



La designación del origen geográfico en la comercialización de los aceites de oliva. Especial referencia a la viabilidad jurídica de las marcas oleícolas de carácter geográfico (Mención de honor)

Ángel Martínez Gutiérrez

XIII Premio Unicaja de Investigación Agraria

Reunidos en la Ciudad de Málaga el día 30 de Mayo de 2011 un jurado presidido por Braulio Medel Cámara y compuesto por Clara E. Aguilera García, José Javier Rodríguez Alcaide, José Emilio Guerrero Ginel, José Manuel Domínguez Martínez y Francisco Villalba Cabello, decidió por unanimidad conceder a esta investigación una mención de honor en el XIII PREMIO UNICAJA DE INVESTIGACIÓN AGRARIA. El premio fue convocado por Analistas Económicos de Andalucía en el otoño de 2010 y cuenta con el patrocinio de la Fundación UNICAJA.

La designación del origen geográfico en la comercialización de los aceites de oliva. Especial referencia a la viabilidad jurídica de las marcas oleícolas de carácter geográfico

Equipo de Investigación

Ángel Martínez Gutiérrez

Proyecto, Elaboración y Edición:

Analistas Económicos de Andalucía

C/ Molina Lario, 13, 5ª planta. 29015 MÁLAGA
Tel.: 952 22 53 05
Fax: 952 21 20 73
e-mail: aea@unicaja.es
www.analistaseconomicos.com
www.economiaandaluza.es



D.L.: MA-1.091-2011
I.S.B.N.: 978-84-92443-17-8

La responsabilidad de las opiniones emitidas en este documento corresponde exclusivamente a los autores que no son, necesariamente, las de UNICAJA o Analistas Económicos de Andalucía.

Reservados todos los derechos. Queda prohibido reproducir parte alguna de esta publicación, su tratamiento informático o la transcripción por cualquier medio, electrónico, mecánico, reprografía u otro sin el permiso previo y por escrito del editor.



El papel de este libro es totalmente libre de cloro y con certificado ecológico

La designación del origen geográfico en la comercialización de los aceites de oliva.

Especial referencia a la viabilidad jurídica de las marcas oleícolas de carácter geográfico

Índice

	PRESENTACIÓN	13
	PRÓLOGO	15
	NOTA DEL AUTOR	17
	ABREVIATURAS	19
CAPÍTULO I.	PRELIMINAR.....	21
CAPÍTULO II.	SOBRE LA RELEVANCIA COMERCIAL DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS EN LOS MERCADOS AGROALIMENTARIOS.....	27
II.1.	Consideraciones introductorias.....	29
II.2.	Información suministrada por las indicaciones geográficas	30
CAPÍTULO III.	LA DESIGNACIÓN DEL ORIGEN EN LA NORMATIVA GENERAL DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.....	33
III.1.	Aproximación al etiquetado de los productos.....	35
III.2.	El lugar de origen o procedencia geográfica de los productos	39
III.3.	Aproximación al futuro Reglamento Comunitario sobre información alimentaria facilitada al consumidor	41
CAPÍTULO IV.	EL RECURSO A LAS DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS EN EL COMERCIO DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS.....	45
IV.1.	Introducción.....	47
IV.2.	Génesis de la normativa comunitaria dictada en la materia	48
IV.3.	Objetivos e intereses protegidos	51
IV.4.	Títulos de calidad protegidos.....	52
IV.5.	Aproximación al procedimiento de acceso al Registro comunitario.....	55
IV.6.	Efectos jurídicos de la inscripción registral	58
IV.7.	Sobre la tutela comunitaria reconocida	60

CAPÍTULO V.	LA APROPIACIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS MEDIANTE MARCAS. VIABILIDAD JURÍDICA Y SUPUESTOS.....	71
V.1.	Introducción.....	73
V.2.	Constitución de exclusivas marcarias sobre indicaciones geográficas.....	73
V.3.	Supuestos de marca geográfica válida	83
CAPÍTULO VI.	ESPECIAL CONSIDERACIÓN A LA DESIGNACIÓN DEL ORIGEN EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS ACEITES DE OLIVA	87
VI.1.	Aproximación a la normativa específica en materia de comercialización de los aceites de oliva.....	89
VI.2.	Designación del origen en el comercio de los aceites de oliva. Régimen jurídico.....	95
VI.3.	Alcance de la norma transcrita	96
VI.4.	Restricciones a la marca geográfica impuestas por el Reglamento (CE) núm. 1019/2002. Viabilidad del signo marcario de carácter geográfico en el ámbito oleícola ..	102
CAPÍTULO VII.	CONCLUSIONES.....	107
CAPÍTULO VIII.	ANEXOS.....	119
Anexo I.	Reglamento (CE) núm. 1234/2007 del Consejo, de 22 de octubre, por el que se crea una organización común de mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas (Reglamento único para las OCM).....	121
Anexo II.	Reglamento (CE) núm. 1019/2002 de la Comisión, de 13 de junio, sobre las normas de comercialización del aceite de oliva.	127

Anexo III.	Real Decreto 1431/2003, de 21 de noviembre, por el que se establecen determinadas medidas de comercialización en el sector de los aceites de oliva y del aceite de orujo de oliva.....	139
Anexo IV.	Directiva 2000/13/CE, de 20 de marzo, sobre aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.....	143
Anexo V.	Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.....	147
Anexo VI.	Propuesta de Reglamento sobre información alimentaria facilitada al consumidor	149
CAPÍTULO IX.	BIBLIOGRAFÍA	165

*A mi mujer Encarni
y a mis hijas, Ángela y Alejandra*

Presentación

Braulio Medel Cámara. Presidente de Unicaja

U

NICAJA ha patrocinado la decimotercera convocatoria del **Premio UNICAJA de Investigación Agraria**, con el fin de promover, estimular y difundir el conocimiento científico en el campo de la investigación agraria y facilitar el intercambio de ideas y experiencias entre los distintos agentes del sector. La apuesta decidida por el sector agrario y la industria agroalimentaria, sectores indiscutiblemente esenciales para el crecimiento y desarrollo económico regional, se complementa a su vez con la elaboración del Informe Anual del Sector Agrario en Andalucía, que ha alcanzado su vigésimo primera edición.

En esta convocatoria, se ha otorgado una mención especial al trabajo “ENTORNO A LAS MARCAS OLEÍCOLAS DE CARÁCTER GEOGRÁFICO. UN APUNTE SOBRE SU VIABILIDAD JURÍDICA”, presentado bajo el seudónimo “BOLONIO”, que tiene como investigador a *D. Ángel Martínez Gutiérrez*, profesor titular del Departamento de Derecho Mercantil de la Universidad de Jaén.

El jurado ha considerado, a la vista del contenido, línea argumental y conclusiones de este trabajo, que su importancia para una parte muy importante de la industria agroalimentaria regional hacía merecedora a esta investigación a una mención de honor con derecho a su publicación. En este sentido, la investigación tiene como principal aportación la clarificación de los supuestos en los que la marca oleícola puede considerarse una auténtica designación del origen geográfico de los aceites de oliva y, por tanto, debe observar escrupulosamente los requisitos y condiciones previstos en la normativa comunitaria de carácter especial, lo que redundará no sólo en beneficio de los operadores económicos, sino también, y muy especialmente, en la protección de los consumidores. Precisamente, por ocuparse de una cuestión sumamente específica de la comercialización de los aceites de oliva, e interpretar una norma existente en nuestro ordenamiento jurídico desde hace tiempo que, sin embargo, ha pasado inadvertida para las instituciones públicas que han de aplicarla, el trabajo goza de una evidente originalidad y oportunidad.

La Fundación UNICAJA, a través de su Servicio de Publicaciones, edita la presente investigación, que se incorpora a la amplia lista de documentos ya publicados por nuestra entidad, y que tienen como finalidad estimular e impulsar la investigación, así como divulgar sus resultados para un mejor conocimiento general.

Nota del autor

E

El autor desea dejar testimonio de su agradecimiento a los miembros del Jurado que ha concedido una Mención Especial al presente trabajo de investigación dentro del XIII Premio UNICAJA de Investigación Agraria 2011. Supone, desde luego, un acicate para seguir trabajando en esta línea de investigación que viene cultivando desde el comienzo de su carrera universitaria.

Al mismo tiempo, y reconociendo el carácter colectivo del trabajo premiado, quiere dedicarle unas palabras de gratitud a su familia, a quien le ha dedicado la monografía resultante, por el tiempo “robado” y la atención no prestada durante la elaboración del trabajo presentado al Premio, primero, y la reelaboración del mismo para su publicación, después, esperando que la edición del mismo venga a compensarles por todas aquellas horas de soledad y espera.

ABREVIATURAS

- AA.VV.: Autores varios.
AC: Actualidad Civil.
ADI: Actas de Derecho Industrial.
ADPIC: Acuerdo sobre los Aspectos de los Derecho de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.
AP: Audiencia Provincial.
Art.: Artículo.
Arts.: Artículos.
BOE: Boletín Oficial del Estado.
cit.: citado.
coord.: coordinador.
coords.: coordinadores.
dir.: director.
dirs.: directores.
DM: Primera Directiva de Marcas.
edic.: edición.
EJB: Enciclopedia Jurídica Básica.
Giur. It.: Giurisprudenza Italiana.
LCD: Ley de Competencia Desleal.
LM: Ley de Marcas.
NotUE: Noticias de la Unión Europea.
Nuovo Dir. Agr.: Nuovo Diritto Agrario.
núm.: número.
núms.: números.
OAMI: Oficina de Armonización del Mercado Interior.
OCM: Organización Mundial del Comercio.
OEPM: Oficina Española de Patentes y Marcas.
pág.: página.
págs.: páginas.
p. ej.: por ejemplo.
RDM: Revista de Derecho Mercantil.
RMC: Reglamento de Marcas Comunitarias.
Riv. Dir. Agr.: Rivista di Diritto Agrario.
Riv. Dir. Comm.: Rivista di Diritto Commerciale.
Riv. Dir. Ind.: Rivista di Diritto Industriale.
t.: tomo.
Vol.: volumen.