



COMISIÓN
EUROPEA

Estrasburgo, 15.7.2014
COM(2014) 469 final

LIBRO VERDE

Aprovechar al máximo los conocimientos técnicos europeos: posible ampliación de la protección de las indicaciones geográficas de la Unión Europea a productos no agrícolas

Texto pertinente a efectos del EEE

LIBRO VERDE

Aprovechar al máximo los conocimientos técnicos europeos: posible ampliación de la protección de las indicaciones geográficas de la Unión Europea a productos no agrícolas

Índice

Introducción	4
I — Aprovechar al máximo las indicaciones geográficas (IG): posibles beneficios de la ampliación de la protección de las IG de la UE a los productos no agrícolas	6
1. Situación actual de las IG en la UE.....	6
1.1 ¿Qué es una IG?	6
1.2 Marco jurídico para la protección de las IG	6
1.2.1 Marco jurídico internacional	6
1.2.2 Marco jurídico en la UE	7
1.2.2.1 Protección unitaria a nivel de la UE limitada a productos agrícolas y alimenticios	7
1.2.2.2 Diferentes marcos jurídicos nacionales para los productos no agrícolas	8
2. Posibles beneficios económicos, sociales y culturales de la ampliación de la protección IG a los productos no agrícolas a nivel de la UE	9
2.1 Potencial económico de las IG no agrícolas.....	9
2.2 Beneficios para los consumidores	10
2.3 Apoyo a los esfuerzos internacionales de la UE para ampliar la protección de las IG	10
2.4 Conservación y valoración de las tradiciones, las técnicas, la diversidad de expresiones culturales y el patrimonio cultural de Europa	11
3. Problemas y retos para lograr que los productos no agrícolas puedan ser beneficiarios de la protección IG.....	12
4. Alternativas a la protección armonizada de la UE	13
II — Opciones de protección IG a nivel de la UE	15
1. Objetivos y criterios de protección.....	15
1.1 Marcado: denominaciones y símbolos	15
1.2 ¿Qué indicaciones deberían excluirse de la protección IG?.....	16

2. ¿A qué debería aplicarse la protección IG? ¿Debería adoptarse un enfoque transversal o sectorial?	17
3. Vínculo entre producto y territorio.....	17
3.1 ¿Cuál debe ser la intensidad del vínculo con el territorio?	17
3.2 Calidad y especificación del producto	18
3.3 Reputación asociada al producto.....	19
4. Cómo mejorar la protección.....	20
4.1 Armonización de las legislaciones nacionales	20
4.2 Creación de un único sistema a escala de la UE	20
5. Registro	21
5.1 Papel de las Administraciones nacionales en un sistema de registro de la UE.....	21
5.2 Administración del registro de la UE	22
5.3 Contenido del procedimiento	22
5.3.1 Solicitantes	22
5.3.2 Oposición al registro de una IG.....	23
5.3.3 Tasas.....	23
6. Ámbito de protección.....	23
6.1 Nivel de protección concedido.....	23
6.2 Supervisión y aplicación de los derechos de las IG	24
6.3 Duración de la protección de las IG no agrícolas.....	25
7. Posibilidades que se ofrecen tras el registro.....	25
7.1 Cancelación de la protección.....	25
7.2 Posibles conflictos entre IG y marcas	26
Conclusión.....	27

Introducción

En el globalizado mundo de hoy día, la gama de productos que se ofrecen al consumidor es prácticamente ilimitada. Para elegir con conocimiento de causa, los consumidores deben recoger y comparar información sobre el precio y las características de un número cada vez mayor de productos. Pero el precio y las características fundamentales de un producto pueden no ser el único factor decisivo. Los consumidores también buscan formas de identificar los productos de calidad original, auténticos, y esperan que la calidad y las características específicas anunciadas ofrezcan las cualidades que ellos valoran, por lo cual suelen estar dispuestos a pagar un precio más alto.

Para lograrlo, la reputación y/o determinadas características de calidad asociadas con ciertos productos gracias a su origen específico pueden concretarse en lo que se denomina una «indicación geográfica» (IG), que caracteriza al producto. Las indicaciones geográficas identifican a los productos como originarios de un país, una región o una localidad, donde la calidad, la reputación u otras características determinadas del producto responden esencialmente a su origen geográfico, por ejemplo, Bordeaux (vino de Burdeos), Vetro di Murano (cristal de Murano) o Prosciutto di Parma (jamón de Parma).

Las indicaciones geográficas están evidentemente vinculadas con productos agrícolas, productos alimenticios, vinos y otras bebidas alcohólicas, cuando su origen geográfico está vinculado con cualidades directamente relacionadas con el suelo o el clima (p. ej., vinos) o con una combinación de factores naturales y métodos tradicionales de transformación utilizados en la región (p. ej., Bayerisches Bier o cerveza bávara). Sin embargo, la utilización de las indicaciones geográficas no se limita a los productos agrícolas. Una indicación geográfica también puede poner de relieve cualidades específicas de un producto que, en vez de responder a su lugar de origen, se deben a factores humanos como tradiciones y técnicas específicas de fabricación. Este es el caso, por ejemplo, de los productos artesanales fabricados a mano, que, por lo general, utilizan recursos naturales locales y suelen estar integrados en las tradiciones de las comunidades locales.

La Unión Europea (UE) es rica en productos no agrícolas auténticos, basados en conocimientos y técnicas tradicionales, que suelen estar arraigadas en el patrimonio social y cultural de una determinada ubicación geográfica como son el Český křišťál (cristal de Bohemia), los Scottish tartans (tartanes escoceses), el Marmo di Carrara (mármol de Carrara) o la Meissner Porzellan (porcelana de Meissen). Todos estos productos son parte de las técnicas y los conocimientos tradicionales europeos y, por tanto, son importantes para su patrimonio cultural y contribuyen a la economía cultural y creativa. Además, si se reúnen las condiciones correctas para su explotación, tienen un potencial económico considerable. La innovación y el progreso tecnológico son fundamentales para sacar el máximo partido del conocimiento y el patrimonio locales.

La UE está sujeta a las normas de protección de las IG contenidas en el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), que se aplica a los 159 miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y abarca tanto productos agrícolas como no agrícolas. En todos los países miembros de la OMC, las IG tienen que estar protegidas para evitar inducir a error al público en cuanto al origen de los productos y evitar la competencia desleal. Para este fin, los miembros de la OMC pueden utilizar diferentes instrumentos jurídicos. Algunos miembros de la OMC, entre los que se

incluyen 15 Estados miembros, tienen legislación *sui generis* en materia de protección de las IG relativas a productos no agrícolas.

A nivel de la UE, actualmente existe una protección unitaria de las IG en el caso de los vinos, las bebidas espirituosas, los vinos aromatizados y los productos agrícolas y alimenticios, pero no una armonización o protección unitaria de IG para los productos no agrícolas. En su lugar, se aplican instrumentos jurídicos nacionales, lo que da pie a que existan diferentes niveles de protección jurídica en el conjunto de Europa. Los productores agrícolas que desean proteger una IG en toda la UE deben cerciorarse de que disponen en cada Estado miembro de una protección por separado, lo que no parece estar en consonancia con los objetivos del mercado interior.

La Comisión señaló este asunto en su Comunicación de 2011 «Un mercado único de los derechos de propiedad intelectual»¹ y propuso un análisis detallado del actual marco jurídico para la protección de las IG de los productos no agrícolas en los Estados miembros y sus consecuencias para el mercado interior.

A raíz de esto, en 2012, se encargó el «Estudio sobre la protección de las indicaciones geográficas para los productos no agrícolas en el mercado interior» (en lo sucesivo denominado «el Estudio»)². El Estudio, publicado por la Comisión en marzo de 2013, considera que los actuales instrumentos jurídicos a escala nacional y europea a disposición de los productores son insuficientes. La Comisión organizó una audiencia pública el 22 de abril de 2013 para debatir los resultados del Estudio y ofrecer una plataforma para entablar un amplio debate sobre la necesidad de una protección más eficaz de las IG de los productos no agrícolas a nivel de la UE. Muchos de los interesados que participaron apoyaron el llamamiento del Estudio en favor de una mejor protección de las IG no agrícolas a nivel de la UE.

A la luz de los resultados del Estudio y de la audiencia pública, la Comisión decidió proseguir su labor analítica mediante el presente Libro Verde, cuyo objetivo es consultar con todas las partes interesadas, de la manera más amplia posible, si, en la UE, es necesario aumentar la protección de las IG a los productos no agrícolas y, en tal caso, qué enfoque conviene adoptar. Se invita a todas las partes interesadas a comentar las cuestiones ¿los aspectos? planteadas en el presente Libro Verde, respondiendo a las cuestiones concretas que figuran en la lista. La Comisión se basará en los resultados de esta consulta al decidir si se requieren otras actuaciones a nivel de la UE.

¹ http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/ipr_strategy/COM_2011_287_es.pdf.

² El Estudio se realizó con anterioridad a la adhesión de Croacia a la Unión Europea, por lo cual no cubre dicho país.

I — Aprovechar al máximo las indicaciones geográficas (IG): posibles beneficios de la ampliación de la protección de las IG de la UE a los productos no agrícolas

1. Situación actual de las IG en la UE

1.1 ¿Qué es una IG?

Una IG es un signo, normalmente un nombre, aplicado a los productos que tienen un origen geográfico específico y poseen cualidades, características o una reputación esencialmente atribuibles a ese lugar de origen. Normalmente, una IG incluye o consiste en el nombre del lugar de origen de los productos. Esta denominación puede ser utilizada por todas las empresas de la zona que fabrican un producto determinado de un modo prescrito. Champagne y Prosciutto di Parma son ejemplos de IG de fama mundial.

El objetivo de proteger una IG como un derecho de propiedad intelectual es garantizar a los productores una competencia justa y proporcionar al consumidor información fiable sobre el lugar o el método de producción y la calidad del producto³. La protección que las IG brindan es fundamental para preservar productos tradicionales y de alta calidad así como los conocimientos técnicos y los puestos de trabajo relacionados con ellos. Por tanto, la protección de las IG ayuda a los fabricantes y las empresas pequeñas y medianas (pymes). Las IG enfatizan la relación entre las actividades humanas, la cultura, la tierra y los recursos, y contribuyen a proteger activos intangibles como la reputación y los niveles de calidad.

Asimismo, la protección de las IG incentiva la inversión en nuevas tecnologías y la innovación, con el fin de proteger la alta calidad de los productos al tiempo que se mantiene la competitividad.

Las IG poseen características especiales que las distinguen de otros derechos de propiedad intelectual: por lo general no pertenecen a una sola entidad, como suele ocurrir con las marcas o las patentes. Las IG pertenecen a toda una comunidad, es decir, a todos los productores cuyos productos son originarios de la zona geográfica delimitada y cumplen las especificaciones fijadas para la IG.

1.2 Marco jurídico para la protección de las IG

1.2.1 Marco jurídico internacional

Existe una serie de tratados administrados por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) que protegen las IG, en particular el Convenio de París sobre la Protección de la Propiedad Industrial de 1883⁴ y el Acuerdo de Lisboa para la protección de las

³ Como ocurre con cualquier otro tipo de productos, quienes ostentan una IG deben respetar el actual sistema de la UE de «requisitos esenciales» y los requisitos de seguridad de los productos que garantizan el buen funcionamiento del mercado interior, la seguridad de los productos para los ciudadanos y la protección de otros intereses públicos como, por ejemplo, el medio ambiente o la eficiencia energética.

⁴ El Convenio de París se refiere en términos generales a «indicaciones de procedencia» y «denominaciones de origen» como objeto de propiedad industrial, pero no define estos conceptos. Todos los Estados miembros de la UE son también Partes en el Convenio.

denominaciones de origen y su registro internacional⁵. Además, los artículos 22 a 24 del Acuerdo ADPIC se refieren a la protección internacional de las IG en el seno de la OMC⁶.

Estos acuerdos internacionales hacen posible proteger mediante IG todo tipo de productos, tanto agrícolas como no agrícolas. Sin embargo, difieren considerablemente en su definición, ámbito de aplicación, medidas de ejecución correspondientes y otros aspectos de la protección de las IG.

1.2.2 Marco jurídico en la UE

En Europa, la protección de las IG está disponible para productos tanto agrícolas como no agrícolas. Los productos agrícolas y alimenticios (vinos, bebidas espirituosas, etc.) pueden gozar de protección unitaria concedida exclusivamente a nivel de la UE. Las IG no agrícolas están protegidas únicamente a nivel nacional o regional gracias a diversos marcos jurídicos nacionales.

1.2.2.1 Protección unitaria a nivel de la UE limitada a productos agrícolas y alimenticios

A nivel de la UE, actualmente existe protección unitaria mediante IG para los vinos (1970), las bebidas espirituosas (1989), los vinos aromatizados (1991) y los productos agrícolas y alimenticios (1992). El principal objetivo de estos sistemas es promover la calidad, la variedad y el valor en la cadena alimentaria, preservar las técnicas tradicionales del sector y estimular la diversificación y el empleo en las zonas rurales. Gracias a estos sistemas, las denominaciones protegidas de los productos cubiertos gozan de una protección unitaria de gran alcance en toda la UE con un único procedimiento de solicitud. A finales de abril de 2014, se habían registrado a nivel de la UE 336 denominaciones de bebidas espirituosas, 1 577 denominaciones de vinos y 1 184 denominaciones de productos agrícolas y alimenticios. El valor estimado de las ventas de las IG de la UE en 2010 ascendió a 54 300 millones EUR, incluidos 11 500 millones EUR en exportaciones (el 15 % de las exportaciones del sector de los alimentos y las bebidas).

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha confirmado que las IG constituyen un derecho de propiedad intelectual⁷. El sistema de la UE para protegerlas es exclusivo e impide a los Estados miembros aplicar en paralelo regímenes nacionales o regionales (como en el caso de las marcas, por ejemplo)⁸. Existen sistemas nacionales para regular el primer paso del proceso de solicitud de registro de IG de la UE y para garantizar su aplicación administrativa (es decir,

⁵ Diez Estados miembros de la UE son también Partes en el Acuerdo de Lisboa y siete de ellos lo han ratificado: Bulgaria, República Checa, Francia, Hungría, Italia, Portugal y Eslovaquia. Tres lo firmaron, pero no llegaron a ratificarlo: España, Grecia y Rumanía.

⁶ El artículo 22 del Acuerdo ADPIC establece la definición de IG y contiene la obligación general de que los miembros de la OMC faciliten protección frente a la utilización engañosa de las IG y contra todo uso que constituya un acto de competencia desleal. Además, obliga a las Partes a denegar o invalidar el registro de marcas que contengan o consistan en una IG respecto de productos no originarios del territorio indicado, si el uso de tal indicación en la marca de esos productos puede inducir a error al consumidor en cuanto al verdadero lugar de origen. El artículo 23 del Acuerdo ADPIC concede un mayor nivel de protección a las IG de vinos y bebidas espirituosas. El artículo 23, apartado 1, establece un estándar de protección absoluta que exige a las Partes impedir el registro de IG de vinos y bebidas espirituosas para productos de ese género que no sean originarios del lugar designado por la IG, incluso cuando se indique el verdadero origen del producto o se utilice la IG traducida o acompañada de expresiones tales como «clase», «tipo», «estilo», «imitación» u otras análogas. Las IG de vinos y bebidas espirituosas deben protegerse, incluso si la utilización irregular de una IG no puede inducir a error a los consumidores.

⁷ Véase C-3/91, Turrón de Jijona, apartado 37, o Prosciutto di Parma, C-108/01, apartado 64.

⁸ Véase C-478/07 Budějovický Budvar, apartado 114.

proceder a las comprobaciones oficiales del cumplimiento de las especificaciones fijadas por los fabricantes y supervisar la utilización de las IG en el mercado)⁹.

El sistema de la UE de protección IG de los productos agrícolas se considera, en general, un éxito, como ilustra un reciente estudio encargado por la Comisión Europea¹⁰. Ha aportado, para consumidores y productores, beneficios tangibles como información detallada y una garantía de calidad para los primeros y márgenes de beneficios más estables para los segundos, además de mayor visibilidad, a menudo gracias a la participación en ferias comerciales, acceso a nuevos mercados de exportación o interiores, mejor acceso a los fondos y ayudas a la inversión para la promoción de los productores. La protección IG también contribuye a mantener la infraestructura y el empleo locales, sobre todo en las regiones más desfavorecidas, lo cual beneficia a la sociedad en su conjunto.

1.2.2.2 Diferentes marcos jurídicos nacionales para los productos no agrícolas

Dado que las legislaciones de los Estados miembros sobre la protección de las IG no agrícolas aún no se han armonizado, los marcos nacionales pertinentes varían considerablemente de un Estado miembro a otro. Existen importantes diferencias en las definiciones, los procedimientos de registro y el coste, el alcance de la protección y los medios de aplicación. Como consecuencia de ello, las IG no agrícolas están sujetas a distintos niveles de protección según el país de producción y sobre la base de la protección básica que figura en el Acuerdo ADPIC.

En todos los Estados miembros, los productos no agrícolas están cubiertos por legislación relativa a la competencia desleal o el engaño al consumidor. Este es también el caso de la legislación en materia de marcas, que también proporciona cierto grado de protección. Actualmente funcionan distintos sistemas *sui generis* que ofrecen protección IG a productos no agrícolas en 15 Estados miembros¹¹. Estas leyes adoptan diversas formas, que van desde reglamentos nacionales o regionales específicos de industrias concretas (como, p. ej., la cerámica) a leyes específicas sobre un producto determinado (p. ej., los Cuchillos de Solingen) o leyes nacionales o regionales que protegen a todos los productos no agrícolas con IG¹².

Pregunta:

1. ¿Ve usted ventajas o inconvenientes en la actual diversidad de niveles y medios de protección IG de que gozan los productos no agrícolas en los distintos Estados miembros de la UE? Explique su respuesta.

⁹ Véase el asunto C-35/13, Felino, apartado 28.

¹⁰ El estudio, titulado *Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)*, está disponible en: http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi_en.htm.

¹¹ Bélgica (Valonia), Bulgaria, Croacia, República Checa, Estonia, Francia, Alemania, Hungría, Letonia, Polonia, Portugal, Rumanía, Eslovaquia, Eslovenia, España (Región de Murcia), véase el Estudio, p. 30.

¹² *Study on geographical indication protection for non-agricultural products in the internal market*, pp. 29-73, http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf

2. Posibles beneficios económicos, sociales y culturales de la ampliación de la protección IG a los productos no agrícolas a nivel de la UE

2.1 Potencial económico de las IG no agrícolas

Las dos principales ventajas que parece presentar un sistema armonizado de IG a nivel de la UE para los productores de productos no agrícolas son: el refuerzo del carácter distintivo y el atractivo de sus productos, gracias a la garantía de origen y de calidad en toda la UE, que podría impulsar las ventas¹³, y la mejora y uniformización de la protección en toda la UE contra las pérdidas causadas por falsificaciones e imitaciones.

La protección IG puede aplicarse a todo tipo de productos no agrícolas y a métodos de producción de baja y media tecnología como, por ejemplo, el Český křišťál (cristal de Bohemia) o a tecnologías más sofisticadas. Según recoge el Estudio, recientemente se calculó que el empleo directo e indirecto en el sector de las IG no agrícolas en Europa supone hasta 4,08 millones de puestos de trabajo¹⁴. Estos puestos de trabajo se dan fundamentalmente en pymes situadas en las regiones más pobres¹⁵. Dos tercios de las regiones de las que proceden los productos no agrícolas con indicación de origen tienen un índice de pobreza o una tasa de desempleo superior al 20 %.

Garantizar la reputación o la calidad de un producto no agrícola que goza de protección IG en todo el territorio de la UE puede ayudar a los productores a acceder a fondos de promoción y ayuda a la inversión por parte de las entidades públicas y facilitar un mejor acceso a las ferias comerciales. La posibilidad de formar parte de un régimen de IG armonizado a nivel de la UE puede también mejorar la organización y la gestión colectivas de las denominaciones protegidas por las asociaciones de productores.

Las IG famosas también pueden dar mayor publicidad al lugar o la región de origen y crear un efecto multiplicador, por ejemplo, fomentando el turismo¹⁶, las ferias comerciales y las actividades culturales y, por tanto, creando más oportunidades de empleo¹⁷.

Es característico que el empleo generado por un producto determinado con IG no pueda trasladarse a otros lugares, debido a sus vínculos inherentes con un territorio determinado. Desde este punto de vista, la mejora de la prosperidad de algunas regiones mediante la concesión de la protección IG a los productos no agrícolas podría contribuir a mantener el empleo y la riqueza en determinadas zonas frágiles desde el punto de vista económico.

¹³ Por otra parte, la IG desempeña un importante papel al permitir a los fabricantes comenzar a suministrar a los distribuidores a gran escala y encontrar nuevos clientes fuera de las zonas donde los productos se conocen y se aprecian tradicionalmente. Además, dado que los consumidores de los mercados extranjeros ven la IG como una garantía adicional de la calidad del producto, controlada por un organismo externo, el título de IG ayuda a los productores a acceder a nuevos mercados de exportación.

¹⁴ Estudio, p.133.

¹⁵ Fuente: Estadísticas europeas sobre la pobreza y el desempleo para la región NUTS 2. Este es el caso, por ejemplo, de los encajes de Binche (Bélgica) o del «barro preto de Olho Marinho» (arcilla negra de Olho Marinho, Portugal).

¹⁶ Por ejemplo, la Ruta Europea de la Cerámica (certificada como «Ruta cultural» del Consejo de Europa desde mayo de 2012), que aspira a mejorar el atractivo de las zonas con cerámica como destinos turísticos sostenibles.

¹⁷ Véase: *Las indicaciones geográficas, Introducción*, OMPI, http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/es/geographical/952/wipo_pub_952.pdf.

Preguntas:

2. ¿Considera usted que la protección IG de los productos no agrícolas, armonizada y reforzada a nivel de la UE, podría tener en el mercado interior los efectos económicos positivos indicados más arriba?
3. ¿Cree usted que tal protección podría tener efectos adversos sobre la economía de la UE?

2.2 Beneficios para los consumidores

Las IG permiten a los consumidores que prestan atención a la procedencia geográfica de los productos, son sensibles a la cultura o la tradición consagradas en ellos o están atentos a determinadas características o calidades elegir con conocimiento de causa, de forma segura y basándose en información fidedigna¹⁸. Si ellos lo valoran, las IG tienen por objeto ofrecerles la seguridad de que un producto cuenta con determinada calidad, reputación o características gracias a su lugar de origen.

Los controles oficiales o los mecanismos de control para garantizar que los productos con una IG protegida cumplen las especificaciones del producto son un elemento clave de los sistemas de IG de la UE vigentes en el sector agrícola. La protección IG sirve para evitar el uso fraudulento de las IG en el mercado. No tiene intención de limitar la gama de productos a disposición de los consumidores, sino que, por el contrario, reserva el uso de una denominación específica para las mercancías que cumplan las especificaciones del producto y tengan un claro vínculo geográfico. Ello no obsta para que otros productores comercialicen el mismo tipo de producto bajo una denominación diferente. En esencia, las indicaciones geográficas están destinadas a proteger a los consumidores contra productos que no cuentan con las calidades y las características que esperan y por las que pueden estar dispuestos a pagar un precio más elevado¹⁹.

Preguntas:

4. ¿Considera que la armonización de la protección IG de la UE para los productos no agrícolas podría beneficiar a los consumidores?
5. ¿Ve usted posibles consecuencias negativas para los consumidores?

2.3 Apoyo a los esfuerzos internacionales de la UE para ampliar la protección de las IG

La creación de una protección unitaria de las IG aplicadas a productos no agrícolas en la UE también puede incidir positivamente en la negociación de acuerdos comerciales con terceros países interesados en mejorar la protección de sus IG no agrícolas en la UE. La ausencia de un sistema de la UE armonizado y coherente para proteger las IG de productos no agrícolas afecta a la capacidad de la UE para negociar bilateralmente esta cuestión y lograr una mejor protección en dichos países para las IG agrícolas de la UE. La protección de las IG no

¹⁸ Según un estudio de Eurobarómetro (298) en 2008, el 26 % de los consumidores declararon estar interesados por el país de origen de los productos no alimentarios (no las IG como tales) como el cuarto aspecto más importante, tras el precio, la seguridad y la marca.

¹⁹ La inversión de los productores en la fabricación de productos de alta calidad solo tiene sentido cuando los consumidores están informados sobre la calidad de los productos. En el caso de que una empresa decidiera producir productos de alta calidad, los beneficios de dicha decisión se verán garantizados en el futuro como resultado de una inversión a largo plazo destinada a crear una reputación sólida. Por esta razón, solo cuando los consumidores son conscientes de la calidad, la empresa tiene un incentivo para invertir en su reputación y, en consecuencia, poder cobrar precios más altos. El consumidor, a cambio, recibe una amplia gama de productos seguros y de alta calidad.

agrícolas de terceros países en el mercado de la UE ha ido convirtiéndose en un factor importante para una serie de negociaciones bilaterales con los socios comerciales de la UE, que suelen tener una tradición enormemente rica en productos artesanales bien conocidos y en productos no agrícolas como ocurre, por ejemplo, con India, que protege determinadas IG no agrícolas relacionadas con los saris, las pinturas en seda y los chales.

A nivel multilateral en el marco de la OMC, los esfuerzos de negociación de la UE para mejorar el nivel de protección de las IG también podrían beneficiarse de un sistema unitario europeo de protección de las IG no agrícolas. En las negociaciones del Programa de Doha para el Desarrollo de la OMC, la UE ha actuado para ampliar a todos los productos el elevado nivel de protección del que actualmente solo gozan los vinos y las bebidas espirituosas.

Pregunta:

6. ¿Ve usted ventajas o inconvenientes potenciales en la armonización a escala de la UE de la protección IG para los productos no agrícolas en lo relativo a las relaciones comerciales de la UE con terceros países? En caso afirmativo, ¿en qué aspectos?

2.4 Conservación y valoración de las tradiciones, las técnicas, la diversidad de expresiones culturales²⁰ y el patrimonio cultural de Europa

La mejor manera de que los productos típicos no agrícolas susceptibles de recibir una IG sean competitivos es gracias a su autenticidad, su calidad diferenciada y otras características que los consumidores valoran. Estos productos se hallan sometidos a una presión constante por parte de productos que usurpan su reputación por ser de menor calidad y venderse a precios más bajos. Los productos susceptibles de recibir una IG pueden imponerse si la competencia se basa en prácticas equitativas; pero si los productos de imitación se benefician de las expectativas de reputación, autenticidad y calidad de los productos originales utilizando la denominación geográfica en torno a la cual se ha forjado la reputación de los productos originales, los productos originales pueden, en última instancia, dejar de producirse y desaparecer como ha ocurrido, por ejemplo, con la industria del lino de Lituania. Los productos con IG mantienen vivas unas técnicas tradicionales y muypreciadas que se transmiten de generación en generación. Sus métodos de producción y las actividades complementarias son una señal de identidad de la sociedad del lugar construida a lo largo de mucho tiempo. Los productos con IG mantienen redes de cooperación entre los productores y entre estos y otras entidades locales interesadas como organismos públicos u organizaciones de turismo. Por tanto, ayudan a la creación del patrimonio social. El capital social es un término financiero muy marcado ¿no? ¿patrimonio social? ¿tejido social? de una región. En última instancia, si los productos con IG desaparecieran por falta de una protección adecuada, podría dañarse un elemento significativo del patrimonio histórico, cultural y social de Europa.

Preguntas:

7. ¿Considera usted que la protección armonizada de las IG no agrícolas a nivel de la UE ayudaría a preservar el patrimonio cultural y artístico tradicional que reflejan los productos beneficiarios? Explique su respuesta.

²⁰ Desde 2006, la Unión Europea es Parte en la Convención de la UNESCO sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, y de conformidad con el artículo 167 del Tratado UE: «La Unión tendrá en cuenta los aspectos culturales en su actuación en virtud de otras disposiciones del presente Tratado, en particular a fin de respetar y fomentar la diversidad de sus culturas».

8. ¿Contribuiría dicha protección a la creación de patrimonio social en las zonas de producción?

3. Problemas y retos para lograr que los productos no agrícolas puedan ser beneficiarios de la protección IG

Cuanto más sólida sea la reputación y el reconocimiento de una IG, más probable es que los competidores intenten sacar partido de la misma y usar indebidamente la denominación en productos no originarios de la zona geográfica determinada o que incumplen las especificaciones de producto pertinentes o las características de calidad que su denominación implica. La utilización incorrecta de IG supone pérdidas de ingresos y cuota de mercado para los operadores legítimos, así como posibles daños de imagen y gastos procesales adicionales.

Según el Estudio, el 57,4 % de los productos examinados (n=94) indican graves problemas y pérdidas debidas a la utilización abusiva de su IG²¹ como, por ejemplo:

- productos de imitación procedentes del mismo país²², de otros países de la UE²³ o de terceros países, especialmente de Asia²⁴;
- la evocación de la denominación protegida por productos no relacionados como, por ejemplo, la expresión «Pierre Belge» (Piedra belga) por falsa «Pierre bleue de Belgique» (Piedra azul del Bélgica) o mármoles turcos comercializados con la denominación «Botticino Royal» o «The New Botticino»²⁵; o
- la evocación de la denominación protegida por productos que no son del mismo tipo, por ejemplo, granito chino, pizarra india o piedra caliza procedente de otros países que usan la denominación «Piedra Natural de Castilla y León»²⁶.

Los costes de las acciones legales contra los infractores pueden suponer una carga económica considerable para una empresa. Por ejemplo, el coste estimado para Český Granát (República Checa) de la presentación de denuncias ante los tribunales o los órganos administrativos es de 200 000 CZK (aproximadamente 7 770 EUR) anuales, y para Solingen, de aproximadamente 50 000 EUR anuales²⁷. Y los gastos destinados a garantizar una protección efectiva pueden ser muy superiores en función de la situación.

El Estudio muestra que los productores adoptan numerosas estrategias para protegerse contra las infracciones, como cartas de protesta (p. ej., Harris Tweed, Schwarzwälder Kuckucksuhr), campañas de lucha contra las falsificaciones realizadas (p. ej., Swiss Watches), el registro de marcas (p. ej., Ceramica Artistica e tradizionale di Vietri sul Mare) o acciones legales (p. ej., Deruta ceramics, Murano).

²¹ Estudio, p. 97.

²² Tapicería de Aubusson, porcelana de Moustiers, piedra de Borgoña, etc.

²³ Por ejemplo: imitaciones italianas de la piedra de Borgoña, imitaciones rumanas del cristal de Murano.

²⁴ Por ejemplo, encajes de Binche, mármol de Carrara, cristal de Murano, cerámica de Horezu, piedra natural de Castilla y León.

²⁵ Botticino es una ciudad de la provincia de Brescia, Italia.

²⁶ Estudio, p. 99.

²⁷ Ibidem, p. 109.

No obstante, el Estudio concluye que el resultado de todas estas actividades suele ser incierto, a menudo debido a la falta de un marco jurídico unitario de la UE para la protección de las IG no agrícolas, lo que da lugar a sistemas diferentes con distintos grados de protección y cumplimiento y un marco universal nada claro.

Preguntas:

9. ¿Considera usted que la protección IG de los productos no agrícolas armonizada a nivel de la UE ayudaría a los productores a defenderse contra las imitaciones y los usos abusivos? Explique su respuesta.
10. ¿Cómo podrían los productores de la competencia protegerse contra una IG excesiva?

4. Alternativas a la protección armonizada de la UE

El Estudio concluye que los actuales instrumentos nacionales proporcionan cierto grado de protección cuando se utilizan para lograr protección IG a escala de la UE para productos no agrícolas.

Las leyes en materia de competencia desleal²⁸ y engaño a los consumidores, que existen en todos los Estados miembros de la UE, ofrecen protección contra las prácticas comerciales desleales, incluida la información engañosa sobre características principales del producto como su origen geográfico²⁹. En la práctica, sin embargo, la medida en que estas leyes pueden ofrecer una protección eficaz contra la utilización abusiva de denominaciones no agrícolas resulta limitada.

Además, estas leyes todavía difieren significativamente de un Estado miembro a otro. Así, por ejemplo, los responsables de hacer cumplir las leyes son diferentes organismos nacionales, regionales o locales³⁰ (p. ej., en España) o asociaciones de consumidores privadas (p. ej., en Alemania), lo que implica diferentes costes, procedimientos y requisitos formales. Según el Estudio³¹, no se ha encontrado ningún ejemplo de acción para proteger las IG no agrícolas en los países donde los responsables de hacer cumplir la ley son dichos organismos.

²⁸ La competencia desleal puede definirse como «todo acto de competencia contrario a las buenas prácticas en materia comercial y asuntos industriales».

²⁹ La Directiva 2005/29/CE define las prácticas comerciales desleales que están prohibidas en la Unión Europea y los tres países del EEE. En el artículo 6 se destaca que una práctica comercial debe considerarse engañosa si contiene información falsa que induzca o pueda inducir a error al consumidor medio, en particular, por lo que se refiere a las características principales del producto, tales como su origen geográfico o comercial. El artículo 11 ofrece vías de recurso específicas, dado que los Estados miembros y los países del EEE deben velar por que existan medios adecuados y eficaces para luchar contra tales prácticas. Estos medios deben incluir disposiciones que permitan a las personas o entidades que tengan un interés legítimo (los consumidores y competidores) emprender acciones judiciales contra esas prácticas desleales o de llevar dichas prácticas ante las autoridades administrativas.

³⁰ Las autoridades administrativas de Bulgaria, Chipre, Estonia, Finlandia, Alemania, Grecia, Italia, Letonia, Luxemburgo, Polonia, Portugal, Rumania y Eslovenia tienen la obligación de investigar las denuncias que reciben. La mayoría de las autoridades competentes pueden desestimar las reclamaciones por diversas razones; por ejemplo, en Bélgica, se rechaza, a efectos de racionalización, el 40 % de todas las reclamaciones y solo se tratan los casos con pérdidas financieras significativas.

³¹ Estudio, p. 35.

Por otra parte, del Estudio se desprende que los productores suelen no interponer procedimientos civiles contra las prácticas abusivas, dado que los costes pueden ser significativos y las pruebas, a menudo, son difíciles de establecer³².

La protección de la marca también tiene sus límites. Confiere a su titular el derecho a impedir que otros la utilicen. La marca (denominación, logotipo, etc.) elegida no debe tener ninguna relación con los productos o su origen. En cambio, una IG protegida tiene por objeto ofrecer una garantía a los consumidores de que los productos son fabricados en un determinado lugar y ofrecen, por ello, cualidades específicas. Por tanto, ¿cómo? y en general, una marca no puede proporcionar la misma información y garantías que una IG.

En algunos casos, una IG puede obtener cierta protección con arreglo al Derecho de marcas, más concretamente a través de marcas colectivas o de certificación. Las marcas colectivas son propiedad colectiva de un grupo de productores (p. ej., una asociación) y pueden ser utilizadas por más de una persona, en la medida en que el usuario es un miembro del grupo y de acuerdo con las normas que este ha establecido. Las marcas de certificación son propiedad de una entidad jurídica de certificación que comprueba que la marca se utiliza con arreglo a normas de certificación. El responsable de la certificación controla el uso de la marca y tiene derecho exclusivo de protección contra la utilización no autorizada. El responsable de la certificación normalmente no puede hacer uso de la marca, que está abierta a todo aquél que cumpla las normas de certificación. Estos tipos de protección presentan algunas de las características de la protección de las IG. Sin embargo, el Derecho de marcas no prevé normas predefinidas, especialmente un vínculo con una zona geográfica específica, por lo que deja al titular total libertad para definir sus propias normas de utilización. Por consiguiente, las marcas colectivas y de certificación carecen de las características de garantía básica de un sistema de IG³³. El actual sistema de marcas de la UE no se aplica a las marcas de certificación, pero permite a los productores de IG registrar su denominación como marca comunitaria colectiva.

En la mayoría de los casos, los reglamentos nacionales o regionales sobre determinadas artesanías se ocupan únicamente de estrategias colectivas para promover o proteger artesanías locales concretas. Las normativas específicas sobre productos en realidad fijan las especificaciones del producto (p. ej., los Cuchillos de Solingen, el Harris Tweed o el Bordado da Madeira). Las actuales legislaciones regionales y nacionales de protección a nivel sectorial no están armonizadas y difieren considerablemente en aspectos clave como la definición de IG, el alcance de la protección, los procedimientos de registro, las tasas, los controles y la aplicación de la normativa. Además, la protección en virtud de las legislaciones nacionales solo puede garantizar que la IG se respeta en el Estado miembro de que se trate. No supone protección en el conjunto de la UE ni garantiza la igualdad de condiciones de protección en el mercado único.

Pregunta:

11. ¿Qué piensa usted de las alternativas actuales a la protección armonizada para las IG no agrícolas?

³² Estudio, pp. 34-35.

³³ Véase «Guide to geographical indicators linking products and their origins» de Daniele Giovannucci, Tim Josling, William Kerr, Bernard O'Connor, May T. Yeung (International Trade Centre).

II — Opciones de protección IG a nivel de la UE

La respuesta de la UE a los retos señalados podría adoptar diversas formas. Una mejor protección a las IG tendría que ser compatible con los actuales marcos jurídicos europeo e internacional y debe responder a las necesidades tanto de orden económico como de las partes interesadas. El sistema vigente para las IG agrícolas es un buen punto de comparación. En la siguiente sección, la Comisión desea recabar las opiniones de las partes interesadas respecto a varios parámetros considerados clave para la formulación de una posible iniciativa de la UE en materia de protección IG para los productos no agrícolas.

1. Objetivos y criterios de protección

Los posibles objetivos de toda medida nueva van desde el cumplimiento de los requisitos mínimos sobre protección IG fijados por el Acuerdo ADPIC hasta introducir criterios adicionales como los incluidos en la legislación de la UE sobre las IG agrícolas.

1.1 Marcado: denominaciones y símbolos

El marcado más frecuentemente utilizado para referirse a un producto que puede acogerse a la protección IG es su denominación. Suele incluir el nombre de una región geográfica (una determinada localidad, región o país como, p. ej., Herend³⁴), eventualmente asociado al nombre de los propios productos como, por ejemplo, en «Scottish tartan»³⁵ o «tapisserie d'Aubusson»³⁶.

Por otra parte, también los nombres no geográficos pueden constituir una denominación de IG, siempre que estén asociados sin ambigüedades al lugar de origen. Ampliar la definición de IG a este tipo de denominación permitiría cubrir más productos. Esta solución fue adoptada también por el sistema de la UE de IG agrícolas, según el que, por ejemplo, el queso feta³⁷ y el cava español³⁸ están protegidos como IG.

Otra opción, que permitiría incluso una cobertura más amplia, sería dar protección IG a los signos o símbolos no textuales inequívocamente asociados a cierta región o a una determinada localidad o país, tales como, por ejemplo, el contorno de una zona geográfica³⁹.

³⁴ Denominación muy conocida, utilizada para designar la vajilla de porcelana y los objetos decorativos designados con el nombre de la ciudad húngara de Herend.

³⁵ El tartán es un paño tradicional escocés con un patrón de franjas de diferentes colores y anchuras que se cruzan en forma de cuadrícula, véase <http://www.merriam-webster.com/dictionary/tartan>. La Scottish Tartans Society (fundada en 1963) mantiene un registro de todos los tartanes conocidos, que son cerca de 1 300.

³⁶ Las alfombras de Aubusson son tejidas a mano en los pueblos de Aubusson y Felletin, en el departamento de Creuse, en la Francia central.

³⁷ En Grecia no hay ninguna región llamada «feta», pero la indicación «feta» ha desarrollado, por su largo y coherente uso, un fuerte vínculo con la zona geográfica donde se produce el queso.

³⁸ El cava se produce en Cataluña, Castilla y León, Aragón, Extremadura, Navarra, La Rioja y Valencia.

³⁹ Un ejemplo típico sería el esbozo cartográfico del Estado de Florida (Estados Unidos) en el caso de las naranjas.

Preguntas:

12. Si se crea un nuevo sistema a nivel de la UE, debería dicho sistema proteger las IG que cubren las denominaciones no geográficas asociadas sin ambigüedades a un lugar determinado?
13. En tal caso, ¿cómo podría el sistema garantizar que dicha protección no afecte a los derechos de otros productores?
14. ¿Debería darse una protección similar a símbolos como el contorno de una zona geográfica determinada? ¿En qué condiciones?

1.2 ¿Qué indicaciones deberían excluirse de la protección IG?

El Acuerdo ADPIC prevé una serie de posibles exenciones a la obligación de garantizar la protección de las IG, como los términos genéricos⁴⁰, los casos en que existen marcas previas que entren en conflicto⁴¹ y, en cierta medida, casos de indicaciones geográficas homónimas⁴². Se considera que un término es genérico cuando es la denominación común para el tipo de producto o servicio (en lugar de un ejemplo concreto de producto o servicio) en el territorio del país donde se solicita la protección. Por ejemplo, el término «agua de colonia» ahora denota un determinado tipo de producto de perfumería, con independencia de que esté o no producido en la región alemana de Colonia. Las IG homónimas son aquellas que se escriben o pronuncian igual, pero identifican productos originarios de distintos lugares, en general, en países diferentes. En principio, no hay motivo para considerar que estas no deberían poder coexistir. Sin embargo, pueden introducirse condiciones en dicha coexistencia para impedir que se induzca a error a los consumidores.

Estas excepciones se reflejan en los Reglamentos de la UE sobre IG de los productos agrícolas⁴³. Los Reglamentos añaden otras exenciones de la obligación de registrar las denominaciones, cuando estas entran en conflicto con el nombre de una variedad vegetal o de una raza animal⁴⁴ y se puede inducir a error al consumidor en cuanto al verdadero origen del producto. Aunque es probable que estos casos concretos no sean importantes en el contexto de los productos no agrícolas, habría que determinar si las especificidades de los productos no

⁴⁰ Artículo 24 del ADPIC: «Nada de lo previsto en esta Sección obligará a un Miembro a aplicar sus disposiciones en el caso de una indicación geográfica de cualquier otro Miembro utilizada con respecto a bienes o servicios para los cuales la indicación pertinente es idéntica al término habitual en lenguaje corriente que es el nombre común de tales bienes o servicios en el territorio de ese Miembro. (...)».

⁴¹ El artículo 24, apartado 5, del Acuerdo ADPIC establece que «cuando una marca de fábrica o de comercio haya sido solicitada o registrada de buena fe, o cuando los derechos a una marca de fábrica o de comercio se hayan adquirido mediante su uso de buena fe, antes de que la indicación geográfica estuviera protegida en su país de origen, las medidas adoptadas para aplicar las disposiciones de la sección 1 del Acuerdo ADPIC –en la que figura el artículo 24– no prejuzgarán la posibilidad de registro ni la validez del registro de una marca de fábrica o de comercio, ni el derecho a hacer uso de dicha marca, por el motivo de que ésta es idéntica o similar a una indicación geográfica.».

⁴² El artículo 23, apartado 3, del Acuerdo ADPIC establece «En el caso de indicaciones geográficas homónimas para los vinos, la protección se concederá a cada indicación con sujeción a lo dispuesto en el párrafo 4 del artículo 22. Cada Miembro establecerá las condiciones prácticas en que se diferenciarán entre sí las indicaciones homónimas de que se trate, teniendo en cuenta la necesidad de asegurarse de que los productores interesados reciban un trato equitativo y que los consumidores no sean inducidos a error.».

El artículo 22, apartado 4, del Acuerdo ADPIC establece que «La protección prevista en los párrafos 1, 2 y 3 será aplicable contra toda indicación geográfica que, aunque literalmente verdadera en cuanto al territorio, región o localidad de origen de los productos, dé al público una idea falsa de que éstos se originan en otro territorio.».

⁴³ Por ejemplo, el artículo 6, apartados 1, 4 y 3, del Reglamento (UE) n° 1151/2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.

⁴⁴ Artículo 6, apartado 2, del Reglamento (UE) n° 1151/2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.

agrícolas justificarían la inclusión de otras excepciones a las establecidas en el Acuerdo ADPIC.

Pregunta:

15. ¿Considera usted necesario añadir otras excepciones a la protección IG a las ya previstas en el Acuerdo ADPIC? Explique su respuesta.

2. ¿A qué debería aplicarse la protección IG? ¿Debería adoptarse un enfoque transversal o sectorial?

Un enfoque sectorial establecería normas específicas para distintas categorías de productos como, por ejemplo, aquellos para los que la presencia de materias primas es especialmente importante (p. ej., la piedra). Esta es la estructura actual a nivel europeo en el ámbito de la agricultura (donde existen distintas normas de indicaciones geográficas para el vino, las bebidas espirituosas, los vinos aromatizados y los productos agrícolas y alimenticios), pero la división parece obedecer principalmente a razones históricas. De forma alternativa, un enfoque transversal establecería los elementos básicos del sistema en general, aplicables a cualquier categoría de producto.

Preguntas:

16. ¿Ve usted la necesidad de diferenciar entre distintos regímenes de protección según las categorías de productos no agrícolas (enfoque sectorial)? De ser así, explique por qué.
17. ¿Cree usted que determinados productos deberían quedar excluidos de la protección IG a nivel de la UE? En caso afirmativo, indique cuáles.

3. Vínculo entre producto y territorio

3.1 ¿Cuál debe ser la intensidad del vínculo con el territorio?

Una IG debe identificar un producto como originario de un territorio, una región o una localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación u otra característica de los productos es el resultado de su origen geográfico. Las IG se utilizan en el comercio para establecer una conexión entre la calidad, la reputación u otras características de los productos y el lugar de origen. Se requiere una «relación de causalidad» entre la calidad, la reputación u otra característica del producto y su origen geográfico, dado que esas cualidades dependen de las condiciones naturales (características específicas geológicas, hidrológicas, edafológicas y climáticas) del lugar de producción o la forma en que las sociedades humanas trabajan con ellas (es decir, las técnicas desarrolladas por la población de esa región y las capacidades particulares acumuladas por los expertos locales a lo largo de los años).

El vínculo natural puede adoptar diversas formas. El Reglamento (UE) n° 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios⁴⁵, por ejemplo, contempla dos tipos de

⁴⁵ DO L 343 de 14.12.2012, p. 1.

marcado IG para los productos agrícolas y alimenticios: las «indicaciones geográficas protegidas» (IGP) y las «denominaciones de origen protegidas» (DOP). La diferencia se basa en la solidez de la conexión con la zona geográfica. En el caso de las IGP, parte de las fases de producción, transformación o producción ha de tener lugar en dicha zona, mientras que la materia prima puede proceder de otra zona. En el caso de una DOP, la totalidad del proceso de producción debe realizarse en la zona geográfica definida, y las materias primas también deben proceder de la misma zona. Los vínculos naturales basados en el concepto estrictamente definido de «terroir» o «terruño»⁴⁶ es aún más fuerte en el sector vitivinícola, donde, en el caso de ambos tipos de IG, todas las fases de la producción deben realizarse en la zona geográfica en cuestión. En el caso de las DOP, el 100 % de la uva debe proceder exclusivamente de esa zona; y esta cifra se fija en el 85 % o más en el caso de las IGP.

Este vínculo con una zona geográfica también puede aplicarse a los productos no agrícolas. En algunos casos, como el mármol o la piedra, la intensidad del vínculo es comparable a la de los productos agrícolas y se aplicarían las mismas variables antes indicadas. En principio, cuanto más fuerte sea el vínculo, más creíble y auténtico será un producto a los ojos de los consumidores. Sin embargo, ciertas IG pueden basarse íntegramente en aportaciones humanas más que naturales, o en la reputación. El Estudio sugiere que algunos productos no agrícolas citados como candidatos para la protección IG cumplirían los estrictos requisitos de las DOP⁴⁷.

Preguntas:

18. ¿Cuán fuerte debe ser el vínculo entre los productos no agrícolas y su lugar de origen, para poder beneficiarse de la protección IG en un nuevo sistema?
19. ¿Debería un nuevo sistema permitir dos tipos de vínculo (uno más fuerte que el otro) entre los productos no agrícolas y su zona de origen?
20. ¿Deberían existir diferencias en función de los diferentes tipos de productos? Por favor, explique su respuesta.

3.2 Calidad y especificación del producto

Una GI es fundamentalmente un compromiso de calidad para los consumidores y la garantía de unas condiciones de competencia equitativas para los productores. Por tanto, un sistema de concesión de protección IG exige que se establezcan las principales características específicas del producto y su proceso de producción. En la legislación de la UE en materia de IG agrícolas se exige que los productores presenten en su solicitud de registro toda la información técnica necesaria para describir el producto, el método de producción y la zona geográfica relacionada con el producto. Las especificaciones del producto son un factor determinante en el registro de la protección IG.

La descripción de las características del producto garantiza la calidad estable del producto, pero no exige un determinado nivel de calidad. Esto solo puede conseguirse mediante la exigencia de un nivel mínimo de calidad. No obstante, podría no ser posible fijar un patrón de

⁴⁶ «Terroir» o «terruño» es un concepto del ámbito de la viticultura que relaciona las características de un vino con las condiciones ambientales en que se cultiva la uva.

⁴⁷ Estudio, p.133.

calidad significativo en el caso de todos los productos, y establecer un determinado nivel de calidad requiere un elemento de apreciación.

El valor añadido de las IG se basa en la confianza del consumidor. Un sistema de IG debe garantizar a los consumidores que las características específicas y determinada calidad o reputación de las IG se mantengan durante todo el período de protección. Para alcanzar este objetivo, el sistema de IG de la UE de los productos agrícolas estableció numerosos requisitos en materia de controles con posterioridad al registro a fin de garantizar que los productos cumplen las especificaciones del producto y que la denominación se utiliza correctamente en el mercado. Estos controles son efectuados normalmente por una autoridad pública designada o un organismo privado seleccionado y certificado. Sin embargo, las características y la calidad específicas no deben fijarse de una forma excesivamente restrictiva. Una descripción demasiado detallada podría ralentizar la innovación de los productos y, aunque los productos tradicionales no cambian con frecuencia, evolucionan para reflejar la evolución de los procesos y la tecnología. El hincapié debe hacerse en la calidad, permitiendo a la creatividad interactuar con las técnicas tradicionales. A modo de ejemplo, el diseñador Carlo Scarpa colaboró estrechamente en la década de 1940 con sopladores de vidrio en técnicas pioneras que hoy día son un componente más de la tradición del cristal de Murano.

Preguntas:

21. ¿Sería conveniente fijar un patrón de calidad para los productos no agrícolas?
22. ¿Cómo podría definirse ese patrón?
23. ¿Está usted de acuerdo con la necesidad de comprobar si las características, la calidad y el origen específicos de una IG se mantienen durante todo el período de protección? Por favor, explique su respuesta.
24. ¿Cree usted que deben definirse las características específicas del producto para garantizar que la calidad y el origen geográfico cumplen las normas necesarias, sin limitar la innovación?

3.3 Reputación asociada al producto

La reputación atribuible al origen geográfico podría utilizarse como criterio añadido (o alternativo) a una determinada calidad o característica intrínseca del producto. Esto permitiría ampliar la protección IG únicamente a los productos que ya han desarrollado una reputación entre los consumidores. Sin embargo, este tipo de solución iría en desventaja de productos nuevos o en fase de desarrollo que, por definición, carecen de reputación.

Preguntas:

25. ¿Deben la calidad, la reputación y otras características requerirse para dar protección IG a los productos no agrícolas? Si no todos ellos, ¿cuáles de estos elementos deben requerirse? ¿Qué elementos de estos cree que deberían ser necesarios? Por favor, explique su elección.
26. ¿Qué debería incluir la especificación del producto? ¿Deben establecerse unos requisitos mínimos? (p. ej., relativos a la frecuencia, el método de selección de los productos y las partes que intervienen en las distintas fases de producción y distribución.)

4. Cómo mejorar la protección

4.1 Armonización de las legislaciones nacionales

La armonización de las legislaciones nacionales en materia de IG implicaría la creación de un sistema de protección IG en algunos Estados miembros que en la actualidad no disponen de un sistema de este tipo. Para proteger las IG de manera efectiva, cada indicación tendría que estar protegida en todo el mercado interior, ya que, de lo contrario, los consumidores corren el riesgo de ser confundidos por IG idénticas para productos diferentes de distintos Estados miembros.

Sobre esta base, la armonización exigiría el reconocimiento mutuo y la protección de las IG para excluir las duplicaciones. Para evitar las duplicaciones, los Estados miembros tendrían que poder detectar IG potencialmente conflictivas incluso en lenguas extranjeras, lo cual resultaría difícil, especialmente si no existe un proceso de oposición supranacional. Asimismo, debería establecerse un mecanismo de solución de conflictos entre indicaciones similares de distintos Estados miembros.

La garantía de un enfoque uniforme de la ejecución y el cumplimiento de la protección IG exige un grado relativamente elevado de armonización procedimental, incluyendo las disposiciones en materia de ejecución. Esta opción se ha considerado, pero fue descartada, en el ámbito de la política agrícola, en el que la protección de las IG exclusivamente a nivel de la UE se estableció mediante reglamentos.

4.2 Creación de un único sistema a escala de la UE

En lugar de armonizar las legislaciones nacionales de los Estados miembros de la UE, podría crearse un único sistema a escala de la UE. Esto ofrecería un sistema coherente en todo el mercado interior y podría aportar mayor eficiencia en la prestación del servicio a través de ventanillas únicas, lo que crearía una protección aplicable en toda la UE.

Si se introduce este sistema, se plantea la cuestión de si los actuales sistemas nacionales de protección de las IG deben coexistir con él. Ya existen sistemas paralelos como estos, por ejemplo, en materia de marcas y, en el futuro, en el caso de las patentes. Los distintos sistemas adoptan un enfoque de «caja de herramientas» que permite a los usuarios elegir el nivel y el ámbito de protección pertinente en función de sus necesidades.

Un sistema exclusivo de la UE sería más sencillo, pero también entrañaría que la protección de las denominaciones pertinentes desde el punto de vista comercial únicamente en un Estado miembro o una región de un Estado miembro tendrían que ampliarse a todos los demás Estados miembros.

Si se utilizaran sistemas paralelos, serían necesarias diversas salvaguardias para garantizar un funcionamiento sin problemas, incluido un nivel mínimo de armonización de las legislaciones nacionales en su interacción con la legislación de la UE.

Las posibles fricciones podrían evitarse si se introdujera un sistema a escala de la UE exhaustivo y exclusivo, similar al sistema actualmente en vigor en el sector agrícola. Dado

que no se concedería a escala nacional protección a escala paneuropea, habría que establecer disposiciones transitorias para las IG nacionales preexistentes.

Preguntas:

27. ¿Bastaría la armonización de las legislaciones nacionales para proteger de manera eficaz las IG de los productos no agrícolas en el conjunto del mercado interior o considera usted necesario un único sistema de protección a nivel de la UE?
28. Si está usted a favor de un sistema único de la UE, ¿debería coexistir con los sistemas nacionales de protección (como, p. ej., las actuales legislaciones nacionales *sui generis*)? Por favor, explique su respuesta.

5. Registro

En principio, las IG podrían protegerse sin necesidad de registro. Sin registro, no es necesario organizar los procedimientos administrativos de concesión de protección. Los sistemas de protección de IG sin registro existen en un Estado miembro (Letonia) y también en Suiza, donde la ley prevé medidas y sanciones específicas para proteger a los consumidores contra la utilización engañosa de IG no registradas.

La ausencia de un sistema de registro significa que no existiría en un registro público que pudiera consultarse para identificar las denominaciones de IG preexistentes e identificar a los propietarios pertinentes. Esto podría crear incertidumbres sobre la existencia o el alcance de la protección y haría más difícil hacer respetar la protección concedida. Un proceso de registro a escala de la UE podría seguir el ejemplo de los sistemas de IG agrícolas (para el que ya existe un sistema de registro a nivel de la UE). De este modo se ofrecería mayor seguridad jurídica, sobre todo en cuanto al ejercicio de los derechos, en caso de litigio. Es evidente que un sistema con un proceso de registro requeriría que las empresas realicen tareas administrativas (tramitación de una solicitud, objeciones, posibles cánones, etc.) asociadas a este proceso, lo que generaría unos costes administrativos. También resultarían costes adicionales de la gestión subsiguiente (como aplicación, litigios, etc.) de la IG concedida.

5.1 Papel de las Administraciones nacionales en un sistema de registro de la UE

Si se acuerda un sistema de registro, ello plantearía la cuestión de la creación de un proceso de registro. Las solicitudes de registro de IG deberán analizarse con respecto al contexto local pertinente (incluido el conocimiento de las características de las materias primas locales, las tradiciones locales, etc.). Puede resultar complejo dejar esas tareas exclusivamente a un único organismo central de la UE. Pero si se dejara a expertos locales la decisión de cómo examinar las condiciones de concesión de la protección, existe el riesgo de que se produzcan divergencias en las prácticas locales, lo cual podría ir en detrimento de la cohesión y la credibilidad generales del sistema.

En el caso de los productos agrícolas, esta dificultad se resolvió mediante un sistema en dos fases en el que la autoridad central confía el aspecto del análisis a las autoridades nacionales más próximas al medio geográfico y a los factores humanos concretos. Según este modelo, se haría una distinción clara entre criterios comunes a escala de la UE, que deberían ser objeto de

control por parte de la autoridad central, y las especificidades locales, que comprobarían los organismos locales.

5.2 Administración del registro de la UE

En el caso de los productos agrícolas, actualmente la Comisión Europea gestiona un registro de IG a escala de la UE. Este tipo de registro para las IG no agrícolas puede gestionarse de forma similar o ser delegado en una agencia de la UE nueva o ya existente.

Preguntas:

29. Si se instaura un nuevo sistema, ¿cree usted que debería haber un proceso de registro para proteger las IG no agrícolas?
30. ¿Piensa usted que los costes potenciales de un sistema de registro de IG son superiores a los costes de un sistema sin registro?
31. ¿Cree usted que el proceso de registro debe incluir un componente nacional como, p. ej., el control del cumplimiento de las especificaciones del producto, la zona geográfica indicada, la calidad, la reputación, etc.?

5.3 Contenido del procedimiento

5.3.1 Solicitantes

De instaurarse un procedimiento de registro de las IG a escala de la UE, la primera cuestión sería determinar quién tendría derecho a solicitar protección.

En el actual sistema de la UE para las IG agrícolas, lo normal es que un grupo de productores (o, excepcionalmente, un solo productor) presente una solicitud de registro de una denominación de IG relativa a una zona situada dentro o fuera de la UE. No hay ninguna razón que justifique la adopción de un enfoque diferente para los productos no agrícolas.

No obstante, los resultados del Estudio ponen de relieve que, en algunos Estados miembros, las comunidades locales, las cámaras de comercio, organismos estatales o asociaciones de consumidores pueden solicitar la protección de IG⁴⁸. Permitir a las asociaciones de consumidores y los organismos estatales solicitar protección de IG puede reforzar el aspecto cualitativo de las especificaciones del producto, pero los productores deben seguir directamente implicados en el establecimiento de las normas que vayan a aplicarse en su proceso de producción⁴⁹.

⁴⁸ Estudio, p. 302.

⁴⁹ Ibidem, p. 303.

Preguntas:

32. En caso de que se instaure un nuevo sistema, ¿deben los productores y sus asociaciones ser los únicos autorizados a solicitar el registro de las IG no agrícolas o debe permitirse que lo hagan otros organismos? En caso afirmativo, ¿cuáles?
33. ¿Debe permitirse a los productores individuales presentar solicitudes?

5.3.2 Oposición al registro de una IG

En aras de la credibilidad y la seguridad jurídica del sistema, parecería importante permitir a las partes interesadas oponerse al registro de un marcado como IG. El procedimiento de oposición podría centrarse, en primer lugar, en que el marcado de IG se ajuste a las condiciones exigidas (p. ej., que no se trata de una denominación genérica) y en que la protección a conceder no comprometa derechos preexistentes (como, p. ej., IG homónimas, marcas, etc.). La actual legislación agrícola de la UE permite oponerse a las autoridades de Estados miembros o terceros países, y a cualquier persona física o jurídica con intereses legítimos que esté establecida en un país tercero o que esté establecida o resida en un Estado miembro distinto de aquél en que se haya presentado la solicitud de IG⁵⁰.

Pregunta:

34. Si se creara un nuevo sistema, ¿estaría usted de acuerdo en que debe incluir un proceso de oposición que debe estar abierto al mismo tipo de partes interesadas contemplado en la normativa sobre IG agrícolas?

5.3.3 Tasas

En todo el mundo, normalmente existe una tasa del registro de las marcas y patentes y, como señala el Estudio, hay nueve autoridades nacionales (que han pasado a diez tras la adhesión de Croacia) que perciben tasas por registrar las IG⁵¹. Las tasas pueden contribuir a sufragar los costes de la gestión del registro de las IG y ayudan a limitar las solicitudes de registro a proyectos empresariales serios y sólidos. Por otro lado, las tasas pueden disuadir a las pequeñas agrupaciones de productores de utilizar el sistema. El registro de las IG a escala de la UE en el sector agrícola es actualmente gratuito⁵².

Preguntas:

35. ¿Debería requerir la protección de las IG no agrícolas a nivel de la UE el pago de una tasa de registro?
36. ¿Qué nivel de tasa de registro consideraría usted justo?

6. Ámbito de protección

6.1 Nivel de protección concedido

⁵⁰ Artículo 51, apartado 1, del Reglamento (UE) nº 1151/2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.

⁵¹ Véase el anexo I al estudio.

⁵² En el caso de los productos agrícolas y alimenticios, se ofrece a los Estados miembros la posibilidad de cobrar una tasa que cubra sus costes de gestión del sistema (artículo 47 del Reglamento (UE) nº 1151/2012).

Para lograr los resultados previstos, la protección jurídica concedida debe ser adecuada contra toda una serie de comportamientos y prácticas que pueden perjudicar a los titulares y los consumidores. Sin embargo, tal protección no debe constituir un obstáculo injustificado a la competencia en el mercado interior.

El Acuerdo ADPIC establece dos tipos de protección: un régimen general que fija niveles mínimos de protección para todos los tipos de productos (artículo 22) y otro específico que fija un nivel de protección superior solo para los vinos y bebidas espirituosas (artículo 23).

El artículo 22 del Acuerdo ADPIC contiene la obligación general de que los miembros de la OMC faciliten protección frente a la utilización engañosa de las IG y contra todo uso que constituya un acto de competencia desleal. La UE ha concedido ya un nivel de protección mucho más elevado a las IG agrícolas. Así pues, si se crea un nuevo sistema, sería difícil de justificar una diferencia de trato para los productos no agrícolas. Ello podría tener un impacto negativo también en la estrategia de la UE para garantizar niveles más elevados de protección de las IG de la UE en terceros países.

No obstante, el artículo 23 establece un nivel de protección mucho más elevado, que exige a los miembros de la OMC impedir el uso de IG para identificar vinos y bebidas espirituosas que no sean originarios del lugar designado por la ID, 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» o «imitación». Las IG de vinos y bebidas espirituosas deben ser protegidas incluso si el mal uso no induce al público a error.

Esta mayor protección entrañaría considerables ventajas para los productores que emplean IG no agrícolas. También se beneficiaría de la protección que se dé a la denominación utilizada en la traducción a todas las lenguas oficiales de la Unión Europea o acompañada de expresiones como «tipo» o «clase». Sin embargo, aumentaría el riesgo de conflictos entre los productores, ya que podría haber conflictos no solo por la utilización de la denominación de una IG sino también por su uso en traducciones y en determinadas expresiones.

Preguntas:

37. ¿Qué ámbito de protección debe concederse a las IG no agrícolas en la UE?
38. ¿Debe la protección concedida a las IG no agrícolas igualar las garantías ya previstas para las IG agrícolas en la UE? En caso afirmativo, ¿en qué medida?

6.2 Supervisión y aplicación de los derechos de las IG

Las IG son derechos especiales de propiedad intelectual por su naturaleza jurídica, es decir, no son principalmente una propiedad privada individual sino que pertenecen a un conjunto de productores comunitarios que cumplen una serie preestablecida de especificaciones del producto y que tienen un vínculo con una zona geográfica. También pueden representar determinados valores que resultan vitales para el conjunto de la comunidad como, por ejemplo, tradiciones locales o patrimonio cultural. Por esta razón, las autoridades públicas suelen apoyar a los productores que emplean IG locales al supervisar y aplicar sus derechos. La UE, por ejemplo, ha establecido de oficio una protección de las IG agrícolas, en la que las autoridades públicas son responsables de instaurar un sistema para comprobar el cumplimiento de los requisitos legales y asegurar el buen funcionamiento del sistema. No

obstante, la introducción de un sistema de este tipo para las IG no agrícolas supondría más obligaciones y generaría costes para las autoridades públicas.

Pregunta:

39. ¿Preferiría usted un sistema de supervisión y aplicación de los derechos de las IG no agrícolas que sea exclusivamente de carácter privado, público o una combinación de ambos? Explíquelo, por favor, teniendo en cuenta, en la medida de lo posible, la eficacia y los costes de las medidas para hacer valer los derechos.

6.3 Duración de la protección de las IG no agrícolas

En el caso de determinados derechos de propiedad intelectual como las patentes y los diseños, el mantenimiento de un monopolio durante un período largo no sería beneficioso para la sociedad. Es por ello que su protección jurídica tiene una duración limitada. Este no parece ser el caso de las marcas y las IG que protegen determinadas denominaciones. Una marca comunitaria registrada, por ejemplo, tiene una validez de diez años a partir de la fecha en que se presenta la solicitud y puede renovarse indefinidamente por períodos de diez años. Las IG unitarias de productos agrícolas —destinadas a preservar el patrimonio, las tradiciones y las técnicas regionales y locales— están protegidas indefinidamente, sin necesidad de renovación. La mayoría de los Estados miembros que han establecido un sistema *sui generis* para proteger las IG de productos no agrícolas también contemplan la protección indefinida, sin necesidad de renovación.

Pregunta:

40. En su opinión, ¿la protección IG de los productos no agrícolas debe tener una duración ilimitada con posibilidad de renovación limitada? Si sugiere usted una duración limitada, ¿de cuánto tiempo debería tratarse?

7. Posibilidades que se ofrecen tras el registro

7.1 Cancelación de la protección

Pueden darse circunstancias en las que la protección concedida deba finalizar, incluso si la protección de las IG se concede por una duración indeterminada o cuando el plazo prescrito aún no haya transcurrido. Este podría ser el caso, como en el ámbito de las IG agrícolas, cuando los productos no cumplen las condiciones establecidas en la especificación correspondiente o cuando no se comercializan productos al amparo de IG durante un período de tiempo significativo⁵³. Para ello podría crearse un proceso de anulación gestionado por el organismo encargado del registro o bien por un órgano jurisdiccional. Este proceso tendría que proporcionar un nivel adicional de control y contribuir a la credibilidad del posible

⁵³ Artículo 54 del Reglamento (UE) n° 1151/2012.

sistema. En todo caso, un tal proceso podría crear incertidumbre para los titulares de los derechos y un aumento de los costes para el organismo responsable del proceso.

Preguntas:

41. ¿Está usted de acuerdo en que debe existir la posibilidad de cancelar una IG tras su registro?
42. ¿Quién debe poder solicitar la cancelación de las IG?
43. Si se estableciera un nuevo sistema, ¿estaría usted de acuerdo en que debe introducirse un proceso de cancelación con las mismas modalidades y condiciones que para las IG agrícolas?

7.2 Posibles conflictos entre IG y marcas

Convendría definir una clara relación entre un posible sistema de IG de productos no agrícolas y el Derecho de marcas, a fin de evitar la inseguridad jurídica y la confusión respecto a los conflictos entre denominaciones.

El principio general del derecho de propiedad intelectual, aplicable a las marcas, los diseños, las patentes, etc., es que prevalecen los derechos preexistentes (es decir, el principio «primero en el tiempo, primero en cuanto al derecho»). La aplicación de este principio a la relación entre marcas y las IG no agrícolas puede contribuir a simplificar el sistema en su conjunto.

El sistema de IG unitarias de los productos agrícolas contiene disposiciones específicas sobre la relación entre las IG y las marcas. Esta flexibilidad viene dada por los elementos siguientes:

- a) la reputación de una marca preexistente puede impedir el registro de una IG si ello puede inducir a error a los consumidores en cuanto a la verdadera identidad del producto;
- b) toda marca que no esté en ese caso y para la que se ha presentado una solicitud, que haya sido registrada o establecida mediante un uso de buena fe con anterioridad a la fecha de solicitud de registro de una IG a escala de la UE debe coexistir con la IG registrada;
- c) el registro de una IG debe evitar el registro de una marca por la que se ha presentado una solicitud con posterioridad a la IG si permitirlo supusiera un conflicto con la protección concedida a la IG. En este caso, las oficinas de marcas nacionales o europeas deben rechazar de oficio el registro de la marca.

A fin de garantizar la claridad y la coherencia a nivel de la UE, podría argumentarse que deberían aplicarse las mismas normas a la protección de las IG de los productos no agrícolas.

Preguntas:

44. ¿Piensa usted que las IG y las marcas deben estar sujetas al principio puro y simple «primero en el tiempo, primero en cuanto al derecho» (es decir, el derecho anterior prevalece)?
45. ¿Deben las IG prevalecer, en determinadas circunstancias, sobre las marcas? Por favor, explique su respuesta.

Conclusión

Se invita a todas las partes interesadas a comentar las cuestiones planteadas en el presente Libro Verde, respondiendo a las cuestiones concretas que figuran en el mismo. Las respuestas deben enviarse por correo electrónico a la siguiente dirección y llegar a la Comisión, a más tardar, el 28 de octubre de 2014: MARKT-CONSULTATION-GIs@ec.europa.eu.

Las respuestas recibidas se publicarán en el sitio Internet de la Dirección General de Mercado Interior y Servicios, a menos que se solicite lo contrario. Se ruega leer la declaración específica de privacidad que acompaña al presente documento de consulta, donde se indica el tratamiento que se dará a las contribuciones y los datos personales.