

NORMAS DE PROTECCIÓN DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS EN EL DERECHO ESPAÑOL

Ana Carretero

(Profesora Contratada Doctora Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo.
Universidad de Castilla-La Mancha)

I. INTRODUCCIÓN

Dentro de nuestro Derecho es posible distinguir entre dos categorías de signos que permiten al consumidor identificar y diferenciar tanto a los distintos operadores económicos que funcionan en el mercado como a los productos o servicios que éstos ofrecen frente al resto de competidores:

- 1) Los signos distintivos de la empresa, tales como la marca (que distingue los bienes o servicios que produce, distribuye o presta una empresa); el nombre comercial (que identifica al propio empresario); y el rótulo de establecimiento (que identifica el local abierto al público).
- 2) Y los signos distintivos en el tráfico económico, tales como las indicaciones geográficas, las marcas colectivas y de garantía, o las referencias agricultura ecológica y agricultura integrada, que valorizan los productos, avalan una calidad y ofrecen información al consumidor.

No hay que olvidar que, ante los escándalos alimentarios, los ciudadanos están preocupados por la calidad de los productos y quieren garantías de que los alimentos son inocuos y no constituyen una amenaza para la salud.

La Organización Internacional de Normalización (ISO) define la calidad como la capacidad de un producto o servicio para satisfacer las necesidades declaradas o implícitas del consumidor a través de sus propiedades o características.

Nos encontramos, por tanto, ante un concepto ambiguo, que se perfila en función de las preferencias del consumidor. Preferencias ligadas en la sociedad actual a aspectos relacionados con la seguridad alimentaria, la sostenibilidad del medio ambiente y los valores nutricionales. Seguridad alimentaria entendida como equivalente a inocuidad, es decir, a que el alimento se encuentre libre de posibles contaminaciones que puedan suponer un peligro para la salud. Sostenibilidad ligada al fomento de técnicas de producción integradas y ecológicas respetuosas con el medio ambiente y la preservación de los recursos naturales. Y calidad nutricional dirigida a cubrir las necesidades del organismo de acuerdo con una dieta sana y equilibrada.

La calidad se define así por una serie de atributos de valor y satisfacción que diferencian a los productos en función de factores socioculturales, tradicionales, medioambientales, éticos, etc. El consumidor busca características organolépticas distintivas (productos con características o propiedades singulares debido a la relación del ser humano con el medio geográfico); demanda determinadas tradiciones gastronómicas (alimentos producidos o elaborados a través de métodos tradicionales); valora el respeto medioambiental y la preservación de los recursos naturales (productos ecológicos e integrados); o decide en función de las condiciones de trabajo (comercio justo).

De modo que, cada vez más, cuando compramos un producto no sólo observamos una serie de signos exigidos por disposiciones legales (como las normas de etiquetado por ejemplo), sino también una serie de signos con funciones distintivas de calidad utilizados voluntariamente por quienes producen o elaboran esos productos dirigidos a generar confianza en el consumidor y como instrumento de promoción. Van surgiendo así sistemas voluntarios de control y certificación a través de los que una entidad independiente confirma que un producto reúne unas determinadas características.

Por otro lado, las referencias de calidad, que como bien sabemos suponen un valor añadido en el mercado y constituyen un importante instrumento de comercialización, necesitan una adecuada protección jurídica que evite prácticas fraudulentas.

Pero nos hallamos ante una materia en la que nos encontramos con problemas terminológicos; con normas de Derecho internacional, comunitario, nacional y autonómico; con normas de naturaleza pública y privada; y con un Tribunal Constitucional (TC) que dice que las Denominaciones de Origen (DO) han tenido una evolución propia y autónoma y que, por tanto, están excluidas del ámbito de la propiedad industrial (contrariamente a lo que sucede en el ámbito internacional y comunitario).

Señala el TC que los intereses colectivos que se protegen (de la localidad o región concreta) son contrarios al disfrute individualizado característico de las modalidades de propiedad industrial, por lo que la protección de las indicaciones geográficas en España como modalidad de propiedad industrial plantea un importante problema competencial

En nuestra opinión existe, por supuesto, un interés público en la ordenación, regulación y gestión de las indicaciones geográficas. Estas tareas son indispensables para tutelar y asegurar la protección jurídico-pública de las DO, evitando así un uso indebido de la misma a través de los distintos procedimientos sancionadores. Pero la regulación de los aspectos de Derecho privado corresponde al Estado porque tiene competencia exclusiva en materia de propiedad industrial.

El reconocimiento administrativo de las indicaciones geográficas y la organización de sus órganos de gestión es el límite de la competencia autonómica o estatal. Sin embargo, es el Estado el que tiene asumidas las competencias para la conclusión de convenios bilaterales o internacionales para su protección. Por tanto, debe ser compatible la regulación de los aspectos jurídico-públicos de las indicaciones geográficas (que quedaría enmarcada en la competencia autonómica en materia de

denominaciones de origen y en la competencia estatal relativa a las bases para la ordenación de la actividad económica) y la regulación de los aspectos jurídico-privados (que deberían ser competencia estatal y quedar enmarcados en la competencia en materia de propiedad industrial).

Por otro lado, además de los sistemas de tutela específicos regulados por la normativa propia de cada una de las referencias de calidad, existen también otros mecanismos de protección derivados de la legislación general, que permiten sancionar una serie de conductas calificadas como “desleales”. Nos referimos, por ejemplo, a la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios⁽¹⁾; la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad⁽²⁾; la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia⁽³⁾; o la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal⁽⁴⁾. Y todo ello sin olvidar que las Comunidades Autónomas tienen asumidas competencias en materia de comercio interior y protección de los consumidores dentro de sus respectivos ámbitos territoriales.

Como vemos, nos encontramos ante un panorama complejo, aunque el objetivo del presente trabajo, mucho más modesto, es llevar a cabo una pequeña aproximación a los principales signos distintivos o referencias de calidad que en la actualidad existen en el mercado agroalimentario español, distinguiendo entre indicaciones geográficas; marcas colectivas y de garantía; y referencias de calidad agricultura ecológica y agricultura integrada, con algunas referencias por supuesto a nuestro Derecho autonómico⁽⁵⁾.

(1) BOE 176 de 24 de julio de 1984.

(2) BOE 274 de 15 de noviembre de 1988. De acuerdo con su art.4, es engañosa (y por tanto ilícita) la publicidad que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor. Y de acuerdo con su art. 6b), es publicidad desleal (y por tanto ilícita) la que induce a confusión con las empresas, actividades, productos, nombres, marcas u otros signos distintivos de los competidores, así como la que haga uso injustificado de la denominación, siglas, marcas o distintivos de otras empresas o instituciones, o de las denominaciones de origen o indicaciones geográficas de otros productos competidores y, en general, la que sea contraria a las normas de corrección y buenos usos mercantiles.

(3) BOE 170 de 18 de julio de 1989.

(4) BOE 10 de 11 de enero de 1991. Entre las conductas que la Ley tipifica como desleales destacan los actos de engaño (utilización o difusión de indicaciones incorrectas o falsas, omisión de las verdaderas y cualquier otro tipo de práctica que, por las circunstancias en que tenga lugar, sea susceptible de inducir a error a las personas a las que se dirige o alcanza, sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud en el empleo, calidad y cantidad de los productos y, en general, sobre las ventajas realmente ofrecidas) o los actos de explotación de la reputación ajena (sobre todo en el caso del empleo de signos distintivos ajenos o de denominaciones de origen falsas acompañados de la indicación a cerca de la verdadera procedencia del producto o de expresiones tales como “modelo”, “sistema”, “tipo”, “clase” y similares).

(5) No hay que olvidar que en virtud de lo dispuesto por el art. 148.1.7ª de la Constitución, las Comunidades Autónomas podrán asumir competencias en materia de agricultura y ganadería, de acuerdo con la ordenación general de la economía. En este sentido, y a modo de ejemplo, el Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, aprobado por Ley Orgánica 9/1982, de 10 de agosto, dispone en su art. 31.1 que la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha asume (entre otras) las siguientes competencias exclusivas: 6ª. Agricultura y ganadería e industrias agroalimentarias, de acuerdo con la ordenación general de la economía. 7ª. Denominaciones de origen y otras indicaciones de procedencia relativas a productos de la Región, en colaboración con el Estado.

Aunque también hay que tener en cuenta que, de acuerdo con el art. 149.1.13ª, el Estado se reserva competencia exclusiva en materia de bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.

II. LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS

Dentro de los distintos signos distintivos hay que hacer referencia especialmente a las indicaciones geográficas por su importancia en el tráfico económico, distinguiendo a su vez entre indicaciones geográficas para productos vitivinícolas e indicaciones geográficas para productos agroalimentarios distintos de los vitivinícolas.

En primer lugar, hay que advertir que, a pesar de la confusión terminológica, utilizaremos el término “indicación geográfica” en sentido amplio, ya que, de acuerdo con las funciones de los signos distintivos que indican el origen geográfico de los productos, es posible distinguir entre indicaciones de procedencia (que simplemente informan del lugar donde el producto es cultivado, producido, elaborado o extraído) y denominaciones de origen (que no sólo informan del lugar de procedencia, sino que también ligan ciertas características del producto a ese medio geográfico en virtud de factores naturales como el clima, las variedades de cultivos, etc. y/o humanos, como por ejemplo la utilización de determinados métodos de producción o elaboración).

De modo que, mientras la indicación de procedencia simplemente designa el lugar de producción, la denominación de origen no sólo hace eso, sino que además nos indica la existencia de unas cualidades o características derivadas de factores naturales y/o humanos ligados al espacio geográfico donde se producen.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que, dentro del ámbito comunitario, los Reglamentos 2081/1992⁽⁶⁾ y 510/2006⁽⁷⁾ también utilizan el término indicación geográfica, aunque de acuerdo con una concepción más próxima a la DO que a la simple indicación de procedencia. Si bien es cierto que, tal y como está regulado en el Derecho comunitario, el vínculo entre características y cualidades y el medio geográfico es menos intenso en el caso de la Indicación Geográfica Protegida que en el de la Denominación de Origen Protegida (aunque cuente con el mismo nivel de protección jurídica).

Pero, al margen de las cuestiones terminológicas, hay que señalar que las indicaciones geográficas presentan una serie de particularidades tanto por la función que desempeñan como por el derecho exclusivo que otorgan.

Respecto a su función, el objetivo es dar a conocer a los consumidores el lugar geográfico donde los productos han sido elaborados o al que deben su reputación. Y, en cuanto al derecho exclusivo, mientras que las marcas o nombres comerciales

⁽⁶⁾ Reglamento (CEE) 2081 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 (DOCE L 208 de 24 de julio de 1992).

⁽⁷⁾ 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 (DOCE L 93 de 31 de marzo de 2006).

sólo pueden ser utilizados por el empresario titular, las IP, DO o IG pueden ser utilizadas por todos los empresarios que elaboran sus productos en el área geográfica correspondiente y en el caso de las DO e IG de conformidad además con una serie de condiciones previstas para su elaboración.

II.1. Indicaciones geográficas para productos vitivinícolas y bebidas espirituosas

Para analizar el sistema de protección de la calidad en España hay que partir de la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, de Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes⁽⁸⁾, que define la denominación de origen en materia vitivinícola (art. 79) como el nombre geográfico de la región, comarca, lugar o localidad empleado para designar un producto procedente de la vid, del vino o los alcoholes de la respectiva zona, que tengan cualidades y caracteres diferenciales debidos principalmente al medio natural y a su elaboración y crianza.

Aunque, centrándonos en la regulación actual, nuestro marco de referencia lo constituye el Reglamento 1493/1999⁽⁹⁾, que distingue fundamentalmente entre dos categorías de vinos designados a través de una indicación geográfica: los vinos de mesa con indicación geográfica y los vinos de calidad producidos en regiones determinadas (VCPRD); y el Reglamento 1576/1989, en virtud del cual las denominaciones geográficas se reservarán a las bebidas espirituosas cuya fase de producción, durante la cual adquieren su carácter y cualidades definitivas, haya tenido lugar en la zona geográfica invocada⁽¹⁰⁾.

De modo que a la figura comunitaria de vinos de mesa con indicación geográfica corresponden en el ámbito nacional los denominados vinos de la tierra⁽¹¹⁾. A la figura comunitaria VCPRD corresponden en el ámbito nacional los vinos de calidad con indicación geográfica; los vinos con Denominación de Origen; los vinos con Denominación de Origen Calificada; y los Vinos de Pagos⁽¹²⁾. Y, por lo que respecta a las bebidas espirituosas, a la indicación geográfica y la denominación geográfica comunitarias corresponden a nivel nacional la Denominación Específica y la Denominación Geográfica.

(8) BOE 291 de 5 de diciembre de 1970.

(9) Reglamento (CE) 1493/1999 del Consejo, de 17 de mayo de 1999, por el que se establece la organización del mercado vitivinícola (DOCE L 179 de 14 de julio de 1999).

(10) Reglamento (CEE) 1576/89 del Consejo, de 29 de mayo de 1989, por el que se establecen las normas generales relativas a la definición, designación y presentación de la bebidas espirituosas (DOCE L 160 de 12 de junio de 1989).

(11) Los requisitos exigidos a los Vinos de la Tierra son menos estrictos, por lo que se considera una buena opción para aquellos viñedos que no cuentan con DO.

(12) Aunque es posible utilizar en el etiquetado la calificación DO junto a la denominación comunitaria VCPRD. No hay que olvidar que la mención VCPRD nace dentro del Derecho comunitario con el objetivo de aglutinar los diferentes vinos de calidad existentes en los distintos Estados miembros. Y, en el caso de España, todos los vinos que contaban con DO han quedado incluidos dentro de la categoría de VCPRD.

Actualmente, es la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y el Vino⁽¹³⁾ la que a nivel nacional establece las bases de la ordenación del sector vitivinícola (art.149.1.13 C.) y el régimen jurídico de las indicaciones geográficas con ámbito de aplicación superior al de una Comunidad Autónoma⁽¹⁴⁾.

Esta Ley ha sido completada a su vez por el Real Decreto 1126/2003, de 5 de septiembre, por el que se establecen las reglas generales de utilización de las indicaciones geográficas y de la mención tradicional “vino de la tierra” en la designación de vinos⁽¹⁵⁾ y por el Real Decreto 1127/2003, de 5 de septiembre, por el que se desarrolla el Reglamento (CE) 753/2002 de la Comisión, de 29 de abril de 2002, que fija determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) 1493/1999 del Consejo, en lo que respecta a la designación, denominación, presentación y protección de determinados productos vitivinícolas⁽¹⁶⁾. Normas que tienen que desarrollar las CC.AA. cuando se trate de su territorio y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) cuando se sobrepase el ámbito territorial de una Comunidad Autónoma⁽¹⁷⁾.

Dentro de los **vinos de mesa**, la Ley distingue a su vez entre dos niveles: vino de mesa y vino de mesa con derecho a mención tradicional “vino de la tierra”. Ya que, de acuerdo con lo dispuesto por el art. 19, el vino de mesa podrá utilizar, en los términos que establezca esta ley y, en su caso, la legislación autonómica, la mención “vino de la tierra” acompañada de una indicación geográfica, siempre que cumpla los siguientes requisitos:

- a) Que el territorio vitícola del que procede haya sido delimitado teniendo en cuenta unas determinadas condiciones ambientales y de cultivo que puedan conferir a los vinos características específicas.
- b) Que se expresen la indicación geográfica, el área geográfica, las variedades de vid y los tipos de vino amparados, el grado alcohólico volumétrico natu-

(13) BOE 165 de 11 de julio de 2003.

(14) La Ley 24/2003 está dividida en cuatro Títulos, que tratan de una serie de aspectos generales, de la protección del origen y calidad de los vinos, del régimen sancionador y del Consejo Español de Vitivinicultura. Pero no olvidemos que también existe legislación autonómica en materia vitivinícola en algunas Comunidades Autónomas como Cataluña, La Rioja, Castilla-La Mancha, País Vasco, Valencia, Castilla-León y Navarra. Sobre el análisis de la Ley nacional ver Millán Salas, F.: “La denominación de origen de los vinos a raíz de la Ley n.24/2003, de 10 de julio, de la Viña y el Vino”, en *Revista de Derecho Agrario y Alimentario*, nº 43, 2004, págs.51 a 72; Sánchez Hernández, Á.: “Aproximación al régimen jurídico vitivinícola español: algunos aspectos significativos de la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y el Vino”, en *Revista Jurídica de Castilla-La Mancha*, nº39, 2005, pp. 237-269; López Benitez, M.: *Del estatuto del vino a las leyes del vino: un panorama actual y de futuro de la ordenación vitivinícola en España*, Thomson Civitas, Madrid, 2004.

(15) BOE 228 de 23 de septiembre de 2003.

(16) BOE 228 de 23 de septiembre de 2003.

(17) En este sentido, la Disposición adicional única del Real Decreto 1127/2003 establece, refiriéndose a la colaboración entre Administraciones, que las CC.AA. deberán facilitar al MAPA información sobre todas las acciones normativas que realicen en desarrollo de este real decreto, a través de la aprobación de condiciones adicionales de utilización de las menciones contempladas en los anexos o de la aprobación de nuevas menciones correspondientes a algunas de las indicaciones que en ellos se contemplan, a fin de que dicho departamento pueda cumplir las obligaciones impuestas por la normativa comunitaria.

ral mínimo y una apreciación o indicación de las características organolépticas⁽¹⁸⁾.

Y dentro de los **vcprd**, la Ley distingue a su vez entre cuatro niveles: vinos de calidad con indicación geográfica, vinos con denominación de origen, vinos con denominación de origen calificada y vinos de pago.

Vinos de calidad con indicación geográfica: Los producidos y elaborados en una región, comarca, localidad o lugar determinado con uvas procedentes de los mismos, cuya calidad, reputación o características se deban al medio geográfico, al factor humano o a ambos, en lo que se refiere a la producción de la uva, a la elaboración del vino o a su envejecimiento.

Vinos con denominación de origen. A efectos de esta Ley se entenderá por denominación de origen el nombre de una región, comarca, localidad o lugar determinado que haya sido reconocido administrativamente para designar vinos que cumplan las siguientes condiciones: a) Haber sido elaborados en la región, comarca, localidad o lugar determinados con unas procedentes de los mismos; b) Disfrutar de un elevado prestigio en el tráfico comercial en atención a su origen; c) Y cuya calidad y características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico que incluye los factores naturales y humanos⁽¹⁹⁾.

Vinos con denominación de origen calificada. Además de los requisitos exigidos a las DO, deben cumplir algunos otros como, por ejemplo, que hayan transcurrido, al menos, 10 años desde su reconocimiento como denominación de origen; que se comercialicen exclusivamente embotellados desde bodegas inscritas y ubicadas en la zona geográfica delimitada, etc. En realidad se configura como una DO de vino, pero con criterios de autorización más estrictos.

Vinos de pagos. Se entiende por “pago” el paraje o sitio rural con características edáficas y de microclima propias que lo diferencian y distinguen de otros de su entorno, conocido con un nombre vinculado de forma tradicional y notoria al cultivo de los viñedos de los que se obtienen vinos con rasgos y cualidades singulares y cuya extensión máxima será limitada reglamentariamente por la Administración competente y no podrá ser igual ni superior a la de ninguno de los términos municipales en cuyo territorio o territorios se ubique⁽²⁰⁾.

(18) Además, hay que tener en cuenta que, aunque la mención tradicional “vino de la tierra” ha estado reservada en España a vinos de mesa que cumplan determinados requisitos, el art.13.3 de la Ley 24/2003 prevé que, en el marco de la normativa comunitaria, dicha mención pueda aplicarse a otros tipos de vinos distintos de los vinos de mesa. En este sentido, el RD 1126/2003, de 5 de septiembre, por el que se establecen las reglas generales de utilización de las indicaciones geográficas y de la mención tradicional “vino de la tierra” en la designación de los vinos, amplía la mención tradicional específica “vino de la tierra” a las categorías de “vino de aguja”, “vino de licor” y “vino de uva sobremadura”.

(19) Será requisito necesario para el reconocimiento de una DO que la región, comarca o lugar a la que se refiera haya sido reconocida previamente como ámbito geográfico de un vino de calidad con indicación geográfica con una antelación de, al menos, cinco años.

(20) En caso de que la totalidad del pago se encuentre incluida en el ámbito territorial de una DO calificada, podrá recibir el nombre de “vino de pago calificado”, y los vinos producidos en él se denominarán “de pago calificado”, siempre que acredite que cumple los requisitos exigidos a los vinos de la denominación de origen calificada y se encuentra inscrito en ésta.

Los vinos de pago serán elaborados y embotellados por las personas físicas o jurídicas que, por sí mismas o por sus socios, ostenten la titularidad de los viñedos ubicados en el pago o, con carácter excepcional (y siempre que la Administración competente lo autorice), en bodegas situadas en la proximidad del pago que, en todo caso, deberán estar situadas en alguno de los términos municipales por los cuales se extienda el vino de pago o en los colindantes.

En cuanto a las indicaciones relativas a las categorías de envejecimiento, la Ley permite las siguientes menciones:

- a) Indicaciones comunes para los vinos de mesa con derecho a la mención tradicional “vino de la tierra” y para los VCPRD: noble, añejo y viejo.
- b) Indicaciones propias de los VCPRD: Además de las anteriores, podrá utilizar las menciones crianza, reserva y gran reserva.
- c) Indicaciones propias de los vinos espumosos de calidad: Podrán utilizar las menciones premium y reserva y la mención gran reserva.

Por otro lado, la Ley obliga a separar los órganos de gestión y control e introduce la posibilidad de que los órganos de gestión puedan tener naturaleza pública o privada. Así como la de que las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias (OIA) puedan asumir directamente las funciones propias de un órgano de gestión. En cualquier caso, estos tienen que funcionar sin ánimo de lucro y ser representativo de los intereses económicos y sectoriales.

Por lo que respecta al sistema de control, éste deberá ser establecido por el propio reglamento de aprobación y también podrá llevarse a cabo por organismos públicos o privados. Los órganos privados podrán ser tanto de control como de inspección y deberán estar acreditados en el cumplimiento de la norma UNE-EN correspondiente, así como autorizados por la autoridad competente.

De acuerdo con la Ley de 2003, los nombres geográficos que se encuentren protegidos por estar asociados con un nivel específico de protección se consideran bienes de dominio público, siendo este un criterio válido para todas las indicaciones geográficas que se utilicen para identificar productos vitivinícolas (no sólo para las denominaciones de origen), lo que significa que las indicaciones geográficas protegidas no pueden ser objeto de apropiación individual, venta, enajenación o gravamen. La titularidad pública corresponderá a las CC.AA. o al Estado en caso de que la indicación geográfica comprenda territorios pertenecientes a más de una Comunidad Autónoma.

Además, la protección del derecho de exclusiva se extiende desde la producción a todas las fases de comercialización, presentación, publicidad, etiquetado y documentos comerciales de los productos afectados.

Y se prohíbe que los nombres geográficos asociados a cada nivel de protección puedan utilizarse para designar otros productos del sector vitivinícola o en la designación, presentación o publicidad de vinos que no cumplan los requisitos, aunque dichos

nombres vayan traducidos a otras lenguas o precedidos de expresiones como “tipo”, “estilo”, “imitación” u otros similares. Y tampoco se permitirá el uso de los nombres geográficos protegidos aunque se esté indicando el verdadero origen del vino.

II.2. Indicaciones geográficas para productos agroalimentarios diversos del vino

También en este caso hay que partir de la Ley 25/1970, ya que su Disposición Adicional Quinta autorizaba al Gobierno para hacer extensivo el sistema de DO del sector vitivinícola a aquellos productos agrarios cuya protección de calidad tuviera especial interés económico y social.

Nace así el Real Decreto 1573/1985, de 1 de agosto, por el que se regulan las denominaciones genéricas y específicas de productos alimentarios ⁽²¹⁾, a través del que se establecen definiciones precisas de estos distintivos de calidad para los productos alimentarios.

De acuerdo con su art. 2, se entiende por **Denominación Genérica** la calificación aplicable a los productos que poseen caracteres comunes y especiales debidos a su naturaleza, a los sistemas de producción empleados o a los procedimientos de transformación, elaboración y fabricación.

Los nombres que constituyen una Denominación Genérica nunca pueden ser nombres geográficos como en el caso de las DO (no pueden identificar una zona o lugar geográfico). Aparte de eso, aunque los dos tipos de signos nos indican cualidades o propiedades especiales en los productos, en el caso de la DO esas especialidades tienen que derivarse de factores naturales y/o humanos ligados a un determinado medio geográfico, cosa que no ocurre en los productos calificados a través de una Denominación Genérica ⁽²²⁾.

Y, de acuerdo con su art. 3, se entiende por **Denominación Específica** la calificación aplicable a un producto que posee cualidades diferenciales entre los de su misma naturaleza debidas a la materia prima base de su elaboración, al medio natural o a los métodos de elaboración.

En realidad, se trata de una figura bastante próxima a la DO. La diferencia fundamental es que puede constituirse a través de signos que no sean nombres geográficos (por ejemplo jamón de bellota).

Por su parte, el Real Decreto 728/1988, de 8 de julio, por el que se establece la normativa a que deben ajustarse las denominaciones de origen, específicas y genéricas, de productos agroalimentarios no vínicos ⁽²³⁾, completa algunos aspectos.

⁽²¹⁾ BOE 214 de 6 de septiembre de 1985.

⁽²²⁾ Ejemplos de denominaciones genéricas serían los casos de la agricultura ecológica y de la agricultura integrada.

⁽²³⁾ BOE 166 de 12 de julio de 1988.

Por ejemplo, dispone que se aplicará la denominación genérica a los grupos de productos que, pudiendo producirse en todo el territorio nacional, tienen naturaleza común y se diferencian por su calidad de otros semejantes. Así como que el nombre de la denominación genérica podrá hacer referencia: a la naturaleza de los productos, o a los sistemas de producción, o a los métodos de elaboración y transformación. Mientras que el nombre de la denominación específica podrá hacer referencia: al lugar geográfico de procedencia del producto amparado, a la raza o variedad productora de la materia prima, o al método de elaboración, transformación o maduración.

Posteriormente, la Orden de 25 de enero de 1994 precisa la correspondencia entre la legislación española y el Reglamento (CEE) 2081/92 en materia de denominaciones de origen e indicaciones geográficas de los productos agroalimentarios ⁽²⁴⁾. De modo que la figura tradicional de calidad DO del Derecho español se corresponde con la DOP comunitaria para productos agroalimentarios distintos del vino y las bebidas espirituosas (como ya sabemos en la DOP el vínculo geográfico tiene que estar presente en las fases de producción, transformación y elaboración). Mientras que la figura tradicional de calidad DE del Derecho español se corresponde con la IGP comunitaria para productos agroalimentarios distintos del vino y las bebidas espirituosas (aunque en este caso es suficiente con que el vínculo con el medio geográfico esté presente sólo en al menos una de las tres fases).

Y, de acuerdo con el Real Decreto 1414/2005, de 25 de noviembre, por el que se regula el procedimiento para la tramitación de las solicitudes de inscripción en el Registro comunitario de las denominaciones de origen protegidas y de las indicaciones geográficas protegidas y la oposición a ellas ⁽²⁵⁾, las solicitudes de inscripción en el registro de DOP y de IGP se presentarán ante el órgano competente de la Comunidad Autónoma o del MAPA, según que el ámbito territorial de la denominación se circunscriba a una sola Comunidad Autónoma o a más de una.

En virtud de lo dispuesto por este Real Decreto, una vez comprobado el derecho o interés legítimo para ello, la oposición al registro versará sobre el incumplimiento de las condiciones a que se refiere el art. 2 del R.2081/92 ⁽²⁶⁾; sobre la existencia de una denominación total o parcialmente homónima o de una marca, o sobre la posible existencia de productos que se encuentren legalmente en el mercado al menos durante los cinco años anteriores a la fecha de publicación en el Boletín Oficial del Estado; o sobre los elementos que permitan concluir que el nombre cuyo registro se solicita tiene carácter genérico.

Y, una vez que se haya transmitido la solicitud de registro a la Comisión Europea, podrá concederse una protección nacional transitoria mediante la publicación en el Boletín Oficial del Estado del reglamento, pliego de condiciones o norma rela-

⁽²⁴⁾ BOE 23 de 27 de enero de 1994.

⁽²⁵⁾ BOE 293 de 8 de diciembre de 2005.

⁽²⁶⁾ Referencia que ahora habrá que entender hecha al 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 (DOUE 93 de 31 de marzo de 2006).

tiva a la denominación remitidos por la Comunidad Autónoma. A tal efecto, dichos documentos serán ratificados por el MAPA, siempre que la protección otorgada se ajuste al ordenamiento jurídico vigente.

Por lo que respecta al régimen sancionador, la Disposición adicional novena de la Ley 24/2003 establece que su título III ("Régimen sancionador") será de aplicación no sólo al vino, sino también a las DOP e IGP de productos agroalimentarios a las que se refiere el Reglamento 2081/92, a la producción ecológica regulada por el Reglamento 2092/91 y a las denominaciones geográficas y denominaciones específicas de bebidas espirituosas reguladas por el Reglamento 1576/89⁽²⁷⁾.

Por último, y dentro del marco de las referencias de calidad para productos agroalimentarios, hemos de referirnos también, aunque no se trate de una indicación geográfica, a la **Especialidad Tradicional Garantizada** (ETG). Hay que señalar que esta figura, creada por el Derecho comunitario con el objetivo de destacar una composición tradicional del producto o un modo de producción tradicional, no existía con carácter previo en el Derecho español, por lo que esta figura ha sido adoptada con el mismo nombre.

Como ya sabemos, la ETG es una certificación de características específicas que reconoce, mediante el registro, un producto agroalimentario que tiene una composición tradicional o que ha sido obtenido a partir de materias primas tradicionales o mediante un método de producción o transformación de tipo tradicional. La obtención de la certificación obliga a los operadores a respetar su pliego de condiciones y a proteger una receta, aunque el producto puede ser elaborado en cualquier Estado miembro de la Comunidad Europea.

El Real Decreto 998/2002, de 27 de septiembre, por el que se establecen normas internas de aplicación de los reglamentos comunitarios sobre certificación de las características específicas de los productos agrícolas y alimenticios⁽²⁸⁾, establece que las solicitudes de registro de las ETG serán presentadas por las agrupaciones de productores y transformadores ante el órgano competente de la Comunidad Autónoma en la que tengan su domicilio social, y dicho órgano remitirá al MAPA aquellas solicitudes que cumplan los requisitos establecidos por la normativa comunitaria⁽²⁹⁾.

Se protegen así los aspectos tradicionales de los productos agroalimentarios que forman parte de nuestro patrimonio cultural y gastronómico, si bien es cierto que

(27) Además, de acuerdo con la Disposición derogatoria única de la Ley 24/2003, la Ley 25/1970 sigue siendo aplicable (a pesar de su derogación) a las indicaciones geográficas de productos agroalimentarios en lo que se refiere a las normas relativas a los Consejos reguladores. Disposición derogatoria única. Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en esta ley y, en particular, la Ley 25/1970, con la excepción de las normas contenidas en dicha ley relativas a los Consejos Reguladores de los productos agroalimentarios, con denominación de origen, distintos del vino y demás productos derivados de la uva.

(28) BOE 245 de 12 de octubre de 2002.

(29) Ahora el Reglamento (CE) 509/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre las especialidades tradicionales garantizadas de los productos agrícolas y alimenticios (DOUE 93 de 31 de marzo de 2006).

esta figura no ha tenido por el momento mucha trascendencia en España y sólo contamos con tres ETG (para el jamón serrano, la leche certificada de granja y los panellets).

III. MARCAS COLECTIVAS Y MARCAS DE GARANTÍA

La Ley de Marcas de 2001 define en su art. 4.1 a la marca como todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras ⁽³⁰⁾.

Como todos sabemos, la marca individual tiene una función publicitaria cuyo objetivo es captar clientes a través de la diferenciación entre productos o servicios idénticos o similares. Pero la Ley de Marcas también se refiere en distintos títulos a las marcas colectivas, marcas de garantía, marcas internacionales y marcas comunitarias. Aunque las que a nosotros nos interesan ahora son las marcas colectivas y de garantía.

El art. 62 de la Ley de Marcas entiende por **marca colectiva** todo signo susceptible de representación gráfica (...) que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de los miembros de una asociación titular de la marca de los productos o servicios de otras empresas.

Igual que en el caso de la marca individual, el objetivo es también distinguir unos productos o servicios de otros. Pero en el caso de la marca colectiva es necesario que sus usuarios pertenezcan a una entidad de naturaleza colectiva autorizada (asociaciones de productores, de fabricantes, etc.). Se trata por tanto de diferenciar los productos o servicios de una serie de empresas que forma parte de esa entidad colectiva de los productos o servicios ofertados por otras empresas que no forman parte de esa asociación.

Ya la Ley de Marcas de 1988 contemplaba la posibilidad de que este tipo de marca estuviera constituido por una indicación geográfica, algo que permitiría vincular el origen empresarial de los productos o servicios con su procedencia geográfica (punto en el que se aproximaría bastante a las DO) ⁽³¹⁾.

Sin embargo, y como señala BOTANA AGRA, mientras en la Marca Colectiva es esencial la función distintiva e indicadora del origen empresarial de productos o servicios, la función propia de la DO se cifra exclusivamente en la de indicar la procedencia geográfica sólo de productos. En segundo lugar, al igual que la marca individual, la marca colectiva puede estar formada por los más variados signos o medios, en tanto que la DO únicamente lo podrá estar por nombres geográficos. Finalmente, la calidad de los correspondientes productos o servicios indicada por la

⁽³⁰⁾ Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas (BOE 294 de 8 de diciembre de 2001).

⁽³¹⁾ Ley 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas (BOE 272 de 12 de noviembre de 1988).

Marca Colectiva puede tener su causa en factores de cualquier índole; en cambio, la calidad indicada por la DO sólo puede ser debida, exclusiva o esencialmente, a factores naturales y/o humanos del pertinente medio geográfico ⁽³²⁾.

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

Si la marca 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.

Lo normal es que las marcas de garantía se utilicen para designar productos o servicios de buena calidad, pero, en realidad, su objetivo no tiene por qué ser garantizar una calidad alta, sino garantizar que en todos esos productos hay unas determinadas características comunes.

En este caso se manifiesta más una función indicativa de las características del producto que del origen empresarial del mismo. La marca de garantía certifica que todos esos productos amparados por ella tienen las mismas características comunes. El nivel de calidad (sea alto, bajo o medio) tiene que ser siempre el mismo en todos los productos.

Como vemos, nuestro derecho regula de manera específica las marcas de garantía, distinguiéndolas de las marcas colectivas (no se incluyen dentro del régimen jurídico de las marcas colectivas). En realidad, con las dos se pretende identificar una procedencia empresarial, y las dos pueden ser utilizadas por una pluralidad de sujetos distintos al titular y al mismo tiempo; sin embargo, tienen funciones distintas desde el punto de vista jurídico: en la marca colectiva predomina la función indicadora del origen empresarial, mientras que en la marca de garantía predomina la función de certificación.

Como señala LARGO GIL, “la marca colectiva es el signo que *indica* que un producto o un servicio procede de o es prestado por...un sujeto que es miembro de la asociación titular de la marca, lo que lo distingue de otros productos o servicios de la misma clase; también puede ser titular una “persona jurídica de Derecho público”. Mientras que “a marca de garantía es el signo con el que se certifica o acredita la concurrencia de una determinada característica común en los productos y/o en

(32) Botana Agra, M. J.: *Tratado de Derecho Mercantil*, Vol.2, *Las Denominaciones de Origen*, Ed. Marcial Pons, Madrid, 2001, p. 28. Sobre este punto ver también la obra de Maroño Gargaño, M^a del M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Ed. Marcial Pons, Madrid, 2002.

los servicios de los usuarios de la marca, autorizados al efecto por el titular de la misma” ⁽³³⁾.

De acuerdo con lo dispuesto en los arts. 62.3 y 68.3, podrán registrarse como marcas colectivas y de garantía los signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para señalar la procedencia geográfica de los productos o de los servicios. El derecho conferido por la marca colectiva o de garantía no permitirá a su titular 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; en particular dicha marca no podrá oponerse a un tercero a utilizar una denominación geográfica.

Sin embargo, una diferencia importante entre ellas es que, mientras las marcas de garantía pueden transmitirse libremente como ocurre en el caso de las marcas individuales ⁽³⁴⁾, de acuerdo con lo dispuesto por el art. 62.4, la marca colectiva no podrá ser cedida a terceras personas ni autorizarse su uso a aquellas que no estén oficialmente reconocidas por la asociación.

III.3. La relación entre indicaciones geográficas y marcas

El sistema de protección diseñado por la Ley de Marcas no incluye entre los signos distintivos que regula a las indicaciones geográficas, pero sí contiene algunos preceptos que inciden en su protección frente al registro de nuevas marcas. Y, además, el hecho de que una indicación geográfica cuente con un sistema de protección específico, no significa que no pueda ser también protegida como marca.

1) La protección de las indicaciones geográficas frente al registro de nuevas marcas.

– Prohibiciones absolutas de registro.

La letra c) del art. 5.1 prohíbe que se registren como marca los signos que se compongan exclusivamente de signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de obtención del producto o de la prestación del servicio u otras características del producto o del servicio ⁽³⁵⁾.

⁽³³⁾ Largo Gil, R.: *Las marcas colectivas y las marcas de garantía*, Ed. Thomson-Civitas, Madrid, 2006, pp. 28-29.

⁽³⁴⁾ La limitación prevista en el art. 47.2 de que si la transmisión de la marca puede inducir al público a error, en particular sobre la naturaleza, la calidad o la procedencia geográfica de los productos o de los servicios para los cuales esté solicitada o registrada, se denegará la inscripción de la transmisión, a no ser que el adquirente acepte limitar la solicitud o el registro de la marca a productos o servicios para los cuales no resulte engañosa.

⁽³⁵⁾ Aunque lo cierto es que esa prohibición puede quedar sin efecto si, de acuerdo con el art.5.2, la marca ha adquirido, para los productos o servicios para los que se solicite el registro, un carácter distintivo como consecuencia del uso que se hubiera hecho de la misma.

La letra f) del art. 5.1 establece que no podrán registrarse como marca los signos contrarios a la Ley, al orden público o a las buenas costumbres.

La letra g) del art. 5.1 dispone que no podrán registrarse como marca los signos que puedan inducir al público a error, por ejemplo sobre la naturaleza, la calidad o la procedencia geográfica del producto o servicio.

Y la letra h) del art. 5.1 prohíbe que se registren como marca los signos que aplicados a identificar vinos o bebidas espirituosas contengan o consistan en indicaciones de procedencia geográfica que identifiquen vinos o bebidas espirituosas que no tengan esa procedencia, incluso cuando se indique el verdadero origen del producto o se utilice la indicación geográfica traducida o acompañada de expresiones tales como “clase”, “tipo”, “estilo”, “imitación” u otras análogas.

Las prohibiciones absolutas pueden ser apreciadas de oficio por la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Pero también es posible que cualquier persona que se considere perjudicada pueda oponerse al registro de la misma invocando las prohibiciones establecidas. En este sentido, y en virtud del art. 19.3, los órganos de las Administraciones públicas y las asociaciones y organizaciones de ámbito nacional o autonómico que, según sus estatutos, tengan por finalidad la protección del consumidor, podrán dirigir a la OEPM observaciones escritas señalando las prohibiciones del art. 5.

– Prohibiciones relativas de registro.

De acuerdo con el art.8 de la Ley de Marcas, hay que tener en cuenta que es posible que las indicaciones geográficas se protejan como marcas notorias y renombradas⁽³⁶⁾, estableciéndose por primera vez en nuestro ordenamiento una definición legal de estos conceptos.

Se entiende por marca notoria (art. 8.2) aquella que por su volumen de ventas, duración, intensidad o alcance geográfico de su uso, valoración o prestigio alcanzado en el mercado o por cualquier otra causa, sea generalmente conocida por el sector pertinente del público al que se destinan los productos, servicios o actividades que distinguen dicha marca.

Mientras que el art. 8.3 define como marca renombrada aquella que sea conocida por el público en general, extendiendo el alcance de la protección a cualquier género de productos, servicios o actividades.

⁽³⁶⁾ Art. 8.1. No podrá registrarse como marca un signo que sea idéntico o semejante a una marca o nombre comercial anteriores aunque se solicite su registro para productos o servicios que no sean similares a los protegidos por dichos signos anteriores cuando, por ser éstos notorios o renombrados en España, el uso de esa marca pueda indicar una conexión entre los productos o servicios amparados por la misma y el titular de aquellos signos o, en general, cuando ese uso, realizado sin justa causa, pueda implicar un aprovechamiento indebido o un menoscabo del carácter distintivo o de la notoriedad o renombre de dichos signos anteriores.

En definitiva, estas marcas se distinguen por el grado de difusión del que gozan. En el caso de las marcas notorias por ser ampliamente conocidas en el mercado concreto al que se refieren los productos y servicios distinguidos por ellas y en el caso de las marcas renombradas por ser conocidas por el público en general.

Si bien es cierto que, de acuerdo con el art. 19.1, cualquier persona que se considere perjudicada (sobre todo el órgano de gestión correspondiente o la Administración competente) podrá oponerse al registro de una solicitud de marca que consista en una indicación geográfica.

2) La protección de las indicaciones geográficas como marcas.

Pero no sólo las indicaciones geográficas pueden ser registradas como marcas colectivas y de garantía, sino que la Ley ha eliminado la prohibición de registrar las DO como marcas de garantía.

En Derecho español existen por tanto indicaciones geográficas reconocidas, por ejemplo, como denominación de origen, que además han sido protegidas como marcas⁽³⁷⁾. Se añade así un plus de protección a la indicación geográfica (también en concepto de marca) con el que normalmente lo que se persigue es proteger también los elementos gráficos que puedan añadirse al distintivo geográfico.

Como señala Gómez Lozano⁽³⁸⁾, el sistema de marcas añade importantes ventajas a las indicaciones geográficas: 1ª) Permite que el signo pueda estar compuesto por otros elementos además del denominativo; 2ª) Otorga a las indicaciones geográficas una protección reforzada puesto que las indicaciones geográficas no se protegen de manera uniforme ni son reconocidas en todos los países; y 3ª) Actualmente es la única forma válida de proteger una indicación geográfica en caso de conflicto con un nombre de dominio⁽³⁹⁾.

Así que, dadas las características del régimen jurídico de las marcas de garantía, parece que ésta puede ser una vía adecuada para que estos signos consigan protección a través del derecho de marcas, sobre todo si tenemos en cuenta que éste permite el registro de indicaciones geográficas.

Como apunta Gómez Lozano, el sistema marcario presenta así la ventaja de proteger además los elementos gráficos que puedan incluirse en el distintivo geográfico.

(37) Es el caso, entre otros, de "Jamón de Teruel Consejo Regulador de la Denominación de Origen"; "La Mancha Denominación de Origen Vinos de Calidad (vcprd)"; o "Consejo Regulador Denominación de Origen calificada Rioja".

(38) Gómez Lozano, M^a del M.: *Denominaciones de Origen y otras Indicaciones Geográficas*, Ed. Thomson-Aranzadi, Madrid, p. 116.

(39) La Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico (BOE 166 de 12 de julio de 2002) y la Orden ITC/1542/2005, de 19 de mayo, que aprueba el Plan Nacional de nombres de dominio en Internet bajo el código de país correspondiente a España (".es") (BOE 129 de 31 de mayo de 2005) contienen algunos elementos de protección de las referencias de calidad en aquellos casos en los que la asignación de nombres de dominio ofrezcan semejanzas que produzcan confusión en los consumidores, sean usados por personas no autorizadas, etc.

co. Y, en este sentido, sí que se debe permitir que todos los que pertenezcan al ámbito de la indicación geográfica y tengan derecho a utilizarla, puedan también usar los elementos gráficos en la promoción de sus productos ⁽⁴⁰⁾.

III.2. Las marcas de calidad regionales

En los últimos años estamos asistiendo a un proceso de creación de distintivos de calidad a nivel autonómico con el objetivo de promocionar los productos agroalimentarios de cada región.

Las CC.AA. tratan de promover la calidad de los alimentos producidos dentro de ellas no sólo por su importancia a nivel económico, sino también por su papel como instrumento de fijación de la población en el territorio ⁽⁴¹⁾.

Las CC.AA. intentan contribuir así al desarrollo económico de sus zonas rurales, en muchos casos sometidas a serios problemas de despoblamiento y escasas posibilidades de desarrollo, buscando la diferenciación de productos mediante la calidad como estrategia para garantizar la supervivencia de la actividad productiva.

Por otro lado, la evolución de los hábitos de consumo hacia una demanda de alimentos de mayor calidad hace necesario establecer la normativa básica que permita la promoción y defensa de la producción agroalimentaria y de los intereses de los consumidores.

Los objetivos de las CC.AA. son incentivar entre los operadores alimentarios el empleo de los diferentes distintivos de calidad y origen, con el fin de incrementar la producción agroalimentaria de calidad diferenciada, contribuir a la promoción de estos productos en el mercado interno e internacional, y preservar y revalorizar el patrimonio de los productos alimentarios y la artesanía alimentaria.

En principio, las marcas colectivas públicas incluían el lugar de procedencia de los productos (Alimentos de Castilla-La Mancha, Alimentos de Andalucía, etc.). Pero el Derecho comunitario lo impidió y ahora se están utilizando marcas de garantía que certifican la calidad.

Este tipo de marcas identifican a aquellos productos con una serie de características específicas que le confieren un nivel de calidad avalado por un organismo ofi-

(40) Gómez Lozano, *op. cit.*, p. 117.

(41) Sobre la calidad y su relación con el territorio y el desarrollo rural ver Luna Serrano, A.: "Las referencias de calidad en la comercialización de los productos agrarios", pp. 37-57 y Sánchez Hernández, Á.: "El distintivo de calidad y seguridad en la producción agraria", pp. 107-122, artículos publicados en la obra *Régimen jurídico de la seguridad y calidad de la producción agraria*, IX Congreso Nacional de Derecho Agrario, Pedro de Pablo Contreras y Ángel Sánchez Hernández (Coordinadores), Gobierno de La Rioja, 2002. Así como Germanò, A.: "I dati informativi del "valore" del territorio agricolo nel diritto spagnolo", en *Il diritto alimentare tra comunicazione e sicurezza dei prodotti agricoli*, a cura di Alberto Germanò e Rook Basile, Giappichelli Editore, Torino, 2006, pp. 185-219.

cial reconocido por la Administración (garantía de que los productos han sido producidos y/o elaborados bajo una serie de controles específicos).

Las marcas de calidad se establecen como un régimen voluntario que permite a los operadores dar a conocer la calidad diferenciada de un producto a través de la que se sitúan en una posición de prestigio y liderazgo respecto a los competidores y ofrece a los consumidores la garantía de las características específicas avaladas mediante los oportunos controles.

La adhesión a estos sistemas es voluntaria y en muchos casos estos distintivos son adicionales y complementarios a la posesión previa de otro signo reconocido de calidad. Pero, para los productores, este tipo de marcas de calidad implica un beneficio de carácter promocional, mientras que para los consumidores supone una garantía institucional (credibilidad) y un medio para reconocer e identificar los productos de calidad.

En este sentido, las CC.AA. utilizan varias opciones que podemos clasificar en tres bloques:

1) Están apareciendo normas de calidad agroalimentaria de ámbito autonómico que pretenden regular todos los signos distintivos utilizados para proteger la calidad alimentaria, opción no exenta de incurrir en problemas de inconstitucionalidad por contar el Estado con competencia exclusiva en materia de propiedad industrial de acuerdo con el art. 149.1.9^a de la Constitución.

Por ejemplo, a través de su Ley 14/2003, de 13 de junio, de calidad agroalimentaria ⁽⁴²⁾, Cataluña regula las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas, las especialidades tradicionales y las marcas de calidad.

La Marca de calidad alimentaria es una marca propiedad de la Generalitat 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.

Los productores y elaboradores pueden hacer un uso voluntario del distintivo de marca Q en el etiquetado de un producto en los supuestos que la Comisión Catalana de la Marca de Calidad Alimentaria determine.

Asimismo, la Ley crea un inventario de productos de la tierra. Se trata de una relación de productos agroalimentarios típicos y tradicionales de las comarcas de Cataluña, independientemente de que estén o no protegidos mediante un distintivo referido al origen y la calidad del producto. El objetivo principal del inventario es preservar y revalorizar este patrimonio, efectuando su caracterización y su seguimiento histórico.

⁽⁴²⁾ BOE 1174 de 22 de julio de 2003.

Por su parte, la Ley 2/2005, de 18 de febrero, de promoción y defensa de la calidad alimentaria gallega ⁽⁴³⁾ tiene como objetivo potenciar las indicaciones geográficas de calidad (DOP e IGP), así como otras figuras de protección de la calidad como los productos de la artesanía alimentaria, la agricultura ecológica o la producción integrada.

No hay que olvidar que los Gobiernos autonómicos pueden establecer nuevos sistemas de protección de la calidad agroalimentaria. Es el caso, por ejemplo, de la denominada Artesanía alimentaria, a través de la que Galicia pretende promocionar y proteger productos alimentarios elaborados por pequeñas empresas que, utilizando procesos productivos respetuosos con el medio ambiente, garanticen al consumidor un producto final individualizado, de calidad y con unas características diferenciales, con empleo de materias seleccionadas, una elaboración tradicional y una singular presentación, que se obtienen gracias a las pequeñas producciones controladas por la intervención personal del artesano.

La actividad artesanal tiene que estar reconocida en un Registro, el artesano alimentario tiene que haber obtenido la denominada carta de artesano y además hay que cumplir determinadas condiciones:

- a) Que sus procesos de elaboración sean manuales, admitiendo, no obstante, un cierto grado de mecanización en operaciones parciales.
- b) Que la responsabilidad y dirección del proceso de producción recaiga en un artesano alimentario, quien tomará parte directa y personal en la ejecución del trabajo.
- c) Que la empresa cumpla una serie de requisitos en cuanto a volumen de negocio anual, número de empleados e independencia respecto a otras empresas que no cumplan dichos requisitos.

Dentro de estos productos artesanos, la Ley regula dos categorías específicas: los productos “de casa” o “caseros” (elaborados con materias primas de la propia explotación), y los productos de “montaña” (las empresas artesanales alimentarias situadas en zonas de montaña, de acuerdo con la normativa comunitaria, y que utilicen en la elaboración de sus productos básicamente materias primas procedentes de esas zonas, podrán utilizar el apelativo “artesano de montaña”).

El objetivo es reconocer y preservar los valores económicos, culturales y sociales que la artesanía alimentaria representa para Galicia.

Por otro lado, esta Comunidad Autónoma ha creado también una marca de garantía, cuya titularidad corresponde a la Xunta de Galicia, que podrá ser utilizada por productos alimentarios que posean características de calidad diferenciada y que acredite que su elaboración ha sido realizada bajo controles específicos.

(43) BOE 93 de 19 de abril de 2005.

Tan sólo podrán hacer uso del distintivo de marca en el etiquetado, presentación y publicidad los productos que presenten unas características diferenciales entre los de su misma especie, tales como los acogidos a indicaciones geográficas de calidad, especialidades tradicionales garantizadas, productos de la artesanía alimentaria, así como los productos de la agricultura ecológica y la producción integrada. El objetivo es crear una imagen de marca común que facilite la identificación de los productos que poseen unas características de calidad específicas.

Asimismo, la Ley crea el Instituto Gallego de la Calidad Alimentaria como instrumento de actuación en materia de promoción y protección de la calidad de los productos acogidos a las distintas denominaciones geográficas u otras figuras de protección de la calidad diferencial. Se trata de un ente de derecho público adscrito a la Consejería de Agricultura, que pretende servir además de apoyo a los consejos reguladores y potenciar la investigación y el desarrollo tecnológico en el sector alimentario.

También La Rioja, a través de la Ley 5/2005, de 1 de junio, de los sistemas de protección de la calidad agroalimentaria⁽⁴⁴⁾ crea el Instituto de Calidad de La Rioja y articula los sistemas de protección en dos niveles:

- a) Figuras de calidad en base a reglamentaciones europeas o nacionales de carácter específico del sector agrario, así como cualesquiera otras que pudieran aprobarse conforme a esas normas (también todas las figuras recogidas en la normativa vitivinícola).
- b) Figuras de calidad en base a reglamentaciones de carácter general: Marcas Colectivas y Marcas de Garantía.

Las marcas colectivas sólo pueden solicitarse por asociaciones de productores, fabricantes o comercializadores que tengan capacidad jurídica. Mientras que en el caso de marcas de garantía cuyo titular sea la Comunidad Autónoma de La Rioja, la gestión dependerá íntegramente de la Consejería competente o de sus entes o empresas públicas adscritas.

La marca de garantía RC (Registrado y Certificado) identifica y diferencia a aquellos productos elaborados en La Rioja que hayan obtenido, tanto en la selección de su materia prima como en su proceso de fabricación, la máxima calidad, contrastada por auditores externos y laboratorios homologados. Sólo los productos que superen todos los controles llevarán este distintivo, que constituye un elemento diferenciador y les proporciona un mayor valor añadido, así como un alto grado de confianza y seguridad para el consumidor.

Por su parte, la Ley 9/2006, de 30 de noviembre, de Calidad Alimentaria de Aragón⁽⁴⁵⁾, distingue entre calidad estándar y calidad diferenciada, definiendo a la cali-

⁽⁴⁴⁾ BOE 147 de 21 de junio de 2005.

⁽⁴⁵⁾ BOE 22 de 25 de enero de 2007.

dad estándar como 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. Y a la calidad diferenciada como 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.

La Ley establece como fines el incremento del valor añadido de los alimentos; la mejora de la competitividad; la fijación de la población en el medio rural; la diversificación de la economía de las zonas rurales; y el reconocimiento de los valores culturales que vinculan determinadas maneras de producción a una zona concreta, fomentando para ello las siguientes figuras de calidad diferenciada de los alimentos: denominaciones geográficas de calidad, artesanía alimentaria, producción ecológica, especialidades tradicionales garantizadas, producción integrada, marcas de calidad alimentaria y aquellas otras que sean creadas por el Gobierno de Aragón.

A su vez, y dentro de esta misma línea, la Ley 7/2007, de 15-03-2007, de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha ⁽⁴⁶⁾ establece como objetivo básico el fomento y la garantía de los productos agroalimentarios con una calidad diferenciada, puesto que éstos presentan un valor añadido en el plano socioeconómico y constituyen una alternativa para la articulación del medio rural (especialmente para zonas menos favorecidas).

Dicha Ley clasifica los diferentes signos de calidad en dos grandes grupos:

- a) Figuras de calidad contempladas en la normativa de la Comunidad Europea: denominaciones de origen protegidas e indicaciones geográficas protegidas, especialidades tradicionales garantizadas, vinos de calidad producidos en regiones determinadas, indicaciones geográficas de vinos de la tierra, indicaciones geográficas de bebidas espirituosas y producción ecológica.
- b) Figuras de calidad reguladas por disposiciones nacionales: producción integrada y marcas de garantía y marcas colectivas.

Asimismo, crea también la “Marca de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha”, cuya titularidad pertenece a la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, por lo que sólo podrán hacer uso de este distintivo en el etiquetado, presentación y publicidad aquellos productos agroalimentarios protegidos por alguna de las figuras de calidad incluidas en la ley y que cumplan los requisitos establecidos.

2) Por otra parte, hay Comunidades Autónomas que, aunque no han dictado leyes de estas características, es decir, leyes de calidad agroalimentaria, sí han creado marcas de calidad.

⁽⁴⁶⁾ DOCM de 5 de abril de 2007.

Por ejemplo, ya en 1994, la Comunidad Autónoma de Asturias puso en marcha la marca de calidad “Carne de Asturias, Calidad Controlada” ⁽⁴⁷⁾. Se trata de un signo distintivo para la carne de vacuno que cumpla una serie de requisitos y cuya titularidad corresponde a la Comunidad Autónoma de Asturias.

Asimismo, podemos hacer referencia al 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 ⁽⁴⁸⁾.

La marca de calidad CV, gestionada por la Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación, ofrece a los productores, elaboradores y transformadores de productos agrarios y alimentarios la posibilidad de diferenciar su oferta comercial, ofreciendo al consumo, con criterios de calidad, productos con una especial identificación cualitativa garantizada. Igualmente, la marca CV permite poner a disposición de los consumidores un distintivo de identificación de unos productos de composición genuina, elaborados con unas técnicas que permitan resaltar sus rasgos reconocidos y apreciados. La marca CV está controlada por el Instituto de Calidad agroalimentaria de la Comunidad Valenciana.

O, en el caso de Andalucía, al Decreto 242/2001, de 6 de noviembre, por el que se regula la marca Calidad Certificada para los productos agroalimentarios y pesqueros ⁽⁴⁹⁾. La Junta de Andalucía ha realizado campañas con el objetivo de que los consumidores perciban de manera clara el símbolo y su relación con los productos agroalimentarios elaborados con controles específicos.

Desde 2001, Andalucía utiliza el distintivo Calidad Certificada como símbolo de calidad y seguridad y ha creado un Registro de Productos Autorizados para su uso. Esta marca otorga un valor añadido a otros distintivos de calidad, ya que uno de los requisitos fundamentales para acceder a ella es que se trate de un producto certificado por organismos como el Consejo Regulador de una DOP o de una IGP. También podrán solicitar este logotipo diferenciador las empresas cuyos productos dispongan de denominaciones específicas o se configuren como Especialidades Tradicionales Garantizadas, así como la producción integrada y la producción ecológica, los denominados Vinos de la Tierra o productos agroalimentarios y pesqueros cuya calidad esté certificada por organismos acreditados en el cumplimiento de la Norma Europea EN-45011.

La marca Calidad Certificada supone no sólo una ventaja para el consumidor, que tiene garantizados unos parámetros de trazabilidad alimentaria y medioambiental, sino también para el sector empresarial, que tiene en este aval la oportunidad de diferenciarse notablemente dentro del mercado nacional y extranjero, ya que el producto que consigue este distintivo los hace tras la rigurosa evaluación de organis-

⁽⁴⁷⁾ Ley 12/1999, de 3 de junio, de suplemento de crédito para financiar el desarrollo y consolidación del Plan de la Carne de Asturias Calidad Controlada. BOE 163 de 9 de julio de 1999.

⁽⁴⁸⁾ DOCV 3273 de 26 de junio de 1998.

⁽⁴⁹⁾ BOJA 131 de 13 de noviembre de 2001.

mos certificadores reconocidos por la Consejería de Agricultura y Pesca (más de 750 productos llevan en sus etiquetas la marca de calidad).

3) Mientras que otras CC.AA. autónomas por el momento sólo han puesto en marcha Oficinas o Institutos de calidad.

Es el caso, por ejemplo, de la Comunidad de Cantabria, que en el año 2000 crea la “Oficina de Calidad Alimentaria” ⁽⁵⁰⁾, organismo público de carácter autónomo adscrito a la Consejería de Agricultura, con personalidad jurídica y plena capacidad de obrar, dotado de patrimonio propio, cuya función es ejercer las competencias de las Comunidad Autónoma de Cantabria en materia de denominaciones de origen y otras denominaciones, indicaciones geográficas protegidas y productos procedentes de la agricultura y la ganadería ecológica.

O el caso de Canarias con la Ley 1/2005, de 22 de abril, de creación del Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria ⁽⁵¹⁾ como ente de Derecho Público con una doble vertiente, de un lado, como entidad con competencias en materia de calidad agroalimentaria y, de otro, como organismo prestador de servicios en relación con el control y certificación de la calidad de los productos agroalimentarios. Promocionar los productos agrarios y agroalimentarios originarios de Canarias.

Por último, hay que señalar que no sólo las Administraciones Públicas están utilizando este tipo de figuras, sino que también existen empresas agroalimentarias y asociaciones privadas que están creando marcas colectivas propias. Asimismo, también están apareciendo sistemas de certificación que, de forma individual, establecen las cadenas de distribución, exigiendo a sus proveedores determinados requisitos para comercializar sus productos (certificaciones como por ejemplo Consumer Natur de Eroski o Calidad Tradición de Carrefour).

IV. AGRICULTURA ECOLÓGICA Y AGRICULTURA INTEGRADA

Los sistemas de certificación tienen que garantizar que estos modelos de producción agraria cumplen una serie de requisitos dirigidos a proteger el medio ambiente.

La **agricultura ecológica** puede definirse como un compendio de técnicas agrarias que excluye normalmente el uso de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas, antibióticos, etc., con el objetivo de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales.

Respecto a la agricultura ecológica, nuestro punto de partida lo constituye la Orden de 4 de octubre de 1989 por la que se aprueba el Reglamento de la Deno-

⁽⁵⁰⁾ Ley 3/2000, de 24 de julio, por la que se crea el Organismo Autónomo “Oficina de Calidad Alimentaria” (ODECA). BOE 214 de 6 de septiembre de 2000.

⁽⁵¹⁾ BOE 112 de 11 de mayo de 2005.

minación Genérica “Agricultura Ecológica” y su Consejo Regulador ⁽⁵²⁾. Posteriormente, el Real Decreto 1852/1993, de 22 de octubre, sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios (basado en el Reglamento 2092/1991) ⁽⁵³⁾, regula las indicaciones asignadas a los productos ecológicos y crea un órgano superior de asesoramiento: la Comisión Reguladora de la Agricultura Ecológica (CRAE).

El MAPA ha aprobado un logotipo que, como símbolo nacional y con independencia de los que puedan establecer las CC.AA., tienen derecho a incluir en sus etiquetas los productos que hayan sido producidos o elaborados de conformidad con la normativa correspondiente.

Hay que señalar que las normas dictadas por la CC.AA. que establezcan los requisitos de los productos que lleven indicaciones referentes al método de producción ecológico deberán ser ratificadas por el MAPA, a efectos de su defensa en el ámbito nacional e internacional, siempre que se ajusten a lo establecido por el Reglamento 2092/1991 y la normativa nacional.

Por su parte, el Real Decreto 506/2001, de 11 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 1852/1993, de 22 de octubre, sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios ⁽⁵⁴⁾, reduce las menciones reservadas para la producción ecológica a los términos “eco” y “ecológico”, permitiendo la utilización del resto de las menciones utilizadas en la Unión Europea en su traducción española a los productos no obtenidos de acuerdo con la legislación en materia de agricultura ecológica.

Aunque la modificación más importante la ha introducido el Real Decreto 1614/2005, de 30 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 1852/1993, de 22 de octubre, sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios ⁽⁵⁵⁾, al establecer que un producto lleva indicaciones referentes al método ecológico de producción cuando en el etiquetado, en la publicidad o en los documentos comerciales el producto o sus ingredientes se identifiquen con el término “ecológico”, biológico y “orgánico”, así como sus diminutivos y derivados habituales, tales como “bio”, “eco”, etc., acompañados o no del nombre del producto, sus ingredientes o su marca comercial.

En España, el control y la certificación de la producción agraria ecológica se lleva a cabo mayoritariamente a través de Consejos o Comités de Agricultura Ecológica territoriales, que son organismos dependientes de las Consejerías o Departamentos de Agricultura de las CC.AA., o directamente por Direcciones Generales adscritas a las mismas. No obstante, hay CC.AA. que han autorizado organismos privados para la realización de estas funciones como, por ejemplo, Andalucía, Aragón y Castilla-La Mancha.

(52) BOE 239 de 5 de octubre de 1989.

(53) BOE 283 de 26 de noviembre de 1993.

(54) BOE 126 de 26 de mayo de 2001.

(55) BOE 2 de 3 de enero de 2006.

Por su parte, la **agricultura integrada** se perfila como forma de producir alimentos con métodos más cuidadosos con el ecosistema al racionalizar el uso de productos agroquímicos con la finalidad de mejorar la protección del medio ambiente y la salud humana.

La producción integrada es un sistema que trata de equilibrar agricultura y medio ambiente. Se sitúa entre la agricultura ecológica y la convencional y está sometida a un exigente control, ya que reduce el uso de productos agroquímicos y fomenta un empleo racional del agua con el objetivo de conseguir una agricultura rentable que permita obtener producciones agrarias de calidad y más respetuosas con el medio ambiente.

Existe, por tanto, la necesidad de diferenciar los productos agrarios obtenidos mediante sistemas de producción integrada, de garantizar sus características y de informar al consumidor sobre ellas, lo que aconseja regular el uso de los distintivos –etiquetas o marcas de garantía– en los productos así obtenidos.

Mediante un procedimiento de certificación se garantiza que estos han sido producidos de acuerdo con una normativa técnica respetuosa con el medio ambiente, la salud del consumidor y el mantenimiento de una agricultura sostenible.

El Real Decreto 1201/2002, de 20 de noviembre, regula la producción integrada de productos agrícolas a nivel nacional al amparo de lo dispuesto en el art. 149.1.13^a de la Constitución ⁽⁵⁶⁾, sin perjuicio de las identificaciones de garantía de producción integrada propia que puedan establecer las CC.AA. y que deberán comunicar al MAPA.

El Real Decreto tiene por objeto 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 las identificaciones de garantía que diferencien 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 ⁽⁵⁷⁾.

Por último, consideramos necesario advertir que demasiados tipos de signos en el mercado pueden aumentar el riesgo de fraude e incluso generar más confusión que confianza en el consumidor. Por ejemplo, en el caso de la agricultura ecológica existe un logotipo comunitario, un logotipo nacional y también logotipos de las Comunidades Autónomas para poner de manifiesto la misma cosa. Sin embargo, otros productos típicos y tradicionales no encajan dentro de ninguno de los mecanismos diseñados hasta ahora por motivos sanitarios y de seguridad alimentaria, a pesar de formar parte de nuestra tradición gastronómica y de nuestra identidad cultural.

⁽⁵⁶⁾ BOE 287 de 30 de noviembre de 2002.

⁽⁵⁷⁾ Completa dicha norma la Orden APA/1/2004, de 9 de enero, por la que se establece el logotipo de la identificación de garantía nacional de producción integrada (BOE 9 de 10 de enero de 2004).

