

ALGUNAS CUESTIONES EN TORNO A LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN COMO SIGNO DISTINTIVO

Benjamín Peñas Moyano

(Doctor en Derecho. Profesor Asociado de Derecho Mercantil de la Facultad de Ciencias Económicas
y Empresariales. Universidad de Valladolid)

I. ACLARACIÓN PREVIA SOBRE EL TRATAMIENTO DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN

En el presente trabajo se pretenden abordar algunas cuestiones básicas en el tema de la “denominación de origen”. Con su exposición no se persigue dar una nueva visión de esas cuestiones básicas, distinta, o simplemente matizada, respecto de lo que la más prestigiosa doctrina científica en la materia haya manifestado con anterioridad. Lo que se quiere hacer en los siguientes epígrafes es exponer con claridad y precisión, primero, cuáles son los intereses implicados en la operatividad de la figura de la denominación de origen, segundo, qué se entiende estrictamente por denominación de origen y, en consecuencia, cuáles son sus diferencias con otras indicaciones geográficas, tercero, cuál es la normativa jurídica reguladora de la figura en los ámbitos comunitario, nacional y autonómico y, finalmente, ver a través de qué medios jurídicos resulta protegible la denominación de origen.

Entendemos que en un foro internacional como el presente, caracterizado por su transversalidad y, en consecuencia, dedicado a muy diversos aspectos del Derecho agrario, tan distintos como los arrendamientos rústicos o la seguridad alimentaria y, precisamente por ello, dedicado a materias que aunque con un indudable nexo de unión (la regulación jurídica del complejo mundo agrario) son enormemente diferentes, puede revestir interés para el resto de especialistas no dedicados al estudio y análisis del Derecho mercantil y, más en concreto, de la Propiedad industrial, y obviamente también para los asistentes a las sesiones de dicho foro internacional, conocer de la denominación de origen, una figura jurídico-empresarial tan importante para el “campo”, sus aspectos más destacados.

II. INTERESES IMPLICADOS EN LA OPERATIVIDAD DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN: LOS CONSUMIDORES, LOS EMPRESARIOS Y EL PROPIO INTERÉS GENERAL. FUNCIONES QUE DESARROLLA LA FIGURA

Todos hemos oído, y puede incluso que vivido más o menos de cerca, la importancia que para la vida social, cultural y, por supuesto, económica de numerosas zonas rurales de nuestro país tienen, en la actualidad, las conocidas como denominaciones de origen. Allí donde esa figura se ha implantado y utilizado normalmente se ha derivado un considerable incremento de la renta económica de los agricultores y/o ganaderos de

la concreta zona geográfica, lo que ha favorecido el asentamiento de la población en el medio rural afectado por la denominación de origen ⁽¹⁾. La Comunidad Autónoma de Castilla y León en concreto, con denominaciones de origen tales como la del jamón de Guijuelo, las judías del Barco de Ávila, o los vinos de la Ribera del Duero, Toro, Bierzo, Cigales o Rueda, entre otras varias, constituye un territorio en el que los efectos de la utilización de esa figura de la denominación de origen para la revitalización de muchos de sus pueblos y comarcas han sido especialmente perceptibles, y no digamos ya en lo que atañe específicamente a su provincia de Valladolid, por su enorme importancia económica, incluso a nivel mundial, en el sector de la producción de vinos identificados, y en consecuencia protegidos, con distintas denominaciones de origen.

Pero, no son las mencionadas las únicas bondades que pueden derivarse de la operatividad de las denominaciones de origen, pues además de esos efectos positivos sobre el mundo rural no hay que dejar de señalar que esa figura puede servir también, convenientemente utilizada, para satisfacer la creciente demanda del mercado de productos con un origen geográfico determinado ⁽²⁾.

Evidentemente, no sólo en España el empleo de las denominaciones de origen ha resultado de gran importancia para la promoción de las zonas rurales, tradicionalmente más apartadas y atrasadas. Otros países tales como Francia, en donde por cierto la denominación de origen fue originariamente concebida, Portugal, Holanda, Bélgica, Italia, etc., han visto cómo determinados territorios de sus zonas rurales se han visto revitalizados por la operatividad de la figura. Y, desde luego, si la denominación de origen es interesante para los llamados países desarrollados, entre los que se incluyen todos los citados, no digamos para los países en vías de desarrollo, con economías fundamentalmente basadas aún en la agricultura y en la artesanía de productos de una naturaleza muchas veces muy generosa.

Cuando un producto está amparado en una denominación de origen, la vinculación de ese producto a la indicación geográfica en que consiste la denominación de origen genera, en la mente del potencial consumidor, la idea de unas características y una calidad concretas, debidas a haber sido ese producto fabricado, elaborado, cosechado o extraído ⁽³⁾ en la zona geográfica delimitada por la denominación de

(1) Así, Gómez Lozano, M. M.: "Indicaciones geográficas protegidas", en *Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial en la Unión Europea*, Aranzadi, Cizur Menor, 2007, pp. 423-424 y Maroño Gargallo, M. M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid, 2002, p. 26, nota 17^a.

(2) De nuevo, Gómez Lozano, M. M.: "Indicaciones geográficas protegidas", en *Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial en la Unión Europea*, Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 424.

(3) La conexión entre una indicación geográfica y el producto al que se aplica puede manifestarse de varias maneras: designando el lugar en el que el producto es *extraído*, con ejemplos tales como la sal, el agua o el granito, siendo todos productos naturales; designando el lugar en el que el producto es *cultivado*, con ejemplos tales como el trigo o los melocotones, siendo también productos naturales; designando el lugar en el que el producto es *elaborado*, es decir, el lugar de la transformación del producto, donde se somete a determinados tratamientos que, gracias a la actividad humana, consiguen ciertos resultados, como por ejemplo los licores, el queso o la cerveza; y, por último, designando el lugar en el que el producto es *fabricado*, y cuyo resultado es ajeno a fuerzas naturales, como por ejemplo, los juguetes o los relojes. Al respecto, vid. Llobregat Hurtado, M. L.: *Temas de Propiedad industrial*, La Ley, Madrid, 2002, p. 165. En idénticos términos, Maroño Gargallo, M. M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid, 2002, p. 23, nota 6^a.

origen y, en consecuencia, esa prestación propia de la zona protegida con la denominación de origen cuenta con “*un valor añadido dentro del tráfico económico*” ⁽⁴⁾, respecto de otros productos de la misma clase que carecen de la posibilidad de verse amparados de ese modo. La denominación de origen es, pues, una *prueba de prestigio y calidad*, una evidencia de que determinados productos, especialmente de alimentación, se caracterizan por tener unas características y peculiaridades superiores, que los diferencian de esos mismos productos genéricos. Los consumidores reconocen que los vinos, los dulces, los quesos, los jamones, las legumbres, las frutas, etc., de determinadas zonas geográficas que cuentan con una denominación de origen gozan de unas particularidades concretas que los diferencian de esos mismos productos que no son de esa misma zona, y los hacen superiores.

Es fácil imaginar entonces que los productos amparados en una denominación de origen suelen gozar de éxito en el mercado ⁽⁵⁾, al garantizar esa denominación al consumidor un nivel de calidad más o menos constante y unas características específicas. Precisamente, tanto para ofrecer a los empresarios de determinadas zonas geográficas (caracterizadas por la existencia o realización en las mismas de productos diversos con buena reputación entre el público) *instrumentos atractivos de comercialización* de sus productos, y también con *la finalidad de evitar abusos*, como la usurpación del nombre de la zona geográfica en cuestión, surgió la figura de la denominación de origen, dando cobertura a los empresarios de la zona geográfica en cuestión que con su tarea y esfuerzo habían logrado una fama y un prestigio en el mercado en relación a un determinado producto. Efectivamente, con las denominaciones de origen los productores obtienen una protección legal contra la producción o elaboración de tales productos en otras zonas, aunque se utilicen los mismos ingredientes y procedimientos, lo que les permite influir sobre el precio final de dichos productos; además, la figura de la denominación de origen fomenta la organización del sector productivo y facilita el acceso de los productores tanto a los mercados nacionales como a los internacionales.

Se comprenderá entonces que la figura de la denominación de origen, aparte de otras consideraciones, es lo que en terminología jurídico-mercantil se conoce como un “signo distintivo”, pero un signo distintivo muy especial, pues con la misma se produce la identificación por parte de un conjunto de empresarios de determinados productos, caracterizados por proceder de una concreta zona geográfica, por una específica calidad y por unas determinadas características; la denominación de origen permite diferenciar esos productos de otros idénticos o similares, otorgándoles

⁽⁴⁾ Según dice, utilizando esa expresión tan plástica, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Introducción a las marcas y otros signos distintivos*, Aranzadi, Cizur Menor, 2002, p. 280.

⁽⁵⁾ Según apunta, Bercovitz Rodríguez-Cano, R., en el “Prólogo” a la obra de Gómez Lozano, M. M.: *Denominaciones de Origen y otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2004, pág. 17, “*las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas son cada vez más apreciadas entre el público como medio para seleccionar productos con calidades determinadas*”. En similares términos, Maroño Gargallo, M.M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid, 2002, p. 24, quien se refiere a la “función indicativa de la calidad” que desempeña la denominación de origen, calidad específica del producto que por lo demás no se basa en meras apreciaciones subjetivas del consumidor, sino en criterios objetivos basados en la existencia de una normativa de producción y medidas de control.

además una señal de calidad y buen hacer, y de ese modo atraer y conservar a la clientela ⁽⁶⁾.

Evidentemente, la existencia y mantenimiento de una competencia real y efectiva en el mercado exige de una adecuada y eficaz protección de los signos distintivos que utilizan los empresarios en el mercado, y por ello también de las denominaciones de origen, como signos distintivos que también son. Tanto a los empresarios, como a los consumidores, como en definitiva al mismo buen funcionamiento del sistema de economía de mercado, les interesa indudablemente la existencia de esa tutela citada en relación a la figura de la denominación de origen. A los **consumidores**, porque *“el elevado nivel de vida actual, los desplazamientos turísticos a otras regiones y el refinamiento en los gustos y en los hábitos perfilan un consumidor que orienta sus preferencias hacia productos con un origen geográfico concreto, al constituir el reflejo de toda una cultura y de un patrimonio compartido por toda una colectividad”*; a los **empresarios** porque, si es evidente como acabamos de señalar que las denominaciones de origen gozan de un especial aprecio por parte de los consumidores, entonces a los empresarios *“les interesará poder utilizarlas en la designación de sus mercancías”*, y si de empresarios ubicados en el mundo rural hablamos, la denominación de origen les permitirá luchar en mejores condiciones en un mercado muy competitivo, compensando en parte la habitualmente limitada y costosa producción de las zonas rurales, más apartadas y atrasadas; y **al interés general**, porque *“al poder ser empleada la denominación por todos los empresarios y productores de la zona geográfica respectiva, los efectos positivos que su empleo produce van a reflejarse en toda el área geográfica en cuestión”* ⁽⁷⁾. En definitiva, en las denominaciones de origen están presentes intereses de los empresarios de la zona delimitada por la denominación, intereses de los consumidores y, en consecuencia, el propio interés general.

Si una denominación de origen carece de los mecanismos eficaces y adecuados de protección jurídica la misma podrá llegar a vulgarizarse, pudiendo llegar a caer en el ámbito de las denominaciones geográficas “genéricas”, que son las que han perdido su carácter distintivo, pasando a identificar el producto no en virtud de su procedencia geográfica, sino en función de su género o especie ⁽⁸⁾. Ello, obviamente, va en contra de todos los intereses presentes en la cuestión, a los que antes nos hemos referido. Esa protección de las denominaciones de origen será adecuada y eficaz si hace que la misma sea reservada para identificar los productos que verda-

⁽⁶⁾ Es también cierto que por parte de la doctrina científica se ha avisado del peligro que supone una desmesurada proliferación de la figura de la denominación de origen, en orden a que ello puede provocar la generalización de productos con esa identificación y, en consecuencia, la pérdida de confianza de los consumidores. Así lo señala Llobregat Hurtado, M. L.: *Temas de Propiedad industrial*, La Ley, Madrid, 2002, p. 170.

⁽⁷⁾ Textualmente, para los tres párrafos en cursiva reproducidos, Maroño Gargallo, M.M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid, 2002, pp. 25-26.

⁽⁸⁾ Caso paradigmático es el del “Agua de Colonia”, cuyo carácter genérico fue declarado en Alemania por sentencia de 9 de diciembre de 1964 del Tribunal Federal alemán. Con mucho tino no ha dejado de señalarse que las actuales denominaciones geográficas genéricas en la mayoría de los casos no son sino los restos fosilizados de los engaños que en el pasado se infligieron a los consumidores.

deramente cumplen las condiciones de procedencia geográfica y calidad exigidas, por lo que habrá de impedirse su utilización para los que no reúnan esas características y origen, por resultar en su caso una actividad engañosa; pero también habrá de impedirse la utilización de indicaciones geográficas que sin engañar realmente en cuanto a la procedencia geográfica, por utilizar vocablos “deslocalizadores” (tales como “clase”, “tipo”, “sistema”, “estilo”, etc.), los cuales ciertamente informan al consumidor de que el producto no procede de la región en cuestión, pretenden realmente aprovecharse de la reputación adquirida en el mercado por auténticas denominaciones de origen (por ejemplo, vino clase Ribera del Duero).

Teniendo en cuenta todos esos intereses que aparecen en la operatividad de las denominaciones de origen, resulta interesante ordenar, para su exposición, cuáles son las funciones que las denominaciones de origen cumplen en la esfera jurídico-social. En ellas, por supuesto, resulta evidente lo antedicho en este epígrafe de que las denominaciones de origen constituyen un instrumento puesto al servicio de determinados empresarios para permitirles su actuación en el mercado, pero también un medio que cumple un importantísimo papel en relación a los intereses de los consumidores. Así, por la doctrina científica se han decantado las siguientes funciones que realiza la denominación de origen:

- 1) Una *función indicativa de la procedencia geográfica*, ofreciendo en torno al producto la información relativa a su lugar de procedencia, lo que para el consumidor reviste un indudable interés.
- 2) Una *función indicativa de la calidad del producto*, calidad específica que no se basa en meras apreciaciones subjetivas del consumidor, sino en criterios objetivos basados en la existencia de una normativa de producción y medidas de control.
- 3) Una *función condensadora del goodwill*, pues las denominaciones de origen constituyen un medio idóneo para cristalizar la buena fama de que goce el producto entre los consumidores.
- 4) Una *función publicitaria*, dado que las empresas con productos designados con denominaciones de origen habitualmente van a utilizar las mismas a la hora de anunciar dichos productos ⁽⁹⁾.

III. SIGNOS DISTINTIVOS EN EL TRÁFICO ECONÓMICO: DELIMITACIÓN DE LA FIGURA DE LA “DENOMINACIÓN DE ORIGEN” ENTRE OTRAS INDICACIONES DE PROCEDENCIA

Los operadores económicos se valen de diferentes signos distintivos tanto para identificarse a sí mismos como a los productos y servicios que ponen en el mercado. Es eso algo absolutamente necesario en una economía de mercado como la

⁽⁹⁾ Así, Maroño Gargallo, M. M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid, 2002, pp. 23-24.

actual, enormemente competitiva y de masas, en la cual las relaciones económicas están cada vez más despersonalizadas; de otro modo, la clientela carecería de la posibilidad de identificar a los operadores económicos que participan en el mercado y a los productos y servicios ofrecidos por ellos y, por otro lado, sin esa identificación frente a los competidores los esfuerzos de los operadores económicos por mejorar las prestaciones que ofrecen resultarían vanos ⁽¹⁰⁾.

Al lado de los signos distintivos “de la empresa” en sentido estricto, como son las marcas, los nombres comerciales y los rótulos de establecimiento, que como sabemos identifican, respectivamente, los productos y servicios que se ofrecen al mercado, los empresarios y operadores actuantes en dicho mercado y la sede física abierta al público donde ejercitan esos sujetos sus actividades para la clientela ⁽¹¹⁾, encontramos otros signos distintivos en el tráfico económico, cada vez más importantes, como son las indicaciones de procedencia, las indicaciones geográficas protegidas, las denominaciones de origen o los nombres de dominio ⁽¹²⁾.

Por lo que respecta a las indicaciones de procedencia, a las indicaciones geográficas protegidas y a las denominaciones de origen, las mismas, siendo signos distintivos, se diferencian de las marcas, de los nombres comerciales, de los rótulos de establecimiento y de los mismos nombres de dominio, primero, en que no pueden pertenecer a una empresa en exclusiva y, segundo, en que tratan de poner de manifiesto el lugar geográfico en el que se han elaborado los productos, o al que deben su fama ⁽¹³⁾.

Por su parte, entre las indicaciones de procedencia, por un lado, y las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas, por otro, existen también diferencias. Por “indicación de procedencia” se entiende *“cualquier expresión o signo que sea utilizado para indicar que un producto o servicio es originario de un país, región, zona o localidad determinada; si bien cabe apreciar que partiendo*

⁽¹⁰⁾ Al respecto puede consultarse Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 6ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2005, p. 462.

⁽¹¹⁾ Recordemos que con la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, el rótulo de establecimiento se ha suprimido como figura registral autónoma, aunque la protección de los rótulos ya registrados continuará durante un largo período de tiempo, como se establece en las Disposiciones transitorias 3ª y 4ª de la Ley antedicha. En todo caso, recordemos también que el no contar hacia el futuro con una protección registral para los rótulos no quiere decir que carezcan de protección, pues puede utilizarse la protección que otorga la marca, hoy que se admite la marca conocida como “de servicios” (frente a la “de productos”), y además siempre está la protección derivada de la Ley de Competencia Desleal.

⁽¹²⁾ El último de los signos distintivos citados ha sido también el último en aparecer en el tiempo, como resulta obvio si pensamos que el mismo es un signo que actúa a través de internet. El nombre de dominio identifica y permite el acceso a una página web, página web que, como todos sabemos, aunque no es sólo utilizada por operadores económicos, y por lo tanto no tiene por qué cumplir una función económica, cuando uno de esos operadores económicos la utiliza aparece como su signo distintivo en el comercio electrónico. De este signo, enormemente interesante, no nos ocupamos en este trabajo, obviamente. Al respecto, puede consultarse Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 6ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2005, p. 518 y ss.

⁽¹³⁾ Históricamente, las denominaciones de origen se han configurado como signos distintivos diferenciados normativamente de las marcas; así, Illescas Ortiz, R.: “Las marcas y otros signos distintivos”, en *Derecho Mercantil*, 11ª ed., vol. 1º, coordinado por Jiménez Sánchez, G., Ariel, Barcelona, 2007, p. 719.

de este concepto amplio, cuando la indicación geográfica es empleada no como mera referencia que se aporta a modo de información adicional, sino como nombre del producto que se designa, actúa entonces como un mecanismo de identificación e individualización frente a productos semejantes que concurren en el mercado. La indicación geográfica actúa, en tal caso, como un signo distintivo de productos que utiliza como elemento individualizador el origen geográfico” ⁽¹⁴⁾.

Las indicaciones de procedencia, por lo tanto, se refieren únicamente al origen geográfico de un producto, “vínculo único”, por lo tanto, sin que exista ningún otro vínculo entre las peculiaridades del mismo y su procedencia geográfica. Estas indicaciones de procedencia pueden ser utilizadas por todos los empresarios que elaboran los productos en el lugar o zona geográfica a la que se refiere la concreta indicación.

En el caso de las otras dos figuras se va más allá de lo referido para las indicaciones de procedencia, pues tanto las “denominaciones de origen” como las “indicaciones geográficas” protegidas pueden ser aplicadas por determinados empresarios a determinados productos: a los procedentes del área geográfica indicada con esas dos figuras y que además reúnen unas concretas características y una calidad, debidas fundamentalmente o esencialmente al medio geográfico de origen, y controladas por una autoridad encargada de la fiscalización en la denominación o indicación. Las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas comunican, pues, un mensaje más amplio que el de la mera indicación de procedencia, además de señalar la procedencia geográfica del producto, revelan la presencia en el mismo de una calidad específica, “doble vínculo” entre el producto que designan y el lugar al que se refieren la denominación o la indicación que es además garantizado por el propio ordenamiento jurídico ⁽¹⁵⁾.

Ocurre entonces que en realidad las indicaciones de procedencia no constituyen una forma de propiedad industrial, frente a las otras dos figuras, las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas, que sí lo son. Por ello,

⁽¹⁴⁾ Textualmente, Maroño Gargallo, M. M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid, 2002, pp. 22-23.

⁽¹⁵⁾ Junto a las “denominaciones de origen” y a las “indicaciones geográficas protegidas” podemos mencionar también otra figura que no siendo realmente una indicación geográfica, sin embargo evoca también para el consumidor una determinada procedencia para un producto del cual constituye su denominación. Nos referimos a las “denominaciones tradicionales”, las cuales, cuando el producto presenta además los rasgos propios de una denominación de origen, o sea, características y calidad específica debidas al medio natural de la zona de origen, son objeto de similar protección jurídica. Es el caso, por ejemplo, del “cava” para los vinos espumosos españoles, o del “tequila”, que evoca a Méjico, o de la “grappa” italiana. Así, en el artículo 2.2 del Reglamento (CE) nº 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, se establece que también pueden considerarse como denominaciones de origen denominaciones tradicionales, sean o no geográficas, pero que designen productos agrícolas o alimenticios procedentes de una región y cumplan los requisitos fijados para la existencia de una denominación de origen. Al respecto de las denominaciones tradicionales, vid. Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 8ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 556 y Maroño Gargallo, M. M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid, 2002, p. 24 y nota 12ª.

mientras las primeras obtienen su protección jurídica en España de las normas del Derecho de la Competencia Desleal (artículos 3 y 5 de la Ley General de Publicidad y 6, 7 y 12 de la Ley de Competencia Desleal; véase, también, el artículo 7.1, letras c), g) y j) de la Ley de Marcas) ⁽¹⁶⁾, tanto las denominaciones de origen como las indicaciones geográficas protegidas gozan, además de esa protección por la vía de la competencia desleal, de una tutela mayor, precisamente por conformar un *derecho exclusivo de utilización dentro del tráfico económico*. Un derecho exclusivo que, como ya hemos anticipado, no corresponde únicamente a un empresario en concreto, pues todos los que elaboren los productos en la zona geográfica en cuestión, de acuerdo a las reglas y controles impuestos por la autoridad prefijada en función de las características y la calidad del producto, podrán hacer uso de ese signo distintivo ⁽¹⁷⁾.

Como no podía ser de otro modo, también existen diferencias entre los signos distintivos que son las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas. A las mismas se refiere la normativa de la Unión Europea. En concreto, el artículo 2.1. a), del reciente Reglamento (CE) nº 510/2006, del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre la protección europea de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios [no alcohólicos ⁽¹⁸⁾], que ha sustituido al Reglamento (CEE) 2081/92, del Consejo, de 14 de julio de 1992, del mismo título, define como “denominación de origen” *“el nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio: originario de dicha región, de dicho lugar determinado, o de dicho país, cuya calidad o características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada”*.

Por lo que respecta a la “indicación geográfica protegida”, el artículo 2.1. b) establece que se conoce por tal al *“nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio: originario de dicha región, de dicho lugar determinado, o de dicho país, que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda atribuirse a dicho origen geográfico, y cuya producción, transformación o elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada”*.

(16) En el ámbito del Derecho internacional, habría que tener en cuenta el artículo 10 bis del Convenio de la Unión de París y Arreglo de Madrid de 14 de abril de 1891, para la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas en materia de propiedad industrial, que impone a los Estados miembros la adopción de medidas contra las falsas indicaciones de procedencia, y el artículo 22 del Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Industrial relacionados con el Comercio, Acuerdo ACPI, de 1994, que obliga a los Estados miembros a adoptar medidas para impedir las falsas indicaciones de procedencia en la designación o presentación de productos.

(17) Sobre las diferencias entre las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas de procedencia, vid. Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 8ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 550 y ss.

(18) Prescindiendo de los vinos y de las bebidas espirituosas, la disciplina establecida en el Reglamento 510/2006 es la general para las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas.

Como es fácil observar, en la definición de la “denominación de origen” se utilizan siempre conjunciones copulativas, mientras que en la de “indicación geográfica protegida” se usan, por el contrario, conjunciones disyuntivas. Así, mientras en la primera figura de la denominación de origen acumulativamente el producto ha de ser originario de una zona geográfica determinada, sus características deberse al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y que su producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada ⁽¹⁹⁾, en la segunda figura, también un topónimo, el vínculo con el medio geográfico sigue presente en al menos una de las etapas de la producción, de la transformación o de la elaboración, pero no necesariamente en todas, y tampoco necesariamente el producto ha de poseer una calidad o características que se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, bastando con que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda atribuirse a dicho origen geográfico.

Por su parte, en la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino, texto en el que se establece el sistema de protección del origen y la calidad de los vinos, entre los vinos de calidad producidos en una región determinada (vcprd) incluye, entre otros ⁽²⁰⁾, los vinos de calidad con indicación geográfica, los vinos con denominación de origen y los vinos con denominación de origen calificada. La distinción entre los vinos de calidad con indicación geográfica y los vinos con denominación de origen es la misma que ha sido señalada antes para el caso de los productos agrícolas y alimenticios (no alcohólicos), añadiéndose entre los requisitos para poder gozar de una denominación de origen por parte de un producto vinícola el de que han de haber transcurrido, al menos, cinco años desde su reconocimiento como vino de calidad con indicación geográfica ⁽²¹⁾. Observamos, entonces, como además del hecho cierto de que la figura de la denominación de origen, como signo distintivo, exige de la concurrencia de una serie de requisitos que no han de darse en su totalidad en la figura de la indicación geográfica protegida, esta última es concebida en el sector de los vinos, precisamente por lo dicho, como un estadio previo a la concesión de la denominación de origen.

En definitiva, en la indicación geográfica protegida, como ocurre con la denominación de origen, también está presente el “doble vínculo” entre el producto que designa y el lugar geográfico al que se refiere la indicación: la procedencia del producto de esa determinada zona y la existencia en el mismo de una calidad o características determinadas precisamente debidas al lugar de origen; sin embargo, en esa segunda parte del vínculo descrito radica la diferencia entre ambas figuras, pues la configuración que se exige por el ordenamiento jurídico para las indicaciones geográficas protegidas en ese aspecto señalado de la calidad es menos estricta que la exigida para el supuesto de las denominaciones de origen ⁽²²⁾.

(19) Así, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Introducción a las marcas y otros signos distintivos*, Aranzadi, Cizur Menor, 2002, p. 287.

(20) Como los “vinos de pagos”.

(21) En el caso de los vinos con “denominación de origen calificada”, entre otros requisitos se exige, para que un vino pueda gozar de ese concreto signo distintivo, que hayan transcurrido, al menos, diez años, desde su reconocimiento como denominación de origen.

(22) Así, Maroño Gargallo, M. M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid, 2002, p. 25 y nota 13ª.

Por todo ello, es posible decir que todas las figuras a las que se ha hecho referencia en este epígrafe constituyen en realidad clases o tipos de indicaciones de procedencia en general, pues todas se ocupan de ligar, de vincular, un lugar en concreto con un producto determinado; lo que ocurre es que mientras las “indicaciones de procedencia” tratadas en primer lugar serían indicaciones de procedencia *simples*, pues no se las reconoce más valor que el puramente geográfico, constituyendo entonces un signo distintivo, pero no un derecho de exclusiva utilización en el tráfico económico, y por lo tanto susceptibles de ser protegidas sólo a través de la vía de la competencia desleal cuando se la utilice para ofrecer o promocionar productos que no proceden realmente de esa zona geográfica ⁽²³⁾, las “indicaciones geográficas protegidas”, las “denominaciones tradicionales” y las propias “denominaciones de origen” constituyen, por el contrario, indicaciones de procedencia *calificadas*, pues el Derecho objetivo ahora sí les atribuye un valor que excede de lo puramente geográfico ⁽²⁴⁾, siendo entonces, además de signos distintivos, auténticos derechos de exclusiva utilización en el tráfico económico, y por ello con una protección jurídica superior a la de la competencia desleal.

IV. NORMATIVA JURÍDICA COMUNITARIA, ESTATAL Y AUTONÓMICA CASTELLANO-LEONESA SOBRE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN

En toda denominación de origen concurren dos factores característicos: reconocimiento de la misma por una autoridad administrativa competente que delimita tanto los productos como la zona geográfica, y la existencia de un órgano de control para verificar que se respetan las normas de producción de la denominación de origen, y que por lo tanto asegura que esas denominaciones son solamente aplicadas a los productos que reúnen las peculiaridades típicas de la zona a la que la denominación de origen corresponde, y también para actuar frente a terceros que la utilicen indebidamente. El derecho a utilizar el toponímico en que consiste la denominación de origen como signo distintivo de los productos en cuestión es un derecho exclusivo de los productores establecidos en el lugar del propio toponímico, de acuerdo a las reglas y controles impuestos por la autoridad prefijada en función de las características y la calidad del producto, sin que el uso de toponímicos idénticos, similares o dotados de términos deslocalizadores (“tipo”, “estilo”, “método”, “sistema”, etc.) esté permitido jurídicamente. Así pues, el uso distintivo en que consiste la denominación es un uso siempre colectivo y muy intervenido administrativamente ⁽²⁵⁾. En esta materia de las denominaciones de origen inciden, pues, *normas jurídicas de muy distinta naturaleza, públicas muchas y privadas otras tan-*

(23) Pues entonces se incurre en un acto de competencia desleal al ser un acto de engaño, que induce a confusión con los productos verdaderamente procedentes de ese lugar, y que tiene por fin aprovecharse de su reputación.

(24) En tal sentido, Maroño Gargallo, M. M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid, 2002, p. 25, quien distingue entre esos signos utilizando la clasificación de indicaciones geográficas simples y calificadas.

(25) Así, Illescas Ortiz, R.: “Las marcas y otros signos distintivos”, en *Derecho Mercantil*, 11ª ed., vol. 1º, coordinado por Jiménez Sánchez, G., Ariel, Barcelona, 2007, p. 720.

tas, pudiendo ubicarse la relación “denominación de origen como signo distintivo” entre aquellos aspectos que calificamos de privados jurídicamente hablando ⁽²⁶⁾.

Por otro lado, el éxito de las denominaciones de origen entre el público consumidor, y la paralela necesidad de proteger al mismo y a las propias denominaciones de origen de fraudes y actividades ilícitas, ha hecho que la regulación del uso de las denominaciones de origen a nivel internacional, comunitario-europeo y nacional adquiera cada vez más importancia y mayor dimensión cuantitativa ⁽²⁷⁾. Observamos, entonces, como en el tema de las denominaciones de origen, y también de otras indicaciones geográficas diferentes, *confluyen normas jurídicas con ámbitos territoriales de aplicación distintos*, lo que hace del mismo un sector jurídico extraordinariamente complejo.

En el caso español, además, es preciso añadir que las Comunidades Autónomas, todas, como entidades dotadas de auténtica sustancia política a tenor de lo que disponen el artículo 2 y el Título VIII de la Constitución Española de 1978, han asumido a través de sus respectivos Estatutos de Autonomía la competencia legislativa sobre las denominaciones de origen, en colaboración con el Estado ⁽²⁸⁾, por lo que la complejidad jurídica de la cuestión es aún mayor. Toda esa *normativa*, además,

(26) Según apunta, Bercovitz Rodríguez-Cano, R., en el “Prólogo” a la obra de Gómez Lozano, M.: *Denominaciones de Origen o otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2004, p. 18.

(27) Así lo recuerda Bercovitz Rodríguez-Cano, R., en el “Prólogo” a la obra de Gómez Lozano, M.: *Denominaciones de Origen o otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2004, p. 17.

(28) En el texto actualmente vigente del Estatuto de Autonomía de Castilla y León, aprobado por la Ley Orgánica núm. 4/1983, de 25 de febrero, y reformado por las Leyes Orgánicas núms. 11/1994, de 24 de marzo y 4/1999, de 8 de enero, de reforma del Estatuto de Autonomía de Castilla y León, se regula la cuestión de las denominaciones de origen en el artículo 32, relativo a las “competencias exclusivas” de la Comunidad, con el siguiente tenor:

Artículo 32. *Competencias exclusivas*. 1. *La Comunidad de Castilla y León tiene competencia exclusiva en las siguientes materias: (...) 32.ª Denominaciones de origen y otras indicaciones de procedencia relativas a productos de la Comunidad, en colaboración con el Estado.*

En la propuesta de reforma del Estatuto de Autonomía que se está tramitando actualmente en el Parlamento nacional, en su última redacción (tras la incorporación por la Ponencia encargada de redactar el Informe sobre la Propuesta de reforma de algunas de las enmiendas propuestas por diversos Grupos Parlamentarios), publicada en el Boletín Oficial de las Cortes Generales (Congreso de los Diputados), de 17 de octubre de 2007, nº 268-15, la cuestión de las denominaciones de origen se regula en el artículo 70, también relativo a las “competencias exclusivas” de la Comunidad, y con la siguiente letra:

Artículo 70. *Competencias exclusivas*. *La Comunidad de Castilla y León tiene competencia exclusiva en las siguientes materias: (...) 15.ª Denominaciones de origen y otras protecciones de calidad relativas a productos de Castilla y León. Organización de los Consejos Reguladores y entidades de naturaleza equivalente.*

Se ha dicho que la competencia legislativa sobre las denominaciones de origen ha de realizarse en colaboración con el Estado (así, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 8ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 554), y de hecho, como acabamos de exponer, en el actual Estatuto de Autonomía de Castilla y León se dice textualmente que la competencia exclusiva de la Comunidad citada sobre las denominaciones de origen se ejercitará “en colaboración con el Estado”. En tal sentido, la Sentencia del Tribunal Constitucional de 28 de enero de 1986, conocida como caso Empordá-Costa Brava estableció que la Comunidad Autónoma con competencia legislativa en la materia de la que tratamos puede reconocer denominaciones de origen con efectos inmediatos internos a nivel autonómico, pero esa denominación debe ser ratificada de una manera reglada por la Administración estatal para que además quede protegida a nivel nacional e internacional (sentencia citada por Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 8ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 554). En todo caso, interesa destacar que como hemos expuesto ahora mismo la Propuesta de Reforma del Estatuto de Autonomía de Castilla y León, en la regulación fijada para la competencia, también exclusiva, de las denominaciones de origen, no contiene la referencia relativa a que dicha competencia habrá de ejercitarse “en colaboración con el Estado”.

es de un carácter enormemente reglamentista, o sea, es *enormemente minuciosa y detallada, y en muchas ocasiones también poco clara*.

Si a ello añadimos que en todos esos niveles geográficos mencionados, internacional, europeo-comunitario, nacional y autonómico, se establecen *normativas diferenciadas y no homogéneas para el tema de las indicaciones geográficas vitivinícolas y para el resto de los productos agrícolas y alimenticios*, con distinciones de regulación entre ambos sectores ciertamente importantes, entenderemos entonces que la dificultad para moverse con seguridad en ese marasmo normativo citado es grande. En todo caso, aun no siendo homogéneos los sistemas de protección establecidos para las indicaciones geográficas, podemos decir desde ya mismo que lo que sí tienen ambos sistemas (el de los productos vitivinícolas y de los productos agrícolas y alimenticios) en todos esos ámbitos territoriales aludidos es la misma finalidad, que no es otra que tutelar en ambos casos los mismos intereses implicados: los de los consumidores frente a un posible uso engañoso de las indicaciones geográficas, y los de los titulares del prestigio colectivo de que gozan esas indicaciones geográficas ante una posible apropiación indebida de las mismas.

Teniendo en cuenta lo anterior, y si dejamos aquí de lado la regulación internacional, enormemente importante porque de los compromisos adquiridos con la firma de esos tratados se nutre mucha de la regulación nacional de los países firmantes ⁽²⁹⁾, podemos afirmar, desde la perspectiva española, que las denominaciones de origen pueden ser reconocidas a nivel comunitario, a nivel nacional y a nivel autonómico. Hagamos, pues, un breve recorrido por la normativa al respecto de la denominación de origen en el Derecho español, en el comunitario y en el de la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

Derecho español. Así, la primera norma española que disciplinó la figura de la denominación de origen fue el Estatuto del vino, aprobado por Decreto de 8 de septiembre de 1932, elevado a Ley por la de 26 de mayo de 1933 (artículos 30 y 31), y lo hacía recogiendo los dos elementos definidores habituales de las denominaciones de origen, o sea, que el vino fuese originario de una zona geográfica determinada, que sus características se debiesen fundamentalmente a ese medio geográfico y que su producción, transformación y elaboración se realizasen en la zona geográfica delimitada. Como bien explica la doctrina científica, la razón de que la figura de la denominación de origen naciera vinculada a la producción de vinos y licores radicó en que las peculiaridades de ese producto obviamente dependen tanto de la zona geográfica en la que se produce la uva como de los típicos procesos de elaboración del vino en la zona geográfica en cuestión ⁽³⁰⁾.

⁽²⁹⁾ Al respecto puede consultarse Maroño Gargallo, M. M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid, 2002, p. 30 y ss., quien distingue entre tratados multilaterales y convenios bilaterales (de hecho, ha sido a través de convenios internacionales bilaterales como se han protegido las denominaciones de origen tradicionalmente; en esos convenios, se establece una lista de denominaciones de origen que se intercambian los países firmantes, los cuales se comprometen a no utilizar las denominaciones de origen del otro país contenidas en el acuerdo adoptado y viceversa).

⁽³⁰⁾ Así, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 8ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 552.

Efectivamente, en el artículo 30 de la Ley de 1933 se definía la denominación de origen como *“los nombres geográficos conocidos en el mercado nacional o extranjero, empleados para la designación de vinos típicos, que respondan a unas características especiales de producción y a unos procedimientos de elaboración y crianza utilizados en la comarca o región de la que toman el nombre geográfico”*. Y en el artículo 31 de la Ley se fijaban los requisitos que debían cumplir los vinos para obtener la protección: proceder de la respectiva zona vitícola, adquirir las características de los vinos típicos y haber sido tratados y elaborados según los procedimientos utilizados en la comarca de la que toman el nombre.

En esa normativa se establecía ya el Consejo Regulador de la denominación de origen, órgano integrado por una representación de los empresarios que intervienen en la producción, elaboración y comercialización de los productos correspondientes, y con funciones de registro, inspección y sanción con el objetivo de que todos los empresarios de la zona cumpliesen con los niveles de calidad exigidos.

Con la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, que establece el Estatuto de la viña, del vino y los alcoholes, se regulan de nuevo las denominaciones de origen en su Título III, bajo la rúbrica *“De la protección de la calidad”*, en los artículos 79 a 103. Dicha Ley se completaba con un Reglamento, aprobado por Decreto 835/1972, de 23 de marzo (Título III, artículos 79 a 101). En esa normativa se normaban fundamentalmente las denominaciones de origen referentes a los vinos, si bien es preciso señalar que ya en esa Ley 25/1970 se permitía la aplicación de las denominaciones a otros productos distintos del vino ⁽³¹⁾.

En el artículo 79 de la Ley 25/1970 se definía la denominación de origen como *“el nombre 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 o crianza”*. Como vemos, otra vez recogiendo los dos elementos definidores habituales de las denominaciones de origen, o sea, que el vino fuese originario de una zona geográfica determinada, que sus características se debiesen fundamentalmente al medio geográfico y que su producción, transformación y elaboración se realizasen en la zona geográfica delimitada.

En esta normativa se establece además que para que una denominación de origen llegase a ser reconocida había de realizarse una solicitud por los propios viticultores y elaboradores de vino, y designarse un Consejo Regulador provisional encargado de redactar el proyecto de Reglamento de la denominación (artículo 84 de la Ley 25/1970). Continúa entonces la figura del Consejo Regulador de la denominación de origen, órgano con unas tareas de vital importancia para la figura, al estar encargados tanto de la formulación del Reglamento de la denominación como de controlar después su correcta aplicación y defender frente a terceros no autorizados el respecto a la misma (artículos 87 y siguientes de la Ley 25/1970).

⁽³¹⁾ Así, Llobregat Hurtado, M. L.: *Temas de Propiedad industrial*, La Ley, Madrid, 2002, p. 168.

En el artículo 82, apartados uno y dos, de esa Ley 25/1970, se establecía que el uso de las denominaciones de origen quedaba reservado a los titulares de las instalaciones y empresas autorizadas para elaborar los productos que se encontraban protegidos por ellas. Y en el artículo 84 se prohibía el empleo de marcas o de nombres comerciales que por su similitud con las denominaciones protegidas pudieran inducir a error sobre el verdadero origen del producto, incluso aunque se añadiesen términos como “clase”, “estilo”, “tipo”, etc.

En la actualidad, la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la viña y el vino ha derogado a la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, al objeto de adaptarse a lo que sobre la organización común del mercado vitivinícola dispone la normativa europeo-comunitaria, si bien la Ley 25/1970 ha quedado en parte vigente para los productos agroalimentarios ⁽³²⁾. Ocurre entonces que en España la regulación de las indicaciones geográficas de los productos *vitivinícolas* se regulan en una norma distinta de la fijada para las denominaciones de origen del resto de los productos agrícolas y alimenticios.

Con esta norma de 2003 se ha ampliado de catálogo de los términos utilizados como indicaciones geográficas, pues dicha Ley ha reconocido unas “categorías de vinos” que se imponen con carácter necesario, por ser *legalmente impuestas*, como son las categorías de los “vinos de mesa” (dentro de los cuales existirían unos con derecho a la mención tradicional de vino de la tierra) y los “vinos de calidad producidos en regiones determinadas” (vcprd) ⁽³³⁾, quedando las denominaciones de

(32) Así, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 8.ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 555, si bien se puede matizar más y decir que esas normas de la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, del Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes siguen estando vigentes en relación con las normas relativas a los Consejos Reguladores de las indicaciones geográficas de los productos agroalimentarios, según establece la Disposición Derogatoria única de la Ley 24/2003 (así lo recuerdan Bercovitz Rodríguez-Cano, R., en el “Prólogo” a la obra de Gómez Lozano, M. M.: *Denominaciones de Origen y otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2004, p. 19 y la propia Gómez Lozano, M. M.: *Denominaciones de Origen o otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2004, p. 75), mientras no se apruebe para los productos agroalimentarios una norma nacional para ese sector, algo que ya se ha realizado en alguna Comunidad Autónoma (puntualiza Gómez Lozano, M. M.: *Denominaciones de Origen o otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2004, p. 21).

Puede resultar interesante recordar que la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, del Estatuto del vino, de la viña y de los alcoholes constituyó en el pasado el régimen nacional general relativo a las indicaciones geográficas en España, pues lo dispuesto en sus artículos 95 y siguientes para las denominaciones de origen se extendió a los productos agrarios cuya protección de calidad tuviera un especial interés económico o social, según fijaba su Disposición adicional quinta, régimen que el Ministerio de Agricultura extendió a otros productos agrarios (al respecto, vid. Gómez Lozano, M.M.: *Denominaciones de Origen y otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2004, p. 73 y notas 108 y 109).

(33) La Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y el Vino, define el llamado “Sistema de Protección del Origen y la Calidad de los vinos”, que se estructura en los siguientes niveles:

Dentro de los “vinos de mesa”:

Vinos de mesa.

Vinos con derecho a la mención tradicional “vino de la tierra”.

Dentro de los “vcprd”:

Vinos de calidad con indicación geográfica.

Vinos con denominación de origen (DO).

Vinos con denominación de origen calificada (DOCa).

Vinos con denominación de origen calificada (DOC).

origen y las indicaciones geográficas protegidas como denominaciones geográficas *facultativas*, pues esas categorías de vinos de calidad podrán utilizarlas en su etiquetado, presentación, publicidad, cuando cumplan los requisitos exigidos para las mismas. Por lo tanto, entre los vinos de calidad producidos en una región determinada la Ley 24/2003 incluye los vinos con denominación de origen y denominación de origen calificada (artículos 13, 22 y 23), de ahí que los vinos con denominación de origen sean uno, entre otros, de los posibles niveles del sistema que, derivado de imperativos comunitarios, esa ley establece.

La Ley define los siguientes conceptos:

1) *Vinos de mesa con derecho a la mención tradicional “vino de la tierra”*: es el que ha sido elaborado teniendo en cuenta unas determinadas condiciones ambientales y de cultivo que puedan conferir a los vinos características específicas.

2) *Vinos de calidad con indicación geográfica* (artículo 21 de la Ley 24/2003): es el producido y elaborado 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.

3) *Vinos con denominación de origen (DO)* (artículo 22 de la Ley 24/2003): es el nombre de una región, comarca, localidad o lugar determinado que haya sido reconocido administrativamente para designar vinos que cumplan las siguientes condiciones:

- haber sido elaborados en la región, comarca, localidad o lugar determinados con uvas procedentes de los mismos,
- disfrutar de un elevado prestigio en el tráfico comercial en atención a su origen,
- y cuya calidad y características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico que incluye los factores naturales y humanos,
- además, han de haber transcurrido, al menos, cinco años desde su reconocimiento como vino de calidad con indicación geográfica

4) *Vinos con denominación de origen calificada (DOCa)* (artículo 23 de la Ley 24/2003): deberán cumplir, junto a los requisitos propios de las denominaciones de origen, los siguientes:

- que hayan transcurrido al menos diez años desde su reconocimiento como denominación de origen,
- se comercialice todo el vino embotellado desde bodegas inscritas y ubicadas en la zona geográfica delimitada,
- cuente con un sistema de control desde la producción hasta la comercialización respecto a calidad y cantidad, que incluya un control físico-químico y organoléptico por lotes homogéneos de volumen limitado,
- está prohibida la coexistencia en la misma bodega con vinos sin derecho a la DOCa, salvo vinos de pagos calificados ubicados en su territorio,
- ha de disponer de una delimitación cartográfica, por municipios, de los terrenos aptos para producir vinos con derecho a la DOCa.

5) *Vinos de pagos* (artículo 24.1 de la Ley 24/2003): son los vinos originarios de un “pago”, entendiéndose por tal 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 Pública competente, de acuerdo con las características propias de cada Comunidad Autónoma, y no podrá ser igual ni superior a la de ninguno de los términos municipales en cuyo territorio o territorios, si fueren más de uno, se ubique.

Se entiende que existe vinculación notoria con el cultivo de los viñedos, cuando el nombre del pago venga siendo utilizado de forma habitual en el mercado para identificar los vinos obtenidos en aquél durante un período mínimo de cinco años.

En el caso de que la totalidad del pago se encuentre incluida en el ámbito territorial de una denominación de origen calificada, podrá recibir el nombre 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 la misma.

Además, la producción de la uva, elaboración y embotellado (con excepciones) deberán realizarse dentro del pago. Y habrá de contarse con un sistema de calidad integral que cumpla, al menos, los requisitos de una DOCa.

Como ha destacado la doctrina científica, con las expresiones legalmente impuestas en materia de vinos como son las de “vino de mesa” y “vcprd” se ha pretendido comprender las distintas realidades existentes en materia de vinos en la Unión Europea, pero dado que esta clasificación es aún bastante desconocida entre el público consumidor, ha parecido razonable no renunciar a menciones tradicionales como la de la denominación de origen y la indicación geográfica protegida ⁽³⁴⁾.

Es interesante destacar que además del establecimiento de las categorías de vinos a las que hemos hecho referencia, la Ley 24/2003 ha traído consigo dos novedades de importancia dentro del sistema tradicional de protección: la primera, el reconocimiento expreso de la titularidad pública de las denominaciones de origen y, segunda, la necesidad de separar los órganos de gestión (Consejos Reguladores) de los órganos de control. Efectivamente, cada una de las denominaciones de origen, calificadas o no, que tendrá que haber sido reconocida por la Administración, ha de disponer de un Consejo Regulador al que corresponde la gestión de la misma ⁽³⁵⁾. Las finalidades del órgano de gestión son las de representación, defensa, garantía, investigación y desarrollo de mercados y la promoción de los vinos amparados en la correspondiente denominación de origen, y para el cumplimiento de las mismas tiene el Consejo una serie de facultades, entre las que destaca la de velar por el cumplimiento del reglamento de la denominación, pudiendo denunciar ante los órganos administrativos y jurisdiccionales cualquier uso incorrecto del mismo (artículos 24 a 26 de la Ley 24/2003).

Más precisamente, el artículo 18.3 de la Ley 24/2003 dispone que no podrán utilizarse los nombres geográficos asignados a cada nivel de protección de los productos vitivinícolas a productos de esa misma naturaleza que no cumplan los requisitos del nivel de protección en cuestión, y ello aunque estén traducidos a otras lenguas o precedidos por expresiones deslocalizadoras como “estilo”, “clase”, “tipo”, etc., incluso aunque se indique el origen del vino. Y las marcas, nombres comerciales y razones sociales que hagan referencia a los nombres geográficos protegidos en cada nivel únicamente podrán emplearse en vinos con derecho a ese nivel referido (18.4).

En definitiva, el derecho a utilizar la denominación de origen como signo distintivo de los productos vínicos es un derecho exclusivo de los productores establecidos en la zona geográfica a que se refiere la denominación, sin que resulte lícito el uso de toponímicos idénticos, similares o que utilicen vocablos deslocalizadores de los mismos (así, artículos 39.1 f), entre las infracciones graves, y artículo 40.2 a), entre las muy graves, de la Ley 24/2003).

Por otro lado, ya habíamos comentado que la Ley de la viña y el vino de 2003 es aplicable solamente a las denominaciones geográficas de los productos vitivinícolas;

⁽³⁴⁾ Así lo razona Gómez Lozano, M. M.: *Denominaciones de Origen y otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2004, p. 22.

⁽³⁵⁾ También los vinos de pagos han de contar con un órgano de gestión, aunque el término Consejo Regulador queda reservado para las denominaciones de origen.

para las denominaciones de origen aplicables a productos *agroalimentarios* distintos a los anteriores siguen vigentes, para algunos aspectos, las normas respectivas de la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, del Estatuto de la viña, del vino y de los alcoholes (artículos 79 a 103). En realidad, en el ámbito de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios desde hace ya tiempo las normas de la Unión Europea han tenido como finalidad principal la de sustituir la protección nacional de las indicaciones geográficas para ese tipo de productos por la protección comunitaria, al objeto de crear un sistema uniforme para favorecer así la libre circulación de mercancías en el seno del territorio europeo-comunitario ⁽³⁶⁾.

Esta última afirmación nos da pie para adentrarnos en el **Derecho europeo-comunitario** de las indicaciones geográficas. En ese Derecho, como en el Derecho español, también se disciplinaron antes en el tiempo las denominaciones de origen de los productos *vitivinícolas* que las de los otros productos agroalimentarios ⁽³⁷⁾. Y también en este ámbito supranacional, como en el español, se ha producido la regulación en diferentes sedes normativas de las indicaciones geográficas, y de una manera además muy diversa: por un lado, la de los productos vitivinícolas y, por otro, la de las de los productos agroalimentarios, siendo aquélla ciertamente compleja y elaborada, además de muy reglamentada, con una terminología enormemente similar a la de la Ley española de la viña y el vino, por otro lado, una ley, la española de la viña y el vino, que no ha hecho sino reflejar las obligaciones impuestas por la normativa comunitaria al respecto.

Efectivamente, en la actualidad en el Derecho comunitario las cuestiones relativas a las indicaciones geográficas relacionadas con los productos vitivinícolas se reglamentan en la norma europea dedicada a disciplinar la “organiza-

⁽³⁶⁾ Nos hemos referido en el texto tanto a las denominaciones de origen relativas a los productos vitivinícolas como a los agroalimentarios, comentando que las denominaciones de origen surgieron inicialmente como derechos exclusivos ligados a la producción de vinos y licores, para pasar de ahí a extender la posibilidad de usarlas con los productos agrícolas y alimenticios. Es interesante destacar que por parte del Tribunal Constitucional se ha declarado la posibilidad de extender el uso de la denominación de origen más allá de productos agroalimentarios en general, en los supuestos de productos cuyas peculiaridades dependan de la zona específica de su producción. Efectivamente, por Ley núm. 9/1985, de 30 de julio, del Parlamento de Galicia, de protección de las piedras ornamentales, se estableció la posibilidad de proteger mediante la figura de la denominación de origen a las piedras ornamentales procedentes de una zona geográfica determinada. El Gobierno de la Nación interpuso recurso de inconstitucionalidad contra la totalidad y, subsidiariamente, contra los artículos 3.4, 7 y 9 de dicha Ley. Sin embargo, la sentencia del Tribunal Constitucional de 20 de diciembre de 1990 (RTC 1990, 211), declaró la constitucionalidad de esa Ley.

Además, y lo destaca la más relevante doctrina científica en la materia (así, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 8ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 553), no hay que ignorar la posibilidad de que en el futuro se pueda llegar a utilizar la figura de la denominación de origen para la prestación de servicios, sobre la base no ya de productos, obviamente, sino de actividades realizadas con una forma tradicional de actuar en una concreta zona geográfica (pensemos, por un momento, en los servicios prestados por guías y especialistas del concreto lugar en la realización de actividades deportivas de invierno, o de deportes de riesgo, etc.).

⁽³⁷⁾ Así, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 8ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 555, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Introducción a las marcas y otros signos distintivos*, Aranzadi, Cizur Menor, 2002, págs. 285 y 286 y Gómez Lozano, M.M.: “Indicaciones geográficas protegidas”, en *Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial en la Unión Europea*, Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 424.

ción común del mercado vitivinícola”, a través del Reglamento (CE) nº 1493/1999, del Consejo, de 17 de mayo, que además de regular el potencial de la producción de vino, los mecanismos de mercado, las agrupaciones de productores y las organizaciones sectoriales, las prácticas y tratamientos enológicos, los vinos de calidad producidos en regiones determinadas y el comercio con terceros países, se ocupa también de la “designación, denominación, presentación y protección” de los productos vitivinícolas (artículos 47 a 53). Esos preceptos se han desarrollado por un Reglamento (CE) nº 753/2002, de la Comisión, de 29 de abril de 2002, que fija determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento 1493/1999 en lo que se refiere precisamente a la designación, denominación, presentación y protección de los productos vitivinícolas ⁽³⁸⁾. Y también en esta regulación comunitaria, a la que como decíamos ha seguido obviamente la disciplina española, se ha impuesto el uso *obligatorio* (y facultativo) de determinadas menciones e indicaciones, en definitiva, se han *categorizado* los vinos, al objeto de proteger a los consumidores y a los empresarios de prácticas ilícitas, y es en ese ámbito de las *categorías de vinos* donde la utilización de indicaciones y denominaciones geográficas, como son las denominaciones de origen, resulta posible si se cumplen los requisitos normativamente impuestos ⁽³⁹⁾.

El sistema ahora descrito es un sistema ciertamente complicado, dado que ha pretendido acoger la muy variada realidad que en cuanto a los vinos existe en la Europa comunitaria, pero que precisamente por ello no ha logrado cuajar entre el público consumidor. Por esa razón, se ha apuntado que la Unión Europea, en la previsible futura reforma que de la organización común del mercado del vino se producirá en breve, sustituirá el sistema actual de identificación de vinos a través de indicaciones geográficas por uno similar al dispuesto para los productos agroalimentarios, más sencillo y cercano al consumidor ⁽⁴⁰⁾.

(38) El cual por cierto se ha modificado recientemente, por un Reglamento (CE), nº 1207/2007, de la Comisión, de 16 de octubre de 2007.

(39) Así, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Introducción a las marcas y otros signos distintivos*, Aranzadi, Cizur Menor, 2002, p. 286.

(40) Así, Gómez Lozano, M. M.: “Indicaciones geográficas protegidas”, en *Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial en la Unión Europea*, Aranzadi, Cizur Menor, 2007, pp. 424-425.

Es preciso señalar que esa reforma futura de la organización común del mercado del vino encuentra su justificación no sólo en la causa expuesta, sino también en otras muchas que tienen que ver, por ejemplo, con el constatado deterioro de la relación de equilibrio entre la oferta y la demanda del mercado vitivinícola, pues hay un exceso de producción que resulta muy costoso de soportar económicamente a la Unión Europea, con el actual sistema de regulación de las prácticas enológicas, rígido y complicado, con un etiquetado que en muchos casos resulta un obstáculo para la comercialización de vinos, etc. Por ello, la futura reforma, con los objetivos de hacer los vinos europeos más competitivos, conquistar nuevos mercados, equilibrar la oferta y la demanda, favorecer el desarrollo rural y procurar un alto respeto al medio ambiente, consistirá en toda una serie de medidas de apoyo a la promoción en terceros países de los vinos comunitarios, a la reestructuración y reconversión de viñedos, en el fomento del seguro, etc.; también en medidas reglamentarias que actuarán sobre las prácticas enológicas, sobre las indicaciones geográficas de los vinos, sobre el etiquetado, y también en una nueva regulación del intercambio comercial con terceros países así como del potencial productivo de la Unión, con medidas tales como la liberalización de la actividad de plantación e incluso de arranque de viñedos.

Esta normativa comunitaria relativa a los productos vitivinícolas tiene, pues, por objeto fijar determinados criterios para la utilización de signos geográficos en la designación y presentación de esos productos, y también garantizar la reserva de esas denominaciones a los productos que realmente se adecuen a la normativa aplicable. Sin embargo, y a diferencia de lo dispuesto en la Unión Europea para los productos agroalimentarios, en el sector vitivinícola no se ha creado un sistema comunitario de registro de denominaciones geográficas, lo que supone entonces que son los Estados miembros los únicos competentes para asignar y reconocer la denominación geográfica a los productos vitivinícolas ⁽⁴¹⁾.

En cuanto a la protección de las indicaciones geográficas de los productos *agroalimentarios* no vínicos en la Unión Europea en la actualidad hay que estar al Reglamento (CE) nº 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 ⁽⁴²⁾. Dicho Reglamento se ha visto desarrollado por el Reglamento (CE) nº 1898/2006, de la Comisión, de 14 de diciembre de 2006, que establece sus disposiciones de aplicación.

Hay que destacar, en primer lugar, que con esta normativa ahora citada, a diferencia de lo que ocurre con la del sector vitivinícola, se tutelan las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas de los productos agroalimentarios no vínicos. Como ya expusimos, en la normativa comunitaria antedicha del sector vitivinícola en realidad no se reconoce ninguna indicación geográfica, al haberse prescindido del reconocimiento de unas instituciones genéricas y tradicionales indicadoras de la calidad, como son las denominaciones de origen, pues se han reconocido unas *categorías de vinos* que podrán utilizar la expresión denominación de origen como una mención tradicional específica cuando cumplan los requisitos exigidos; o sea, que se considera obligatorio para determinados vinos (de mesa y vinos de calidad producidos en regiones determinadas) que sean designados mediante una indicación geográfica, entendida como nombre geográfico, quedando sin embargo la expresión conocida como denominación de origen como una mención puramente facultativa.

Y, en segundo lugar, en el modelo comunitario europeo destinado a la protección de las indicaciones geográficas de los productos agroalimentarios, también a diferencia de lo dispuesto la normativa comunitaria para el sector vitivinícola, se ha creado un sistema comunitario de registro de las denominaciones geográficas

(41) Así, Gómez Lozano, M. M.: "Indicaciones geográficas protegidas", en *Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial en la Unión Europea*, Aranzadi, Cizur Menor, 2007, pp. 426-427.

(42) Se ha dicho que este Reglamento comunitario constituye la normativa general para las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas, dejando de lado a los vinos y a las bebidas espirituosas. Dicha norma se aplica entonces al resto de los productos agrícolas destinados a la alimentación humana, y también a la cerveza, bebidas a base de extractos de plantas, productos de panadería, pastelería, repostería, galletería, pastas alimenticias, etc. Al respecto, vid. Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 8ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2007, pp. 555-556.

cas ⁽⁴³⁾, lo que obviamente tiene que ver con el objetivo principal de ese modelo europeo destinado a la protección de las indicaciones geográficas de los productos agroalimentarios, previsto en el Reglamento (CE) nº 510/2006, de sustituir la protección nacional de las indicaciones geográficas para este tipo de productos por la tutela comunitaria.

Así, en el artículo 5 del Reglamento (CE) 510/2006 se dispone que ante las autoridades competentes del Estado miembro en el que se encuentre la zona geográfica a la que se refiera la denominación de origen o la indicación geográfica protegida podrá presentarse, por las agrupaciones de productores o transformadores interesados en el mismo producto agrícola o alimenticio, la solicitud de registro de una denominación de origen o de una indicación geográfica protegida, solicitud que obviamente ha de acompañarse del pliego de condiciones que justifique la concurrencia de los requisitos exigidos para la protección solicitada. El Estado miembro, examinada la solicitud conforme a la reglamentación comunitaria, debe dar comienzo a un procedimiento nacional de oposición para que aquellos que tengan un interés legítimo puedan manifestarlo.

Si la solicitud es resuelta de modo favorable puede concederse por el Estado miembro, a contar desde la fecha de presentación de la solicitud a la Comisión de la Unión Europea, una protección a la denominación o la indicación de acuerdo al Reglamento comunitario 510/2006, pero una protección que sería nacional y transitoria, hasta que se adopte una decisión sobre la inscripción de la denominación o la indicación en el Registro comunitario (artículo 5 del Reglamento 510/2006).

Si el Estado miembro ha resuelto positivamente en relación a la solicitud de registro, tras proceder a su publicación deberá remitir el expediente a la Comisión de la Unión Europea, quien examinará de nuevo si se cumplen los requisitos exigidos (artículo 5 del Reglamento). Si así fuese, procederá a publicar en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas el documento y el pliego de condiciones, para que los terceros puedan presentar oposición al registro solicitado (artículo 7 del Reglamento), oposición que de existir habrá de llegar a la Comisión en el plazo de seis meses a partir de esa publicación ⁽⁴⁴⁾.

Si se concede el registro solicitado, ha de procederse a la publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea (artículo 7 del Reglamento) ⁽⁴⁵⁾. Incluso el Regla-

⁽⁴⁴⁾ Podemos decir, a modo puramente ejemplificativo, que en el Diario Oficial de la Unión Europea de 17 de octubre de 2007 (C 243/11) se ha publicado una solicitud de registro como denominación de origen, con arreglo al artículo 6, apartado 2, del Reglamento (CE) nº 510/2006, del Consejo, de una flor de camomila checa, publicación que confiere el derecho a oponerse a la solicitud de registro, en virtud del artículo 7 de ese reglamento; el día 18 de octubre (C 244/40), de una uva con variedades blancas y tintas belga, también como denominación de origen; el día 24 de octubre (C 249/26) de un queso eslovaco y (C 249/31) de un queso checo, ambos como indicaciones geográficas protegidas; y el día 30 de octubre (C 257/54), de una cebolleta italiana, como denominación de origen.

⁽⁴⁵⁾ Así, y por ejemplo, por Reglamento (CE), nº 1201/2007, de la Comisión, de 15 de octubre de 2007 (L 271/5, de 16 de octubre de 2007), se ha inscrito una denominación en el registro de denominaciones de origen protegidas y de indicaciones geográficas protegidas, como indicación geográfica protegida, correspondiente a la Coliflor de Calahorra (IGP).

mento 510/2006 prevé la posibilidad de que a denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas ya registradas se les realicen modificaciones en el pliego de condiciones, distinguiéndose entre modificaciones que no son de menor importancia y las que sí lo son (artículo 9). En estos casos de modificaciones que no son de menor importancia, la Comisión debe también publicar la solicitud de modificación recibida por el Estado miembro en cuestión (que a su vez la habrá recibido de la denominación o indicación que quiere ver alterado su pliego de condiciones), solicitud que también está sujeta a la posibilidad de oposición del artículo 7 del Reglamento 510/2006. Si no existe oposición, o si ésta carece de virtualidad, entonces las modificaciones deben aprobarse ⁽⁴⁶⁾.

Según se dispone en el artículo 13 del Reglamento comunitario 510/2006, las denominaciones de origen que se han registrado en el registro comunitario de productos agrícolas y alimenticios son objeto, como no podía ser de otro modo, de protección contra la utilización comercial de las mismas para productos no amparados por el registro, al objeto de impedir toda usurpación, imitación o evocación, tanto si se han utilizado los envases o embalajes del producto, la publicidad del mismo, o incluso a través de los documentos del producto en cuestión. Y ello aunque se indique el verdadero origen del producto, o la denominación de origen se traduzca, o se acompañe de vocablos deslocalizadores como “tipo”, “estilo”, “clase”, “método” y otros similares y, en general, ante cualquier actuación por medio de la cual se pretenda un aprovechamiento de la reputación de la denominación de origen, o se induzca a error al consumidor sobre el verdadero origen del producto [por ejemplo, a través de marcas que caigan en los supuestos mencionados anteriormente ⁽⁴⁷⁾].

Por lo que respecta al **Derecho de la Comunidad Autónoma de Castilla y León**, es preciso destacar que el día 16 de junio de 2005 se publicó en el Boletín Oficial de Castilla y León la Ley 8/2005, de 10 de junio, de la viña y del vino de Castilla y León. Según establece la Exposición de Motivos de dicha ley, la aprobación de la Ley estatal 24/2003, de 10 de julio, de la viña y del vino, dictada para acomodar el sector vitivinícola español a lo fijado en la normativa comunitaria que ha dispuesto la organización común del mercado vitivinícola, ha supuesto para Castilla y León una oportunidad excepcional para ordenar en lo preciso la diversidad del sec-

⁽⁴⁶⁾ Así, podemos poner como ejemplo reciente el Reglamento (CE), nº 1200/2007, de la Comisión, de 15 de octubre de 2007 (L 271/3, de 16 de octubre de 2007), por el que se han aprobado modificaciones que no son de menor importancia del pliego de condiciones de una denominación inscrita en el registro de denominaciones de origen protegidas y de indicaciones de origen protegidas (Asiago (DOP)), de la denominación de origen protegida Asiago, referente a dicho queso, que había sido registrada en virtud del Reglamento (CE), nº 1107/96, de la Comisión.

⁽⁴⁷⁾ Los conflictos entre las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas se resuelven en el Reglamento 510/2006 en base a un criterio formal, pues se toma en consideración cuál es la fecha de presentación de las solicitudes de registro. Así, el registro de una denominación de origen o una indicación geográfica protegida tendrá efectos sobre las solicitudes nuevas de marca que se presenten después de la fecha de presentación de la solicitud de registro de la denominación o de la indicación a la Comisión, en el sentido de que podrán ser denegadas esas marcas si están relacionadas con algunas de las situaciones que integran su derecho de exclusividad del artículo 13 del Reglamento y siempre que se refieran a la misma clase de productos.

tor. Por ello, partiendo del respeto a lo que la disposición final segunda de la Ley 24/2003 determina como básico al amparo del artículo 149.1.13 de la Constitución española de 1978 ⁽⁴⁸⁾, la Comunidad Autónoma de Castilla y León ha dictado esa ley 8/2005, en el ejercicio de su competencia exclusiva en materia de agricultura, así como en denominaciones de origen y otras indicaciones de procedencia relativas a los productos de la Comunidad, según lo dispuesto en el artículo 32.1. 7ª y 32ª de su Estatuto de Autonomía.

En la disposición final primera de la Ley 8/2005 se ha facultado a la Junta de Castilla y León, a propuesta del Consejero de Agricultura y Ganadería, para aprobar el desarrollo reglamentario de dicha ley, lo que se ha llevado a cabo con cierto retraso por Decreto 51/2006, de 20 de julio (publicado en el Boletín Oficial de Castilla y León el 21 de julio de 2006).

En el Título II de la Ley 8/2005 se establece el sistema de protección del origen y de la calidad de los vinos, sistema que según dispone el artículo 10 de dicha ley se basará en los principios de asegurar la calidad y mantener la diversidad de los vinos, proporcionar a los operadores condiciones de competencia leal, garantizar la protección a los consumidores y el cumplimiento del principio general de veracidad y demostrabilidad de la información que figure en el etiquetado, permitir, con carácter general, la progresión de los vinos de diferentes niveles con un grado de requisitos creciente y contar con un sistema de control realizado por un organismo público o privado.

Se ha instaurado, pues, una serie de niveles idénticos a lo dispuesto en la normativa comunitaria y estatal, como no podía ser de otro modo. Así, en el artículo 11 de la Ley 8/2005 se distingue entre los vinos de mesa (vinos de mesa y vinos de la Tierra de Castilla y León) y los vinos de calidad producidos en una región determinada (vcprd), entre los que diferencia, entre otros ⁽⁴⁹⁾, los vinos de calidad con indicación geográfica, con denominación de origen, con denominación de origen calificada, permitiéndose cambiar de nivel de protección en función del cumplimiento por las uvas utilizadas y el vino obtenido de los requisitos establecidos. En los artículos 14 y siguientes de la Ley 8/2005 se establecen los requisitos para los distintos niveles de vinos del sistema dispuesto, de un modo muy similar a lo dispuesto en la normativa estatal y comunitaria.

En cuanto a la protección de los nombres y marcas utilizados en la comercialización de vinos de calidad, la Exposición de Motivos de la ley dice que no se trata de regular los efectos jurídicos sobre los signos distintivos de la producción o comercio, sino eliminar el riesgo de confusión de los consumidores. Así, la Ley 8/2005, en su artículo 13, regula la protección de los nombres geográficos asociados a cada nivel de vino y el uso de las marcas utilizadas en la comercialización de los vinos de calidad. El apartado 1º de ese artículo establece la interesante previsión que dice que además de lo previsto en la legislación básica de la viña y del vino para la protección de los nombres geográficos asociados a cada nivel, en el regla-

⁽⁴⁹⁾ Como los "vinos de pagos".

mento de cada vcprd podrá establecerse que la protección otorgada al nombre geográfico se extienda también al uso de los nombres de la región, comarca, subzona, municipios, localidades y lugares correspondientes a la zona de producción, elaboración y envejecimiento delimitada. Y en el apartado 2º, esta vez ya referido a marcas, se dice que el órgano competente de la Consejería de Agricultura y Ganadería examinará la propuesta de reglamento del vcprd con especial atención en cuanto a la limitación en el uso de las marcas por parte de los operadores vitivinícolas inscritos en el órgano de gestión del vcprd, y sólo el Consejero de Agricultura y Ganadería podrá autorizar la utilización de una marca acogida a un nivel de protección para ser usada en la comercialización de vinos que no gocen de ese nivel de protección, con lo que se garantiza la calidad del vino que lleva la marca con un nivel de protección, permitiendo distinguirlo sin confusión posible.

Acabamos de hacer una breve referencia a la regulación autonómica castellano-leonesa relativa a los productos vitivinícolas. Siguiendo el método ordenador que hemos adoptado anteriormente para exponer los apartados de la regulación de la Unión Europea y española, en buena lógica deberíamos ahora dar una visión de la normativa castellano-leonesa de los productos agrarios y alimenticios. Sin embargo, no va a ser posible, pues esa reglamentación no existe en ese ámbito territorial autonómico, lo que no debe resultarnos en absoluto extraño si pensamos en que la protección nacional de las indicaciones geográficas de los productos agroalimentarios ha sido sustituida por la protección comunitaria, contenida fundamentalmente en el Reglamento comunitario 510/2006, como ya expusimos, por lo que los Estados miembros ya no tienen competencia sobre las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas para este tipo de productos; paralelamente, los Estados miembros son los únicos que tienen competencia para asignar y reconocer la denominación geográfica de los productos vitivinícolas, por lo que en un Estado como el español, organizado en Estado central y Comunidades Autónomas, éstas puedan regular sobre la cuestión, como hace la Comunidad Autónoma de Castilla y León, si bien con absoluto respeto a las normativas comunitaria y española.

En este punto, y para finalizar, podemos también mencionar 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 (publicado en el Boletín Oficial de Castilla y León el 19 de enero de 2005). En realidad, no se trata de una norma autonómica específicamente referida a las denominaciones de origen, sino a un signo distintivo diverso, pero en la medida en que el distintivo de calidad para los productos agroalimentarios de Castilla y León sólo puede utilizarse para productos agroalimentarios de “calidad reconocida” (entre los que se encuentran las denominaciones de origen) o al menos “diferenciada” ⁽⁵⁰⁾, la conexión entre las denominaciones de origen y el distintivo de calidad para los productos agroalimentarios de Castilla y León resulta evidente.

En el 2004, el Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León diseñó y registró en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) el distintivo de calidad para

⁽⁵⁰⁾ Sobre lo que a los efectos de ese Decreto citado en el texto puede entenderse por “productos de calidad reconocida” y “productos de calidad diferenciada”, vid. el artículo 4 de dicha norma.

los productos agroalimentarios de Castilla y León, como medio de amparar el interés público de asegurar al consumidor la procedencia y calidad de estos productos. Tras aquella actuación, en ese Decreto 6/2005 de la Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León se establece el distintivo de calidad para los productos agroalimentarios de Castilla y León y se regula su uso.

En dicha norma se dispone la representación gráfica del distintivo de calidad para los productos agroalimentarios de Castilla y León previamente registrada en la OEPM ⁽⁵¹⁾, que se materializará en el etiquetado de los productos agroalimentarios ⁽⁵²⁾ de los operadores agroalimentarios que hayan obtenido la correspondiente licencia de uso del distintivo por parte del Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León ⁽⁵³⁾, según la solicitud y procedimiento dispuestos en los artículos 6 y 7 del Decreto 6/2005.

Efectivamente, el distintivo al que hacemos referencia es propiedad de la Comunidad de Castilla y León, en virtud de su inscripción en la OEPM, y con su creación y la regulación de su uso se ha pretendido por parte de los poderes públicos castellano-leoneses que distintas figuras de calidad que han sido reconocidas en el territorio de Castilla y León, tales como denominaciones de origen, indicaciones geográficas protegidas, agricultura ecológica, vinos de calidad producidos en regiones determinadas, vinos de la tierra, especialidades tradicionales garantizadas, artesanía alimentaria, marcas de garantía, etc., puedan encuadrarse todas ellas en un *signo distintivo único y accesorio* que evite la dispersión que representa un fuerte obstáculo a la hora de planificar estrategias de comercialización y promoción conjuntas de la producción agraria regional de calidad. Ese distintivo de calidad podrá ser utilizado para diferenciar todos aquellos productos agroalimentarios producidos y/o transformados en Castilla y León de calidad reconocida o diferenciada en los términos previstos en el Decreto 6/2005, según dispone el artículo 5 del mismo.

Por lo tanto, con ese distintivo de calidad para los productos agroalimentarios de Castilla y León se persiguen tanto objetivos particulares como objetivos propios de política agraria, en el convencimiento pleno de que el uso de ese signo como distintivo, y particularmente su registro ⁽⁵⁴⁾, es una herramienta que puede ser empleada tanto por la empresas como por la propia Administración Pública castellano-leonesas para promocionar un determinado producto al que la diferenciación incorpora un valor añadido, afianzando su singularidad frente al resto de los productos del mismo género, y que asegura además al consumidor la identificación en los mercados de los productos agroalimentarios de procedencia y calidad reconocidas y diferenciadas por medio de ese signo distintivo.

⁽⁵¹⁾ Esa representación gráfica aparece en el Anexo I del Decreto 6/2005 del que tratamos.

⁽⁵²⁾ Incluidos entre los mismos también las bebidas, y en consecuencia los vinos, como señala el artículo 4 del Decreto 6/2005 del que tratamos ahora.

⁽⁵³⁾ Según dispone el artículo 8 del Decreto, la autorización para utilizar el distintivo de calidad tendrá carácter temporal, otorgándose por tres años, pudiendo ser renovada por iguales períodos.

⁽⁵⁴⁾ El artículo 9 del Decreto 6/2005 crea el Registro de Operadores Agroalimentarios, dependiente del Instituto Tecnológico Agrario, en el que se inscribirá a los operadores con autorización de uso del distintivo de calidad.

V. BREVE CONSIDERACIÓN ACERCA DE OTROS SISTEMAS DE PROTECCIÓN DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN A NIVEL NACIONAL ESPAÑOL

- En primer lugar, mencionamos la *Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal*. En esa ley, tras establecer en su artículo 5 que se considera desleal todo acto realizado en el mercado, con fines concurrenciales y que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe, enumera una serie de actos concretos que se consideran desleales, entre los que se encuentran sin duda actos que pueden realizarse utilizando ilícitamente la figura de la denominación de origen, como los actos de confusión (artículo 6), los actos de engaño (artículo 7), los actos de denigración (artículo 9), los actos de imitación (artículo 11), los de violación de normas (artículo 15) y, sobre todo, la explotación de la reputación ajena (artículo 12). Efectivamente, en este último precepto, en su párrafo segundo, expresamente se dice que “(E)n particular, se reputa desleal el empleo de signos distintivos ajenos o de denominaciones de origen falsas acompañados de la indicación acerca de la verdadera procedencia del producto o de expresiones tales como “modelo”, “sistema”, “tipo”, “clase” y similares”.

Los concretos actos de competencia desleal recogidos en la Ley 3/1991 pueden ser clasificados en atención a diversos criterios. Uno de ellos, evidentemente no el único, es el que distingue entre prácticas que se consideran siempre desleales, de un lado, y prácticas en principio lícitas y por ello permitidas, pero que se pueden calificar de desleales cuando concurren determinadas circunstancias expresamente señaladas por la propia ley, de otro ⁽⁵⁵⁾. Pues bien, la explotación de la reputación ajena, y en concreto el específico supuesto recogido en el párrafo segundo del artículo 12, es siempre un acto de competencia desleal.

Pero, muchos actos de competencia desleal se realizan a través de la publicidad, de ahí que haya que mencionar también aquí a la *Ley 34/1988, de 11 de noviembre, general de publicidad*, que contiene normas complementarias a la Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal, específicamente aplicables a los actos de competencia desleal que pueden ser realizados a través de una actividad publicitaria. Además de lo dispuesto en los artículos 4 y 5, relativos a la publicidad engañosa, que viene a establecer, en lo que a nosotros nos interesa, que constituye publicidad engañosa aquella que utilice falsas indicaciones sobre el origen o procedencia geográfica de los productos ⁽⁵⁶⁾, en el artículo 6, relativo a la publicidad desleal, en su apartado a), sobre la publicidad denigratoria, dice que “(E)s publicidad desleal: a) La que por su conte-

⁽⁵⁵⁾ Así, Barba de Vega, J. y Calzada Conde, M. A.: *Introducción al derecho privado del turismo*, 2ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2006, p. 271. Sánchez Calero, F. y Sánchez-Calero Guilarte, J.: *Instituciones de derecho mercantil*, volumen I, 30ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2006, p. 186 y ss., distingue entre actos de competencia desleal que se dirigen contra un competidor determinado y actos contrarios al buen funcionamiento del mercado en general.

⁽⁵⁶⁾ Así, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 8ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 551.

nido, forma de presentación o difusión provoca el descrédito, denigración o menosprecio directo o indirecto de una persona o empresa, de sus productos, servicios, actividades o circunstancias o de sus marcas, nombres comerciales u otros signos distintivos, entre los que obviamente están también las denominaciones de origen.

También, en su apartado b), referido a la publicidad desleal por inducir a confusión, dice que “(E)s publicidad desleal: b) 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 exigencias de la buena fe y a las normas de corrección y buenos usos mercantiles”.

Y, por su parte, en el artículo 6 bis, referente a la publicidad comparativa, como aquella que aluda explícita o implícitamente a un competidor o a los bienes o servicios ofrecidos por él, en su apartado segundo dice que la comparación no será desleal y en consecuencia estará permitida si cumple con una serie de requisitos, entre los cuales aparece (letra f)), que “(N)o podrá sacarse ninguna ventaja indebida de la reputación de una marca, nombre comercial u otro signo distintivo de algún competidor, ni de las denominaciones de origen o indicaciones geográficas, denominaciones específicas o especialidades geográficas garantizadas que amparen productos competidores. Tampoco podrá sacarse una ventaja indebida, en su caso, del método de producción enológica de los productos competidores”⁽⁵⁷⁾.

En la Ley de competencia desleal, en sus artículos 18 y siguientes, se regulan un conjunto de acciones judiciales que podrán ser interpuestas frente a un acto de competencia desleal por parte de los legitimados activamente contra los que hayan realizado u ordenado el acto o simplemente cooperado en su realización. Si el acto se ha realizado a través de una actividad publicitaria, los artículos 25 y siguientes de la Ley general de publicidad disciplinan la acción de cesación y la de rectificación de la publicidad ilícita, aunque el artículo 32 de esa última ley establece además que lo dispuesto en los artículos 25 y siguientes será compatible con el ejercicio de las acciones civiles, penales, administrativas o de otro orden que correspondan⁽⁵⁸⁾.

- Además de lo dicho, podemos también señalar que la protección de las denominaciones de origen encuentra otra sede, y muy importante, por cierto, en el

(57) Sobre la protección de las denominaciones de origen a través de la Ley de competencia desleal y de la Ley general de publicidad puede consultarse Gómez Lozano, M.M.: *Denominaciones de Origen y otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2004, p. 101 y ss., Maroño Gargallo, M. M.: *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Marcial Pons, Madrid, 2002, p. 162 y ss., Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Introducción a las marcas y otros signos distintivos*, Aranzadi, Cizur Menor, 2002, p. 279 y ss. o Broseta Pont, M. y Martínez Sanz, F.: *Manual de derecho mercantil*, volumen Iº, 14ª ed., Tecnos, Madrid, 2007, pp. 271-272.

(58) Sobre la legitimación activa para interponer las acciones judiciales tanto de la Ley de competencia desleal como de la Ley general publicitaria cuando se trate de proteger denominaciones de origen, vid. Gómez Lozano, M.M.: *Denominaciones de Origen y otras Indicaciones Geográficas*, Aranzadi, Cizur Menor, 2004, pp. 110-111.

derecho de marcas⁽⁵⁹⁾. No es extraño si pensamos que ambas figuras son signos distintivos: así, la marca constituye un signo distintivo de la empresa en sentido estricto, que sirve para distinguir los bienes o servicios que produce, distribuye o presta una empresa; la denominación de origen es otro signo distintivo del tráfico económico, que expresa a través de un “doble vínculo” tanto el lugar geográfico de donde el producto procede como que dicho producto debe sus características al medio geográfico y ha sido producido de acuerdo a las normas establecidas por una autoridad que es la que fiscaliza el uso de la denominación.

Es cierto, no obstante, que entre las marcas (en realidad, todos los signos distintivos de la empresa) y las denominaciones de origen (en realidad, todas las indicaciones geográficas), siendo como decíamos ambas figuras signos distintivos, existen diferencias tanto por la función que realizan como por el derecho de exclusiva que otorgan; así, ya dijimos al principio de este trabajo que la función de la marca no consiste en expresar el lugar geográfico donde los productos han sido elaborados, y que desde el punto de vista del derecho exclusivo sólo el empresario o empresarios titulares pueden hacer uso de ese signo distintivo, mientras que las denominaciones de origen, por el contrario, tienen por función expresar el lugar geográfico donde los productos han sido elaborados, y en cuanto al derecho exclusivo que otorgan, pueden ser utilizadas por los distintos empresarios a todos los productos procedentes de la zona geográfica referenciada a la denominación y que han sido elaborados de acuerdo con las normas y bajo el control de la autoridad encargada de la fiscalización de la denominación de origen⁽⁶⁰⁾.

Seguramente esas diferencias han pesado más que las similitudes existentes entre ambas figuras, y ha hecho que en la *Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de marcas*, siguiendo la tradición seguida por la anterior Ley de marcas de 1988, y por el antiguo Estatuto de la propiedad industrial, no se regulen las denominaciones de origen⁽⁶¹⁾. En todo caso, esa ausencia de regulación en dicha Ley de marcas de 2001 no impide que se puedan localizar en la misma determinadas disposiciones que afectan directamente a las denominaciones de origen y que se relacionan con su protección.

Así, el artículo 5 de la Ley de marcas de 2001, referido a las prohibiciones absolutas de registro, dispone en su letra c) que no podrán registrarse como marca los signos siguientes “(L)os que se compongan exclusivamente de signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para designar (...) la proce-

(59) Sobre la protección de las indicaciones geográficas en el Derecho comunitario de marcas, vid. Gómez Lozano, M. M.: “Indicaciones geográficas protegidas”, en *Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial en la Unión Europea*, Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 448 y ss.

(60) Así, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 8ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 480 y ss.

(61) Lo que no ha dejado de ser criticado, por haberse desaprovechado con el dictado de la nueva Ley de marcas una buena oportunidad para regular en una única sede normativa, todos los signos distintivos sobre los que recae un derecho de exclusiva, al estilo de regulaciones foráneas como la alemana o la suiza; al respecto, vid. Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Introducción a las marcas y otros signos distintivos*, Aranzadi, Cizur Menor, 2002, pp. 291-292.

dencia geográfica (...)"⁽⁶²⁾. Ello quiere decir que existe sin duda una prohibición absoluta para registrar como marcas individuales las denominaciones de origen⁽⁶³⁾, pues esta figura de la denominación de origen incontestablemente sirve para designar en el comercio la procedencia geográfica de un producto. Otra cosa es que no pueda registrarse como marca individual un lugar, localidad, región, etc., no amparada por ejemplo por una denominación de origen, pues en este caso esa indicación geográfica puede efectivamente servir en el comercio para designar la procedencia geográfica de un producto o servicio, pero también puede no servir, y por ello la indicación geográfica ser inscrita como marca⁽⁶⁴⁾.

Según se ha dicho por el Tribunal de Primera Instancia de las Comunidades Europeas, en la Sentencia de 25 de octubre de 2005, caso *Cloppenburg*, al interpretar el artículo 7, apartado 1, letra c) del Reglamento (CE) nº 40/1994, del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria, análogo al artículo 5.1 c) de la Ley de marcas, que ese precepto del Reglamento comunitario persigue un objetivo de interés general, pues de una parte, respecto a los nombre geográficos, existe un interés en preservar su disponibilidad, debido a su capacidad para revelar la calidad y demás propiedades de las categorías de productos o servicios consideradas, y de otra, se reconoce su poder para influir en las preferencias de los consumidores, por ejemplo, vinculando los productos a un lugar que puede inspirar sentimientos positivos⁽⁶⁵⁾. Es preciso señalar que la prohibición de registro del artículo 5.1 c) de la Ley de marcas no es aplicable a las marcas colectivas y de garantía, según disponen el artículo 62.3 de esa ley, para las marcas colectivas y, por remisión, el

(62) Esta prohibición coincide con las establecidas en el artículo 7, apartado 1, letra c) del Reglamento (CE) nº 40/1994, del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria y en el artículo 3, apartado 1, letra c), de la Directiva 89/104/CEE, del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas.

(63) Según señala Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Introducción a las marcas y otros signos distintivos*, Aranzadi, Cizur Menor, 2002, p. 292, en la práctica española están registradas muchas denominaciones de origen como marcas individuales, no obstante la referida prohibición legal, por lo que nos encontramos ante una situación no aceptable y además peligrosa, pues la violación de las prohibiciones es causa de nulidad de la marca, sin que la acción para pedir la misma prescriba (artículos 51.1 y 52 de la Ley de marcas).

(64) Así, en la Sentencia de 25 de octubre de 2005, caso *Cloppenburg*, del Tribunal de Primera Instancia de las Comunidades Europeas, se reconoció que la terminación de una palabra en "burg" (castillo) no implica que sea una denominación geográfica y que aunque el público conozca la ciudad de Cloppenburg de ello no resulta que el signo pueda servir en el comercio como indicación geográfica; por ello, al no existir un vínculo entre el lugar geográfico y los "servicios de comercio al por menor" para los que fue solicitada la marca, y dada las escasas probabilidades de que esa indicación pueda servir en el futuro para designar la procedencia geográfica de esos servicios, se consideró que esa marca podía ser registrada. Por el contrario, en la Sentencia de 15 de octubre de 2003, caso *Oldenburger*, del Tribunal de Primera Instancia de las Comunidades Europeas, se estimó que no era posible el registro de la marca, por tratarse de una indicación de procedencia geográfica referida a una región conocida por la producción de los artículos para los que se solicitaba la marca, en concreto para productos lácteos. Sentencias ambas recogidas por . Gómez Lozano, M. M.: "Indicaciones geográficas protegidas", en *Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial en la Unión Europea*, Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 449.

(65) Así lo recuerda Gómez Lozano, M. M.: "Indicaciones geográficas protegidas", en *Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial* Gómez en la Unión Europea, Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 449.

68.3, para las marcas de garantía. El artículo 62.3 de la Ley de marcas dispone que “(N)o obstante lo dispuesto en el artículo 5.1 c), podrán registrarse como marcas colectivas (y de garantía, según el artículo 68.3) 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 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 autorizado a utilizar una denominación geográfica” ⁽⁶⁶⁾. Incluso, expresamente los artículos 63.2, para las marcas colectivas, y 69.3, para las marcas de garantía, ambos de la Ley de marcas, prevén que tanto la marca colectiva como la de garantía consistan en una indicación geográfica de procedencia, estableciendo entonces determinadas previsiones necesarias que habrán de constar en el “reglamento de uso” de ambas marcas ⁽⁶⁷⁾. Por lo tanto, las denominaciones de origen sí que pueden inscribirse como marcas colectivas o de garantía ⁽⁶⁸⁾, especialmente como marcas de este último tipo citado ⁽⁶⁹⁾, pues no resulta en la práctica sencillo delimitar lo que son las denominaciones de origen de lo que son las marcas de garantía ⁽⁷⁰⁾; de hecho, la Ley de marcas no niega el carácter de marca de garantía que las denominaciones de origen poseen, simplemente las excluye de su disciplina ⁽⁷¹⁾. En todo caso, es preciso destacar que, como dicen los artículos 62.3 y 68.3 de la Ley de marcas, la marca colectiva o de garantía no facultan a su titular a oponerse a un tercero autorizado a utilizar una denominación geográfica.

⁽⁶⁶⁾ Esta previsión coincide con las establecidas en el artículo 64.2 del Reglamento (CE) nº 40/1994, del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria y en el artículo 15 de la Directiva 89/104/CEE, del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas.

⁽⁶⁷⁾ En esos dos preceptos se dice que si la marca (colectiva o de garantía) consistiera en una indicación geográfica de procedencia, 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 reglamento, podrá hacerse miembro de la asociación, en el caso de marca colectiva o, para el caso de la marca de garantía, utilizar la marca.

⁽⁶⁸⁾ Así, Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Introducción a las marcas y otros signos distintivos*, Aranzadi, Cizur Menor, 2002, p. 293 e Illescas Ortiz, R.: “Las marcas y otros signos distintivos”, en *Derecho Mercantil*, 11ª ed., vol. 1º, coordinado por Jiménez Sánchez, G., Ariel, Barcelona, 2007, p. 720, autor éste que dice que una vez que la denominación de origen se ha establecido como tal por las autoridades podría entonces acceder al Registro de marcas de la Oficina española de patentes y marcas como marca colectiva o de garantía, “o, incluso, individual”, llega a decir, afirmación esta última con la que no estamos muy de acuerdo, pues pensamos que es esa precisamente la prohibición recogida en el artículo 5.1 c) de la Ley de marcas.

⁽⁶⁹⁾ Otra vez Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Introducción a las marcas y otros signos distintivos*, Aranzadi, Cizur Menor, 2002, p. 293.

⁽⁷⁰⁾ Dicen Broseta Pont, M. y Martínez Sanz, F.: *Manual de derecho mercantil*, volumen Iº, 14ª ed., Tecnos, Madrid, 2007, p. 271.

⁽⁷¹⁾ Escribe Illescas Ortiz, R.: “Las marcas y otros signos distintivos”, en *Derecho Mercantil*, 11ª ed., vol. 1º, coordinado por Jiménez Sánchez, G., Ariel, Barcelona, 2007, p. 720, quien añade que no puede dudarse que una denominación geográfica no reconocida como denominación de origen por la autoridad competente puede tener acceso a la Oficina española de patentes y marcas como marca colectiva o de garantía, satisfaciendo previamente las exigencias establecidas por la propia Ley de marcas para esas clases de marcas.

En segundo lugar, el artículo 5 de la Ley de marcas, apartado 1, en su letra g), dispone que no podrán registrarse como marca los signos “*que puedan inducir al público a error, por ejemplo sobre (...) la procedencia geográfica del producto o servicio*” ⁽⁷²⁾. Aquí lo que se prohíbe de un modo absoluto es que un signo que tiene otros elementos además de la indicación geográfica incluya como parte de la marca una indicación geográfica de procedencia que pueda inducir al público a error ⁽⁷³⁾.

Y por último, el artículo 5 de la Ley de marcas, apartado 1, en su letra h), dispone que no podrán registrarse 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*” ⁽⁷⁷⁾. Esta norma constituye una novedad en la Ley de marcas de 2001 respecto de lo dispuesto en la anterior Ley de marcas de 1988, ya contenida en el Reglamento de la marca comunitaria. Su inclusión constituye una consecuencia directa de lo dispuesto en el artículo 23 del Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (Anexo 1 c) del Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio, firmado en Marrakech el 15 de abril de 1994) (ADPIC) ⁽⁷⁵⁾. De lo establecido en el artículo 5.1 h) se observa que la prohibición subsiste aunque no se induzca a error al consumidor al haberse incluido una mención deslocalizadora tal como “*clase*”, “*tipo*”, “*estilo*”, etc., o el verdadero origen del producto, junto a la indicación de procedencia geográfica ⁽⁷⁶⁾.

Hay que tener en cuenta que respecto de lo dispuesto en el artículo 5.1 c) será de aplicación la doctrina conocida como de la “distintividad sobrevenida”, según lo establecido en el artículo 5.2 de la Ley de marcas de 2001. Esa doctrina establece que se pueden dejar de aplicar ciertas prohibiciones de marca cuando la marca, a pesar de incurrir en ellas, hubiera adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita el registro, carácter distintivo como consecuencia del uso que se haya hecho de la misma. Por el contrario, respecto de las prohibiciones contenidas en el artículo 5.1, letras g) y h) de la Ley de marcas esa doctrina de la “distintividad sobrevenida” no será de aplicación.

⁽⁷²⁾ Esta prohibición coincide con la establecida en el artículo 7, apartado 1, letra g) del Reglamento (CE) nº 40/1994, del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria y en el artículo 3, apartado 1, letra g), de la Directiva 89/104/CEE, del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas.

⁽⁷³⁾ Imaginemos que se pretende inscribir una marca denominativa para un jamón que consista en la expresión, por ejemplo, “Prestigio de Guijuelo”. Esa prohibición señalada hace que esa marca sólo pueda ser solicitada por quien tiene derecho a utilizar la denominación de origen Guijuelo.

⁽⁷⁴⁾ Esta prohibición coincide con la establecida en el artículo 7, apartado 1, letra j) del Reglamento (CE) nº 40/1994, del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria.

⁽⁷⁵⁾ Según nos señala Portellano Díez, P.: *Ley de marcas (Ley 17/2001, de 7 de diciembre)*, La Ley, Madrid, 2002, p. 15, nota 13ª.

⁽⁷⁶⁾ Así lo señala Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Introducción a las marcas y otros signos distintivos*, Aranzadi, Cizur Menor, 2002, p. 293.

Para terminar, a modo de conclusión, en cuanto a la protección arbitrada por la Ley de marcas de 2001 para las denominaciones de origen se puede decir que a la pregunta de si se puede emplear como marca una denominación geográfica, en principio la respuesta es prácticamente negativa, dada la muy restrictiva regulación de las prohibiciones absolutas contenida en el artículo 5.1, apartados c), g) y h) de la Ley que hemos visto ⁽⁷⁷⁾.

- En penúltimo lugar mencionaremos el sistema de protección que ofrece el Derecho de sociedades a la denominación de origen. Y es que, efectivamente, entre las denominaciones de origen y las denominaciones sociales pueden surgir conflictos ⁽⁷⁸⁾. Así, el artículo 362.1 del Reglamento del Registro Mercantil, aprobado por Real Decreto 1587/1989, establecía que “*en la sección de denominaciones del Registro Mercantil Central podrán incluirse las denominaciones de origen*”, con el fin de no permitir que las denominaciones de origen se registrasen como denominaciones sociales. En la actualidad esta medida pervive con idéntica letra en el artículo 397 del actual *Reglamento del Registro Mercantil*, aprobado por Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio, en su apartado 1. Con esta disposición se pretende impedir que puedan registrarse denominaciones sociales idénticas o que induzcan a error sobre el derecho de la sociedad a utilizar la denominación de origen en cuestión ⁽⁷⁹⁾.

En el apartado 2 de ese artículo 397 se dice que “*(L)a solicitud de inscripción se formulará por el Consejo Regulador correspondiente, a la que se acompañará la resolución administrativa por la que se apruebe la denominación*”.

- Por último, el Derecho penal cuenta también con un sistema de protección de las denominaciones de origen, a través de la inclusión de esa figura en la tipificación de delitos contra la propiedad industrial, en concreto en el artículo 275 del *Código Penal*. Como es sabido, esta cuestión ha sido abordada en una ponencia específica de este I Foro internacional del Observatorio de legislación y apoyo al sector agrario, titulada Tutela penal de las denominaciones de origen, a la que nos remitimos.

VI. BREVE RECAPITULACIÓN FINAL

Tras la exposición de los epígrafes que han sido desarrollados, no queda sino hacer, a modo de conclusión final, una breve recapitulación de lo tratado, en la que conste lo fundamental de la figura de la denominación de origen.

⁽⁷⁷⁾ Así, Broseta Pont, M. y Martínez Sanz, F.: *Manual de derecho mercantil*, volumen Iº, 14ª ed., Tecnos, Madrid, 2007, p. 271, quienes señalan que respecto de la Ley de marcas de 1988 las posibilidades de emplear como marca una denominación geográfica se han reducido con la Ley de marcas de 2001.

⁽⁷⁸⁾ Así, Gómez Lozano, M. M.: “Indicaciones geográficas protegidas”, en *Derecho de la Competencia y Propiedad Industrial Gómez en la Unión Europea*, Aranzadi, Cizur Menor, 2007, p. 448.

⁽⁷⁹⁾ Se destaca por Bercovitz Rodríguez-Cano, R.: *Introducción a las marcas y otros signos distintivos*, Aranzadi, Cizur Menor, 2002, p. 294, que existe alguna circunstancia que impide que esa previsión del Reglamento del Registro Mercantil pueda llevarse plenamente a efecto.

La figura de la denominación de origen constituye un auténtico signo distintivo del tráfico económico, de uso colectivo y muy intervenido administrativamente, que liga, por medio de un “doble vínculo”, un producto, normalmente vínico, agrícola o alimentario, con la determinada zona geográfica a la que se refiere la denominación, ligazón doble que conecta la procedencia del producto de esa determinada zona y la existencia en el mismo de una calidad o características determinadas precisamente debidas al lugar de origen.

La denominación de origen, convenientemente utilizada, tiene indudables efectos benévolos sobre el mundo rural y en particular sobre los empresarios y productores de ese mundo, sobre los consumidores y, en consecuencia, sobre el interés económico general. Lo que, como no podía ser de otro modo, exige de una regulación jurídica que permita extraer de la denominación de origen todo lo que de bueno puede salir de ella.

Tanto a nivel internacional como comunitario, español y autonómico, la disciplina jurídica, ciertamente complicada, por cierto, pretende lograr esa finalidad, hasta ahora sobre la base de distinguir, en la normativa dispuesta al efecto, entre el sector vitivinícola y el de los productos agroalimentarios.

Una normativa, la señalada, en la que se arbitran los más genuinos y específicos medios de protección de la denominación de origen, pero que no constituye la única reglamentación en la que es posible hallar reglas protectoras de la figura, pues en la normativa de competencia desleal, en la de publicidad ilícita, en la de marcas, en la de sociedades mercantiles y en la propia disciplina penal, existen también otros instrumentos jurídicos realmente importantes para tutelar los ataques que contra la denominación de origen como signo distintivo acaecen en el tráfico económico.