados bajo ningún concepto, ni siquiera por los propios titulares, en la comercialización de otros vinos o bebidas derivadas de vino, salvo cuando el Consejo Regulador, a petición del interesado, entienda que la aplicación de estos nombres no puede causar perjuicio a los vinos amparados, en cuyo caso elevará la propuesta a la Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación.*



Salvador Díaz Prades  
Socio  
Director de la Oficina  
de Valencia



O por su parte, el art. 19 de la D.O. **Rías Baixas**:

*Las marcas que figuran autorizadas, así como los símbolos, emblemas, leyendas publicitarias o cualquier otro tipo de propaganda, que se empleen aplicados a los vinos protegidos por la denominación de origen Rías Baixas, no podrán ser utilizados en la comercialización de otros vinos, o bebidas derivadas del vino, excepto en los aguardientes amparados por la denominación específica Orujo de Galicia.*

*Excepcionalmente, cuando el consejo regulador, a petición del interesado, entienda que la aplicación de estos nombres en otras bebidas derivadas del vino no pueda causar perjuicio a los vinos amparados, elevará la propuesta sobre su aplicación a la Consellería de Agricultura, Ganadería y Montes.*

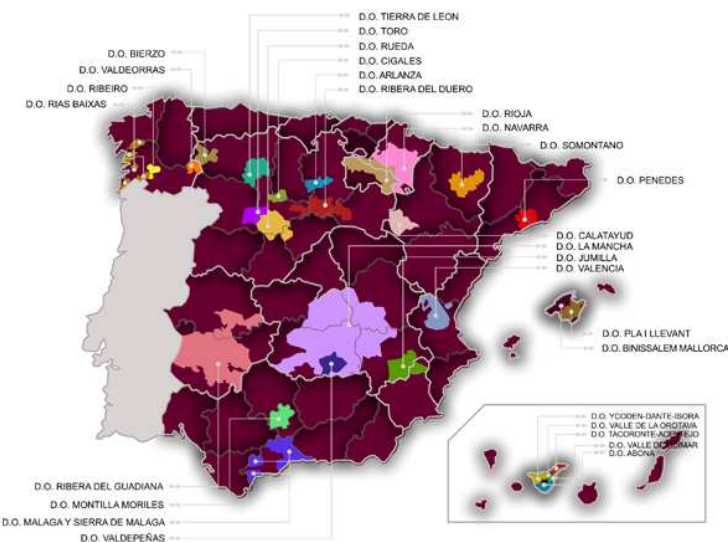
Otros, sin embargo, sólo extienden esta prohibición a vinos que no cumplan el mismo nivel de calidad. Así, el artículo 25.2 del Reglamento de la D.O. **Valencia**, establece:

*Las marcas, símbolos, emblemas, leyendas publicitarias o cualquier otro tipo de propaganda que se utilicen aplicados a los vinos calificados por la denominación de origen que regula este reglamento no podrán ser empleados de manera simultánea bajo ningún concepto, ni siquiera por los propios titulares, en la comercialización de otros vinos, o bebidas derivadas de vino, **únicamente podrán ser empleados en la comercialización de vinos de calidad con un nivel de protección de DOP o IGP.***

Finalmente, en otros Reglamentos, la prohibición es mucho más laxa (y, a tenor de lo sentenciado por el Tribunal Supremo más acorde con el espíritu de la Ley, como veremos). En esta línea, el artículo 33.2 de la D.O. **Cava** establece:

*Las marcas utilizadas en la presentación de un "CAVA", no podrán utilizarse, simultáneamente, en el etiquetado de otros vinos y bebidas derivadas del vino, **presentados en botella clásica de vinos espumosos.***

Sin embargo, en la práctica, algunos Consejos Reguladores permiten al titular de una marca registrada la coexistencia de la misma marca con otros vinos de diferente procedencia, normalmente, si la zona geográfica pertenece a la misma Comunidad Autónoma. De esta forma, la aprobación de una marca para un vino de **Rueda** podía ser utilizada para otro de **Ribera del Duero** o viceversa.



Así pues, con esta amalgama de normas y prácticas locales, la bodega titular de una marca registrada comenzaba un periplo de incierto final para la aprobación de sus etiquetas según la denominación de origen bajo la cual pretendiera embotellar, permitiéndose en algunos casos la misma marca; en otros, sólo si añadía algún elemento denominativo o prohibiéndoselo, tajantemente, en los más.

Estas facultades prohibitivas traen su causa de la interpretación que del artículo 18 de la Ley 24/2003 de la Viña y el Vino realizan las distintas Comunidades Autónomas al trasladarlos a los Reglamentos de las Denominaciones de Origen correspondientes y sus Consejos Reguladores, a quienes se les atribuye la responsabilidad de garantizar el origen, la calidad y reputación de los vinos por ellos protegidos.

El mencionado artículo 18 establece que:

1. *Los nombres geográficos asociados a cada nivel no podrán utilizarse para la designación de otros productos del sector vitivinícola, salvo los supuestos amparados en la normativa comunitaria.*
2. *La protección se extenderá desde la producción a todas las fases de comercialización, a la presentación, a la publicidad, al etiquetado y a los documentos comerciales de los productos afectados. La protección implica la prohibición de emplear cualquier indicación falsa o falaz en cuanto a la procedencia, el origen, la naturaleza o las características esenciales de los vinos en el envase o en el embalaje, en la publicidad o en los documentos relativos a ellos.*

3. Los nombres geográficos que sean objeto de un determinado nivel de protección no podrán ser empleados en la designación, presentación o publicidad de vinos que no cumplan los requisitos de dicho nivel de protección, aunque tales nombres vayan traducidos a otras lenguas o precedidos de expresiones como "tipo", "estilo", "imitación" u otros similares, ni aun cuando se indique el verdadero origen del vino. Tampoco podrán emplearse expresiones del tipo "embotellado en ...", "con bodega en ..." u otras análogas.
4. Las marcas, nombres comerciales o razones sociales que hagan referencia a los nombres geográficos protegidos por cada nivel únicamente podrán emplearse en vinos con derecho al mismo, sin perjuicio de lo previsto en la correspondiente normativa comunitaria.
5. Los operadores del sector vitivinícola deberán introducir en las etiquetas y presentación de los vinos, elementos suficientes para diferenciar de manera sencilla y clara su calificación y procedencia, y para evitar, en todo caso, la confusión en los consumidores.

La Sentencia de 5 de marzo de 2012 del Tribunal Supremo viene a realizar una interpretación, sin fisuras, del conflicto:

En primer lugar viene a sentar que la competencia en legislación en materia de Marcas está reservada al Estado en virtud del art. 149 de la Constitución por lo que una norma autonómica (en este caso una Orden de Consellería) no puede exigir el uso de una **"marca específica"** para los productos de un determinado origen porque ello supone una extralimitación de sus competencias.

En segundo lugar, esta interpretación por la que no puede exigirse diferentes marcas para vinos de distintas procedencia, es perfectamente acorde con:

1. La Ley de Marcas, que otorga una eficacia general a la marca registrada en todo el territorio español, no limitando a su titular en función de la zona geográfica de la cual provenga su producto.
2. Con la Ley de la Viña y el Vino que, por un lado, alude a "nombres geográficos asociados a cada nivel" y, por otro, lo que exige en las etiquetas son **"elementos suficientes para diferenciar de manera sencilla y clara su calificación y procedencia, y para evitar, en todo caso, la confusión en los consumidores"**
3. Por último, con el espíritu garante atribuido a los Consejos Reguladores, cuya responsabilidad está no en prohibir una marca si ya está siendo utilizada en otra D.O. sino en exigir que las etiquetas cumplan con la incorporación de elementos suficientes que eviten la confusión en el consumidor en cuanto al origen y características del vino.



Finalmente, aprovecha la Sentencia del Tribunal Supremo para matizar la propia de 6 de mayo de 2009 en la cual, en un conflicto similar al actual, daba la razón al Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja.

Dice textualmente nuestra más alta magistratura lo siguiente:

"La sentencia de 6 de mayo de 2009 debe considerarse, pues, matizada por la presente de modo que se admita 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"

MADRID	VALENCIA	MURCIA	BARCELONA	ALICANTE	VIGO
C/Amador de los Ríos, 1, 1º 28010 Madrid Tfn. 91 702 03 31 Fax. 91 308 37 05	Av/Cortes Valencianas, 37-31b 46015 Valencia Tfn. 96 346 53 73 Fax. 96 346 53 74	C/Princesa 12, 1º A Of. 3 30002 Murcia Tfn. 968 35 00 18 Fax. 96 346 53 74	C/Viladomat 319, 1º-4ª 08029 Barcelona Tfn. 93 363 42 41 Fax. 93 430 29 98	C/Capitán Dema, 1-3º-1 03007 Alicante Tfn. 96 659 69 74 Fax. 96 346 53 74	C/Colón, 10, 5º 36201 Vigo Tfn. 986 44 28 38 Fax. 986 22 61 10