Recopilación de la Jurisprudencia

CONCLUSIONES DEL ABOGADO GENERAL
M. CAMPOS SÁNCHEZ-BORDONA
presentadas el 20 de julio de 2017 [1]

**Asunto C-393/16**

**Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne**
contra
**Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co. OHG,** representado por **Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH,**
antiguo **Aldi Einkauf GmbH & Co. OHG Süd,**
con intervencíon de **Galana NV**

[Petición de decisión prejudicial planteada por el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo civil y penal, Alemania)]

«Cuestión prejudicial — Organización común de los mercados de productos agrícolas — Protección de las denominaciones de origen protegidas — Concepto de explotación de la reputación de una denominación de origen, de usurpación, imitación o evocación y de indicaciones falsas o engañosas — Alimento cuya denominación concuerda con la práctica del público pertinente — Posibilidad de inducir a error al público pertinente acerca del origen geográfico de un producto»

1. Una cadena de supermercados alemana vende un sorbete que contiene champagne, distribuido bajo el nombre «Champagner Sorbet». ¿Es lícito este modo de proceder o el fabricante y el distribuidor del sorbete están, en realidad, aprovechando la reputación del vino espumoso francés favorecido con una Denominación de Origen Protegida («DOP»)?

2. Esta es, en síntesis, la cuestión que el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo civil y penal, Alemania) suscita en su reenvío prejudicial, a raíz del que habrá de resolver si el Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne («CIVC»), que defiende los intereses de esa DOP, lleva razón al reclamar el cese de la venta del sorbete.

3. En unas recientes conclusiones [2] recordaba que el Tribunal de Justicia cuenta con una nutrida jurisprudencia sobre las DOP y las indicaciones geográficas protegidas (IGP). Este asunto le brinda la oportunidad de ampliarla a los supuestos en los que un vino espumoso (champagne) amparado por una DOP se incorpora —y se incluye en la presentación— como ingrediente de un producto alimenticio.

4. Para responder al órgano jurisdiccional *a quo*, el Tribunal de Justicia habrá de atender a que «Champagner Sorbet» es, según aquel, el nombre habitualmente empleado en Alemania para describir un tipo de postre helado que contiene champagne. Además, habrá de indagar en la interpretación de normas heterogéneas (las relativas a las DOP, por un lado, y al etiquetado de productos comestibles, por otro) para lograr el equilibrio entre los derechos de los titulares de las DOP y los de los fabricantes del alimento, que aspiran a reflejar su composición en el envase.

1 Lengua original: español.

2 Leídas el 18 de mayo de 2017 en el asunto EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

## I. Marco jurídico

5. El Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo civil y penal) se refiere tanto al Reglamento (CE) n.º 1234/2007 [3] como al Reglamento (UE) n.º 1308/2013, [4] que derogó al anterior, a pesar de que este último no resulta aplicable *ratione temporis* al litigio. La interpretación del Reglamento n.º 1308/2013 sería necesaria porque la acción de cesación promovida podría surtir efectos *pro futuro*, cuando la situación de hecho se haya de juzgar de acuerdo con él.

6. Aunque no discuto este punto de vista, únicamente mencionaré las disposiciones del Reglamento n.º 1234/2007, por ser el aplicable en el momento de los hechos controvertidos y porque los dos artículos pertinentes al caso (el 118 *quaterdecies* del Reglamento n.º 1234/2007 y el 103 del Reglamento n.º 1308/2013) son análogos. No encuentro ningún reparo en trasladar, *mutatis mutandis*, la interpretación que se realice del primero al segundo.

### *A. Reglamento n.º 1234/2007*

7. A tenor de su artículo 118 *quaterdecies* («Protección»):

«1. Las denominaciones de origen protegidas y las indicaciones geográficas protegidas podrán ser utilizadas por cualquier agente económico que comercialice vino elaborado de conformidad con el pliego de condiciones del producto correspondiente.

2. Las denominaciones de origen protegidas y las indicaciones geográficas protegidas, así como los vinos que utilicen esos nombres protegidos con arreglo al pliego de condiciones del producto, estarán protegidas de:

a) todo uso comercial directo o indirecto de un nombre protegido:

i) por parte de productos comparables que no se ajusten al pliego de condiciones del nombre protegido, o

ii) en la medida en que ese uso aproveche la reputación de una denominación de origen o una indicación geográfica;

b) toda usurpación, imitación o evocación, aunque se indique el origen verdadero del producto o el servicio o si el nombre protegido se traduce o va acompañado de los términos «estilo», «tipo», «método», «producido como», «imitación», «sabor», «parecido» u otros análogos;

c) cualquier otro tipo de indicación falsa o engañosa en cuanto a la procedencia, el origen, la naturaleza o las características esenciales del producto, en el envase o en el embalaje, en la publicidad o en los documentos relativos al producto vinícola de que se trate, así como la utilización de envases que por sus características puedan crear una impresión errónea acerca de su origen;

d) cualquier otra práctica que pueda inducir a error al consumidor acerca del verdadero origen del producto.

3 Reglamento del Consejo, de 22 de octubre de 2007, 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) (DO 2007, L 299, p. 1).

4 Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se crea la organización de los mercados de los productos agrarios y por el que se derogan los Reglamentos (CEE) n.º 922/72, (CEE) n.º 234/79, (CE) n.º 1037/2001 y (CE) n.º 1234/2007 (DO 2013, L 347, p. 671).

3. Las denominaciones de origen protegidas y las indicaciones geográficas protegidas no podrán pasar a ser genéricas en la Comunidad con arreglo al artículo 118 *duodecies*, apartado 1.

[...]»

8. El considerando nonagésimo séptimo del Reglamento n.° 1308/2013, que retoma el considerando trigésimo segundo del Reglamento n.° 479/2008,[5] en el que se adoptaron las disposiciones de protección de las denominaciones de origen introducidas en el Reglamento n.°1234/2007 por el Reglamento n.° 491/2009,[6] se lee así:

«Las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas registradas deben ser protegidas frente a usos que supongan un aprovechamiento desleal de la reputación de que gozan los productos conformes. Con el fin de fomentar la competencia leal y no inducir a error a los consumidores, es preciso que esta protección se extienda asimismo a productos y servicios que no se regulan mediante el presente Reglamento, ni se recogen en el anexo I de los Tratados.»

### *B. Directiva 2000/13/CE*[7]

9. En materia de etiquetado de productos alimentarios, la norma vigente cuando ocurrieron los hechos controvertidos era la Directiva que da título a este epígrafe.[8] Su artículo 3, apartado 1, señala, por lo que aquí interesa:

«1. El etiquetado de los productos alimenticios implicará solamente, en las condiciones, y salvo las excepciones previstas en los artículos 4 a 17, las indicaciones obligatorias siguientes:

1) la denominación de venta del producto,

2) la lista de ingredientes,

3) la cantidad de determinados ingredientes o categorías de ingredientes de conformidad con las disposiciones del artículo 7,

[...]»

10. El artículo 5, apartado 1, especifica:

«1. La denominación de venta de un producto alimenticio será la denominación prevista para este producto en las disposiciones comunitarias que le sean aplicables.

a) A falta de disposiciones comunitarias, la denominación de venta será la denominación prevista por las disposiciones legales, reglamentarias o administrativas que le sean aplicables en el Estado miembro en el que tenga lugar la venta al consumidor final o a las colectividades.

5 Reglamento del Consejo, de 29 de abril de 2008, por el que se establece la organización común del mercado vitivinícola, se modifican los Reglamentos (CE) n.° 1493/1999, (CE) n.° 1782/2003, (CE) n.° 1290/2005 y (CE) n.° 3/2008 y se derogan los Reglamentos (CEE) n° 2392/86 y (CE) 1493/1999 (DO 2008, L 148, p. 1).

6 Reglamento del Consejo, de 25 de mayo de 2009, por el que se modifica el Reglamento (CE) n.° 1234/2007 por el que se crea una organización común de mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas (DO 2009, L 154, p. 1).

7 Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de marzo de 2000, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios (DO 2000, L 109, p. 29).

8 En efecto, no fue derogada hasta el 13 de diciembre de 2014, es decir, más de dos años después de los hechos objeto del litigio principal, según la disposición derogatoria del Reglamento (UE) n.º 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y por el que se modifican los Reglamentos (CE) n.º 1924/2006 y (CE) n.º 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, y por el que se derogan la Directiva 87/250/CEE de la Comisión, la Directiva 90/496/CEE del Consejo, la Directiva 1999/10/CE de la Comisión, la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 2002/67/CE, y 2008/5/CE de la Comisión, y el Reglamento (CE) n.º 608/2004 de la Comisión (DO 2011, L 304, p. 18).

En defecto de lo anterior, estará constituida por el nombre consagrado por el uso en el Estado miembro en el que se efectúe la venta al consumidor final o a las colectividades, o por una descripción del producto alimenticio y de su utilización, si fuera necesario, lo suficientemente precisa para permitir al comprador conocer su naturaleza real y distinguirlo de los productos con los que pudiera confundirse.

[...]»

11. El artículo 6, apartado 5, reza:

«La lista de ingredientes estará constituida por la enumeración de todos los ingredientes del producto alimenticio en orden decreciente de peso en el momento de su preparación. Irá precedida de una mención apropiada que incluya la palabra "ingredientes".

[...]»

12. El artículo 7, apartados 1 y 5, prescribe:

«1. La cantidad de un ingrediente o de una categoría de ingredientes utilizada en la fabricación o preparación de un producto alimenticio se mencionará de conformidad con el presente artículo.

[...]

5. La mención contemplada en el apartado 1 figurará en la denominación de venta del producto alimenticio, o indicada junto a dicha denominación, o en la lista de ingredientes en relación con el ingrediente o la categoría de ingredientes en cuestión.»

### *C. Directrices sobre el etiquetado de los productos alimenticios que utilizan como ingredientes denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones geográficas protegidas (IGP)*[9]

13. El punto 2.1 («Recomendaciones relativas a la utilización de la denominación registrada») preceptúa:

«1. Según la Comisión, una denominación registrada como DOP o IGP puede indicarse legítimamente en la lista de los ingredientes de un producto alimenticio.

2. Además, la Comisión considera que una denominación registrada como DOP o IGP puede mencionarse dentro, o al lado, de la denominación de venta de un producto alimenticio que incorpora productos que se benefician de la denominación registrada, así como en el etiquetado, la presentación y la publicidad de dicho producto alimenticio, siempre que se reúnan las condiciones siguientes.

   — Por un lado, sería conveniente que dicho producto alimenticio no contuviera ningún otro "ingrediente comparable", es decir, ningún otro ingrediente que pueda sustituir total o parcialmente al ingrediente que se beneficia de una DOP o IGP. A título ilustrativo y no restrictivo del concepto de "ingrediente comparable", la Comisión considera que un queso de pasta azul (o comúnmente: "queso azul") sería comparable al "Roquefort".

   — Además, este ingrediente debería utilizarse en cantidad suficiente con el fin de conferir una característica esencial al producto alimenticio en cuestión. La Comisión no podría sin embargo, habida cuenta de la heterogeneidad de la casuística, sugerir un porcentaje mínimo

9 Comunicación de la Comisión (DO 2010, C 341, p. 3; en lo sucesivo, «Directrices»).

uniformemente aplicable. Por ejemplo, la incorporación de una cantidad mínima de una especia que se beneficia de una DOP o IGP a un producto alimenticio podría, en su caso, bastar para conferir una característica esencial a dicho producto alimenticio. En cambio, la incorporación de una cantidad mínima de carne que se beneficia de una DOP o IGP a un producto alimenticio no podría a priori conferir una característica esencial al producto alimenticio.

— Por último, el porcentaje de incorporación de un ingrediente que se beneficia de una DOP o una IGP debería, idealmente, indicarse dentro o justo al lado de la denominación de venta del producto alimenticio de que se trate, o en su defecto en la lista de ingredientes, en relación directa con el ingrediente en cuestión.»

## II. Hechos del litigio y cuestiones prejudiciales

14. A finales del año 2012, Aldi Süd, sociedad distribuidora de alimentos y otros bienes de consumo en supermercados, puso a la venta un producto fabricado por Galana NV[10] denominado «Champagner Sorbet» que incluye como ingrediente un 12 % de champagne. La imagen de su envase era la siguiente:




15. El CIVC presentó ante el Landgericht München (Tribunal Regional civil y penal de Múnich, Alemania) una demanda para que Aldi Süd cesara en el uso de la DOP Champagne en su producto congelado, por entenderlo una violación de esa DOP.

16. La pretensión de condena, que se apoyaba en el artículo 118 *quaterdecies* del Reglamento n.º 1234/2007, fue estimada en primera instancia, pero rechazada en apelación por el Oberlandesgericht München (Tribunal Superior regional civil y penal de Múnich, Alemania).

17. El CIVC recurrió la sentencia de apelación ante el tribunal remitente. Este se inclina por reconocer que el uso de la DOP Champagne en un producto congelado entra en el ámbito de aplicación del artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento n.º 1234/2007, pues el término champagne se utiliza, con fines comerciales, para designar un postre no ajustado al pliego de condiciones de los vinos amparados por la DOP Champagne.

18. Además, advierte que la reputación de la DOP Champagne puede repercutir favorablemente en la expresión «Champagner Sorbet». Sin embargo, se pregunta si hay un aprovechamiento de la DOP, en el sentido del artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento n.º 1234/2007, dado que aquella expresión concuerda con los hábitos del público para designar el postre, que contiene vino de Champagne en una cantidad suficiente para conferirle una característica esencial. Cabría excluir, pues, que haya aprovechamiento de la reputación de la DOP si, como dedujo el tribunal de apelación, un interés legítimo justificara su uso.

10 Galana NV interviene en apoyo de Aldi Süd en el procedimiento principal.

19. Teniendo en cuenta que la acción del CIVC podría fundarse en el artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra b), del Reglamento n.º 1234/2007, el órgano de reenvío duda también de si el empleo que se realiza de la DOP puede constituir una usurpación, una imitación o una evocación ilegal. Aduce que la utilización debe ser ilegal y, por tanto, en presencia de un interés legítimo que la respalde, se excluiría la violación de la DOP.

20. Por último, respecto del argumento del CICV de que Aldi Süd se servía de la indicación «Champagner Sorbet» de manera engañosa, en el sentido del artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra c), del Reglamento n.º 1234/2007, el tribunal remitente quiere saber si esa norma cubre únicamente los supuestos en los que la indicación engañosa crea en el público una impresión errónea sobre el origen geográfico del producto o si alcanza a las indicaciones engañosas sobre las cualidades sustanciales de este producto.

21. Con este trasfondo, el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo civil y penal) eleva al Tribunal de Justicia las siguientes preguntas :

«1) El artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento (CE) n.º 1234/2007 y el artículo 103, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento (UE) n.º 1308/2013 ¿deben interpretarse en el sentido de que se aplican también cuando se utiliza la denominación de origen protegida como parte de la denominación de un alimento que no se corresponde con el pliego de condiciones del producto y al que se ha añadido un ingrediente que sí se corresponde con dicho pliego de condiciones?

2) En caso de respuesta afirmativa a la primera cuestión:

El artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento (CE) n.º 1234/2007 y el artículo 103, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento (UE) n.º 1308/2013 ¿deben interpretarse en el sentido de que la utilización de una denominación de origen protegida como parte de la denominación de un alimento que no se corresponde con el pliego de condiciones del producto y al que se ha añadido un ingrediente que sí se corresponde con el pliego de condiciones del producto se aprovecha de la reputación de la denominación de origen cuando la denominación del alimento se corresponde con los hábitos de denominación del público destinatario y se ha añadido una cantidad suficiente del ingrediente para conferir al producto una característica esencial?

3) El artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra b), del Reglamento (CE) n.º 1234/2007 y el artículo 103, apartado 2, letra b), del Reglamento (UE) n.º 1308/2013 ¿deben interpretarse en el sentido de que la utilización de una denominación de origen protegida en las circunstancias descritas en la segunda cuestión prejudicial constituye una usurpación, una imitación o una evocación?

4) El artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra c), del Reglamento (CE) n.º 1234/2007 y el artículo 103, apartado 2, letra c), del Reglamento (UE) n.º 1308/2013 ¿deben interpretarse en el sentido de que son aplicables únicamente a las indicaciones falsas o engañosas que puedan generar en el público destinatario una impresión incorrecta sobre la procedencia geográfica de un producto?»

## III. Procedimiento ante el Tribunal de Justicia

22. El auto de remisión tuvo entrada en la Secretaría del Tribunal de Justicia el 14 de julio de 2016.

23. Han depositado observaciones escritas el CIVC, Galana NV, los Gobiernos de Francia y de Portugal, así como la Comisión Europea.

24. El 18 de mayo de 2017, se celebró una vista pública, a la que asistieron los representantes del CIVC, de Galana NV, del Gobierno francés y de la Comisión Europea.

## IV. Síntesis de las observaciones de las partes

### *A. Sobre la primera pregunta*

25. Todas las partes coinciden en que la primera cuestión prejudicial merece una respuesta afirmativa. Para el CIVC, las normas de la Unión protegen a las DOP contra toda utilización comercial, directa o indirecta, que trate de aprovechar su reputación. Esa protección abarca el uso de la DOP bien integrando el nombre de un producto, bien designando un producto alimenticio que no cumpla las condiciones del pliego. Con apoyo en la sentencia Bureau National Interprofessionnel du Cognac,[11] sostiene que hay un uso comercial directo de la DOP Champagne cuando aparece, íntegramente o traducida, como parte de «Champagner Sorbet».

26. Para el Gobierno francés, aunque los reglamentos aplicables no mencionen expresamente el uso de las DOP como ingredientes, su protección y la coherencia entre las normas del sector de los vinos y las de los productos agrícolas y alimenticios le inclinan a pensar que aquellos reglamentos también se aplican a ese uso.

27. El Gobierno portugués añade que «Champagner» es, en este asunto, el elemento verbal más significativo del producto, mientras que el término «sorbet» es de naturaleza genérica, esto es, carece de influencia en el juicio sobre el uso de la DOP.

### *B. Sobre la segunda pregunta*

28. El CIVC auspicia igualmente una respuesta afirmativa a la segunda pregunta. Recuerda, en consonancia con el Gobierno portugués, que el término «aprovechar» equivale a hacer uso o utilizar cualquier cosa, bastando que se obtenga una ventaja de la reputación de la DOP. Así ocurriría con el sorbete que, mediante la incorporación del término champagne, disfrutaría de la imagen de calidad o de prestigio de ese vino espumoso, amparado por la DOP. Descarta la aplicación analógica del artículo 10, apartado 1, del Reglamento (CE) n.º 110/2008,[12] que se circunscribe a las bebidas espirituosas y que el legislador no ha querido extender a los vinos, pero encuentra elementos pertinentes en las Directrices de la Comisión.

29. Como Galana NV y el Gobierno francés, el CIVC cree irrelevante que la designación del producto alimenticio que incluye una DOP concuerde con la forma habitual con la que es conocido por el público. Admitir lo contrario entrañaría el riesgo de que la DOP devenga genérica, en contra de lo que pretende evitar su protección.

30. El CIVC aboga por averiguar si la cantidad de champagne contenida en el sorbete basta para conferirle una característica esencial. No es así en este caso, pues los rasgos esenciales del champagne (sus burbujas, finas y persistentes, así como su sabor, refrescante, afrutado y ligeramente ácido) no se hallan en el sorbete. Tampoco la proporción de champagne empleada (12 %) en la elaboración del alimento justifica la utilización de la DOP.

11 Sentencia de 14 de julio de 2011 (C-4/10 y C-27/10, EU:C:2011:484), apartado 55.

12 Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de enero de 2008, relativo a la definición, designación, presentación, etiquetado y protección de la indicación geográfica de bebidas espirituosas y por el que se deroga el Reglamento (CEE) n.º 1576/89 del Consejo (DO 2008, L 39, p. 16; corrección de errores en DO 2009, L 228, p. 47).

31. Galana NV no encuentra pertinente acudir al artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento n.º 1234/2007, ya que el nombre del sorbete refleja la realidad, es claro y no induce a error al público. La cantidad de champagne añadido como ingrediente es suficiente para otorgar al sorbete una característica esencial. Además, el alimento se adecúa a las Directrices, que confirmarían su planteamiento.

32. Según el Gobierno francés, el uso de una DOP como parte de la designación de un producto alimenticio no está, en principio, prohibida, pues no equivale, por sí sola, a aprovecharse de su reputación. Con la Comisión, incide en que «aprovechar» implica, conforme a la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, la utilización que conduzca a un operador a beneficiarse de manera indebida de la reputación de una indicación geográfica de procedencia. [13]

33. Corresponde a la jurisdicción nacional apreciar si se reúnen las condiciones de las Directrices y, eventualmente, ponderar otros criterios de apreciación como, por ejemplo, la proporcionalidad del uso que un operador económico haga de esa DOP, por medio de imágenes y referencias, así como la tipografía que aparece en el envase o la publicidad del producto.

34. Para el Gobierno portugués, «Champagner Sorbet» aprovecha de manera indebida el prestigio de la DOP Champagne. Las DOP deben protegerse contra toda forma de utilización, impidiendo la explotación de su prestigio; especialmente se ha de evitar la degradación o dilución de su fuerza distintiva.

35. La Comisión propone una respuesta negativa a la segunda pregunta. Aboga por interpretar de manera coherente el Reglamento (UE) n.º 1151/2012 [14] (que alude a las Directrices) y los Reglamentos n.º 1169/2011 y n.º 110/2008, en particular, su artículo 10, apartado 1, en lo que concierne a la mención de una bebida espirituosa en el nombre de un producto alimenticio. Advierte que el empleo de la DOP Champagne cumple esas condiciones en este supuesto y se ajusta al artículo 9, apartado 1, letras a) y b), así como a los artículos 17, apartado 1, 18 y 22, del Reglamento n.º 1169/2011.

### *C. Sobre la tercera pregunta*

36. El CIVC también propugna una respuesta afirmativa a esta pregunta. En su opinión, coincidente, en sustancia, con la del Gobierno portugués, «Champagner Sorbet» evoca la DOP Champagne, en el sentido del artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra b), del Reglamento n.º 1234/2007, aun si aquella expresión concuerda con los hábitos del público y el ingrediente se añade en cantidad suficiente como para atribuir al sorbete una característica esencial. El concepto de «evocación» abarcaría un supuesto en el que la designación del producto alimenticio incluye una DOP, induciendo al consumidor a vincular ese producto con el ingrediente protegido por ella.

37. Galana NV y el Gobierno francés rechazan que el uso de la DOP Champagne represente, en este caso, una usurpación, una imitación o una evocación. Estos conceptos implican una copia del producto, o de términos inspirados en la DOP, o una referencia a esta sin reunir los requisitos del pliego de condiciones, mientras que aquí se trata del uso directo de la DOP.

38. Para la Comisión, «Champagner Sorbet» describe voluntaria y directamente el contenido, lo que excluye toda evocación, imitación u otra forma de apropiación de la DOP. Tampoco hay inducción al error del consumidor, en cuanto a la procedencia del sorbete, pues se informa con claridad de que incorpora una dosis sustancial de champagne procedente de esa región francesa.

13 Sentencia de 14 de julio de 2011, Bureau National Interprofessionnel du Cognac (C-4/10 y C-27/10, EU:C:2011:484), apartado 46; y sentencia de 21 de enero de 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35), apartado 45.

14 Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios (DO 2012, L 343, p. 1).

### *D. Sobre la cuarta pregunta*

39. Para el CIVC, esta pregunta ha de responderse negativamente. En su opinión, y en la del Gobierno francés, el artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra c), del Reglamento n.º 1234/2007 se extiende tanto a las indicaciones falsas en cuanto a la naturaleza del producto como a sus características esenciales.

40. Galana NV, como la Comisión, descarta que el artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra c), del Reglamento n.º 1234/2007 sea aplicable, pues solo abarcaría a los productos vitivinícolas. De modo subsidiario, entiende que sería extensible a las indicaciones falsas o engañosas aptas para crear en el público destinatario un error sobre el origen geográfico del producto.

41. Según el Gobierno portugués, las indicaciones falsas o engañosas pueden dar al público una impresión errónea en cuanto al origen geográfico del producto y estima que los nombres por los que se instrumentan tales indicaciones no deben ser autorizados.

## V. Análisis jurídico

### *A. Sobre la primera pregunta*

42. El tribunal de reenvío pide que se aclare, con carácter previo, el ámbito de aplicación del artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento n.º 1234/2007. En concreto, le interesa que se dilucide si abarca situaciones como la de autos, en la que la DOP Champagne es *parte* del nombre de un sorbete que tiene cierta cantidad de ese vino espumoso.

43. Todos los que han intervenido en el incidente prejudicial coinciden con el tribunal remitente en que su primera pregunta merece una respuesta afirmativa. Las dudas expuestas en el auto de remisión han surgido al socaire de la tesis defendida por algún sector de la doctrina alemana, para la que aquel precepto únicamente sería aplicable al empleo de la DOP en términos *idénticos*. En cambio, el uso de términos *similares* encajaría en la letra b) del artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, del Reglamento n.º 1234/2007.

44. Creo que esa tesis [15] no debe acogerse, por varias razones. En primer lugar, como observa el Gobierno francés, aquel artículo define un ámbito de aplicación muy amplio, en consonancia con la protección que quiere dispensar a las DOP. No cuadraría una interpretación que, por ejemplo, excluya el empleo de la traducción de una DOP, lo que contravendría la prohibición de todo uso directo e indirecto.

45. En segundo lugar, como señala la Comisión, en la sentencia Bureau National Interprofessionnel du Cognac [16] el Tribunal de Justicia ya declaró que el uso, en una marca, de una indicación geográfica o de un término correspondiente a esa indicación y su traducción, para identificar unos productos (a la sazón, bebidas espirituosas) que no cumplían con las especificaciones correspondientes, entraña una utilización comercial *directa* de esa indicación geográfica.

15 Si la comprendo bien, propugna una interpretación del artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, del Reglamento n.º 1234/2007, en cuya virtud la letra a) se aplicaría a los usos de las DOP que se emplean de manera idéntica a su registro, mientras que la letra b) se referiría a la utilización de apelaciones similares, que variarían, en mayor o menor medida, de la DOP registrada. Véase el apartado 29 del auto de remisión.

16 Sentencia de 14 de julio de 2011 (C-4/10 y C-27/10, EU:C:2011:484), apartado 55. Pese a que dicha sentencia se dictó en relación con el Reglamento n.º 110/2008, su traslación analógica al caso de autos no ofrece duda, habida cuenta de la similitud, tanto literal como teleológica, del artículo 16 de ese Reglamento con el artículo 118 *quaterdecies* del Reglamento n.º 1234/2007.

46. Por último, la letra a) del artículo 118 *quaterdecies*, apartado2, del Reglamento n.º 1234/2007 establece las modalidades de uso (directo e indirecto) y de productos (comparables y distintos) [17] a los que cabe oponer la protección dispensada por la DOP. En el supuesto de los comparables, cabe oponerles la DOP en cuanto se aparten del pliego de condiciones, mientras que para los no comparables se ha de probar que se aprovechan de la reputación de la DOP. En cambio, la letra b) —y probablemente también las dos siguientes— aluden a ciertos comportamientos desleales contra los que pueden defenderse los titulares de las DOP, en consonancia con las obligaciones derivadas de los convenios internacionales de los que son parte la Unión y los Estados miembros. [18] En esos usos se presume la intención de explotar dicha reputación.

47. Entiendo, pues, que es aplicable el artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento n.º 1234/2007, lo que implica responder a la primera pregunta de manera afirmativa.

### *B. Sobre la segunda pregunta prejudicial*

48. El tribunal *a quo* quiere saber si la utilización de una DOP como parte del nombre de un alimento, que no se corresponde con el pliego de condiciones del producto y al que se ha añadido un ingrediente (champagne, en este caso) que sí se corresponde con dicho pliego, encaja en la prohibición del artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento n.º 1234/2007, cuando:

– la denominación del alimento se adecúa a los hábitos del público destinatario; y

– la cantidad del ingrediente añadido es suficiente para conferir al producto una característica esencial.

49. El tribunal de apelación había deducido que el distribuidor tenía un *interés legítimo* para usar la DOP Champagne, justamente por esos dos motivos: a) en el idioma alemán y en su literatura culinaria «Champagner Sorbet» es una expresión habitual para designar un postre congelado cuya elaboración precisa del vino espumoso francés; y b) el producto de Galana NV contiene un 12 % de champagne, cantidad que sería suficiente para conferir al sorbete una característica esencial de ese vino espumoso (en concreto, su sabor).

50. El Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo civil y penal) no parece compartir el juicio del tribunal de apelación, que, según el primero, habría admitido los hechos descritos en las letras a) y b) del punto precedente sin realizar las necesarias apreciaciones fácticas. No obstante, el tribunal de reenvío señala la posibilidad de que tal *interés legítimo* pueda deducirse de la normativa de la Unión sobre el etiquetado, [19] leída de consuno con la relativa a la calidad de los productos agrícolas y alimenticios. [20]

51. En consecuencia, para la respuesta a la segunda pregunta prejudicial se han de analizar los preceptos relativos tanto a la protección de las DOP como al etiquetado de productos alimenticios.

17 Le Goffic, C., *La protection des indications géographiques*, ed. LITEC, París, 2010, p. 137.

18 Cotéjese el artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letras b), c) y d), del Reglamento n.º 1234/2007 con el artículo 3, del Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (modificado el 28 de septiembre de 1979) y con el artículo 22, apartado 2, letra b), del Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC), de 15 de abril de 1994 (DO 1994, L 336, p. 214), que constituye el anexo 1 C del Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio (OMC) (DO 1994, L 336, p. 3), que remite al artículo 10 *bis* del Convenio de París sobre la Protección de la Propiedad Intelectual, en su versión modificada en 1967 en Estocolmo.

19 En particular, se refiere a los artículos 5 y 7 de la Directiva 2000/13, en vigor en el momento de los hechos (véanse los puntos 9 y ss. de estas conclusiones), sin perjuicio del valor interpretativo de los artículos 9, apartado 1, letra a), y 17 del Reglamento n.º 1169/2011. Este último derogó la Directiva 2000/13 a partir del 13 de diciembre de 2014 y no resulta, pues, aplicable *ratione temporis* al caso de autos.

20 En concreto, el artículo 13, apartado 1, letras a) y b), del Reglamento n.º 1151/2012, cuyo considerando trigésimo segundo remite a las Directrices.

### *1. Sobre el aprovechamiento de la reputación de la DOP*

52. Si se acepta la existencia de un uso comercial directo (en respuesta a la primera pregunta), el tribunal remitente reconoce que el uso de la DOP Champagne cumpliría, en este caso, el requisito del artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), inciso ii, del Reglamento n.º 1234/2007 (esto es, aprovecharía la reputación de esa DOP), si la demandada careciera de interés legítimo en su actuar.

53. Desde el asunto «Sekt-Weinbrand», [21] el Tribunal de Justicia ha especificado la función de las DOP: informar y asegurar que lo designado posee, efectivamente, cualidades y características debidas a la localización geográfica de su procedencia. Se exigía, ya en los años setenta, un doble vínculo espacial y cualitativo, que recogería posteriormente la normativa en materia de productos agrícolas y alimentarios, [22] así como la relativa al sector vitivinícola. [23]

54. La finalidad del Reglamento n.º 1234/2007, en lo que concierne a las DOP para vinos, es garantizar al consumidor y, desde otra perspectiva, también a los titulares de las respectivas denominaciones, que los productos que amparan responden a un elevado nivel de calidad, sobre la base de su procedencia geográfica. [24]

55. Cuando se lleva a cabo con vistas a la comercialización de un producto alimenticio, la incorporación del nombre *completo* de una DOP a la designación de ese producto tiende, por su propia lógica, a aprovechar el prestigio y la reputación de la calidad protegida. De ahí que esa conducta deba calificarse de ilícita, en principio.

56. Puede convenirse, no obstante, que, en el comercio de mercancías elaboradas, podrá usar una DOP como parte del nombre de su producto quien acredite un interés legítimo. El tribunal de reenvío formula su pregunta, suscitada en torno a una utilización comercial directa, precisamente a partir de la dicotomía «uso que aprovecha la reputación de la DOP/interés legítimo», de modo que, faltando este último, habrá aprovechamiento de la reputación.

57. El interés legítimo puede proceder bien de la titularidad de un derecho anterior (por ejemplo, de otro tipo de propiedad intelectual), bien del cumplimiento de un imperativo legal. Incluso al margen de esas hipótesis, y fuera del entorno comercial *directo*, coincido con el Gobierno francés en que han de existir parcelas en las que será legítimo el uso de la DOP por terceros, [25] es decir, situaciones en las que la utilización de la DOP pueda acogerse a una suerte de *ius usus inocui*.

21 Sentencia de 20 de febrero de 1975, Comisión/Alemania (12/74, EU:C:1975:23).

22 Véanse las explicaciones sobre el origen de las DOP en las conclusiones del abogado general Ruiz-Jarabo Colomer en el asunto Alemania y Dinamarca/Comisión (C-465/02 y C-466/02, EU:C:2005:636), puntos 5 y ss.

23 Por ejemplo, en los considerandos vigésimo séptimo y trigésimo segundo del Reglamento (CE) n.º 479/2008, citado en la nota 5. Aunque dicho texto normativo ya está derogado, el tenor de esos dos considerandos se encuentra, con ligeras variaciones, en los del Reglamento n.º 1308/2013.

24 En este sentido, me remito al punto 63 de mis conclusiones en el asunto EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

25 Pienso en la carta de un restaurante entre cuyos postres figure un sorbete al champagne o en la publicación de una receta para prepararlo. En el acto de la vista, el defensor de Galana puso como ejemplo la publicidad de unas copas (flautas) de champagne que emplee esta expresión.

58. De hecho, en otros tipos de propiedad intelectual el Tribunal de Justicia ha reconocido reductos en los que el empleo, por terceros, de signos o de obras protegidas no viola los derechos de sus titulares. Así, en el derecho de marcas ha permitido los usos descriptivos para divulgar las características del producto ofrecido en venta al cliente potencial, que conoce las de los productos que llevan la marca. [26] Ha admitido, asimismo, usos en los que el consumidor no percibe el signo como una muestra de que los productos que lo incorporan proceden de la empresa titular de la marca. [27]

59. En el campo de los derechos de autor y derechos afines, a la luz del artículo 5, apartados 1 y 5, de la Directiva 2001/29/CE, [28] se ha aceptado la licitud de las copias en caché y las copias en pantalla de obras protegidas por el derecho de autor; [29] la de los actos efímeros de reproducción que hacían posible el correcto funcionamiento del decodificador de la señal vía satélite y de la pantalla de televisión, posibilitando la recepción de las emisiones que contenían obras protegidas; [30] y la redacción de un resumen de artículos de prensa, a pesar de no estar autorizada por los titulares de los derechos de autor sobre dichos artículos. [31]

60. Este enfoque es, por lo demás, acorde con reiteradas sentencias del Tribunal de Justicia, según las que el aprovechamiento de la reputación de una indicación geográfica ha de efectuarse de «manera indebida». [32] Aunque esos pronunciamientos se realizaron en relación con el artículo 16 del Reglamento n.º 110/2008 (sobre indicaciones geográficas de las bebidas espirituosas), la semejanza de ese precepto con el artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), del Reglamento n.º 1234/2007 avala el traslado de tal interpretación al ámbito vitivinícola. [33] Así pues, habiendo un interés legítimo, la utilización de la DOP no deberá calificarse de *indebida*.

61. Volviendo al caso de autos, y en vista de que Galana NV no ha aducido ningún tipo de derecho anterior, procede indagar si el uso de la DOP Champagne en el nombre del sorbete que elabora obedece a algún imperativo legal o puede calificarse de inocua.

### *2. Sobre el interés legítimo en el uso de la DOP*

62. Como ya he expuesto, el tribunal remitente pregunta sobre la pertinencia de dos elementos específicos, que pudieran dar lugar a sendos intereses legítimos: a) el nombre del producto se adecúa a los hábitos del público destinatario; y b) el sorbete incorpora una cantidad suficiente de champagne, que le confiere una característica esencial.

63. Procede estudiar, pues, ambos elementos por separado, sin perjuicio de que, a mi parecer, quizás no sean los únicos relevantes para dilucidar si existe un aprovechamiento indebido de la DOP.

26 Sentencia de 14 de mayo de 2002, Hölterhoff (C-2/00, EU:C:2002:287), apartado 16. Versaba sobre una negociación comercial en la que el Sr. Hölterhoff propuso a un cliente la venta de unas piedras semipreciosas y ornamentales, a cuyo tallado denominaba «Spirit Sun» y «Context Cut», marcas registradas a nombre de un competidor.

27 Sentencia de 25 de enero de 2007, Adam Opel (C-48/05, EU:C:2007:55), apartado 24 y conclusiones del abogado general Ruiz-Jarabo Colomer en este asunto (EU:C:2006:154), puntos 35 y ss. Se refería a la utilización del logotipo de la marca Opel en la calandra de los modelos a escala reducida de automóviles, vendidos por AUTEC, empresa no vinculada a Opel.

28 Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información (DO 2001, L 167, p. 10).

29 Sentencia de 5 de junio de 2014, Public Relations Consultants Association (C-360/13, EU:C:2014:1195), apartados 26 y 27.

30 Sentencia de 4 de octubre de 2011, Football Association Premier League y otros (C-403/08 y C-429/08, EU:C:2011:631), apartados 170 a 172.

31 Auto de 17 de enero de 2012, Infopaq International (C-302/10, EU:C:2012:16), apartados 44 y 45.

32 Sentencias de 14 de julio de 2011, Bureau National Interprofessionnel du Cognac (C-4/10 y C-27/10, EU:C:2011:484), apartado 46; y de 21 de enero de 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35), apartado 45.

33 En este sentido, el considerando trigésimo segundo del Reglamento n.º 479/2008, que introdujo en su artículo 45 la redacción actual del artículo 118 *quatordecies* aquí debatido, comienza diciendo que «las denominaciones de origen [...] deben protegerse de los usos que supongan un aprovechamiento *indebido* de la fama que merecen los productos conformes» (cursiva añadida).

***a)*** *El nombre del producto que contiene la DOP y los hábitos del público*

64. Todas las partes, excepto la Comisión, están de acuerdo en que los hábitos del consumidor alemán no legitiman el empleo de la DOP Champagne en la presentación comercial del sorbete. Admitir lo contrario equivaldría a convertir aquella DOP en un término genérico, de uso abierto a cualquier operador económico.

65. Soy de esa misma opinión, pues uno de los objetivos principales de la protección de las DOP para vinos es impedir que devengan genéricas.[34] El uso indiscriminado de la DOP en productos ajenos a ella podría hacer creer al público que los nombres característicos de las DOP pueden extenderse a los obtenidos fuera del territorio al que corresponde la DOP. Se propiciaría, así, el empleo de la DOP como una mera mención genérica, incluso si este fenómeno se circunscribe a algún país en concreto. No hay que olvidar que la tutela de las DOP ha de ser la misma en todos los Estados miembros, sin fragmentaciones derivadas de los hábitos de los consumidores de algunos de ellos.[35]

66. Desde la perspectiva legislativa, las DOP de vinos, una vez registradas, gozan de una protección perpetua, a tenor del artículo 118 *quaterdecies*, apartado 3, del Reglamento n.º 1234/2007, aunque cabe su cancelación. Su tutela peligraría, también en los Estados terceros,[36] si, por la vía de la genericidad, los nombres propios de las DOP pasaran a ser, en realidad, de dominio público, no siendo registrables las denominaciones que han adquirido carácter genérico.[37] La prevención de los usos que tiendan a vulgarizar las denominaciones se convierte así en una necesidad imperiosa, más que en una simple aspiración de los productores de vinos amparados por una DOP.

67. Que la expresión «Champagner Sorbet» sea la habitual para designar un sorbete, en uno o en varios Estados miembros, no basta, pues, para conferir al distribuidor un *interés legítimo* que le autorice a incluir en la presentación comercial de aquel producto el nombre de la DOP Champagne.

***b)*** *La atribución de la característica esencial del ingrediente con DOP mediante el uso de una cantidad suficiente*

68. Coincido con la Comisión en que, en este asunto, ha de interpretarse la normativa general de la Unión sobre el etiquetado de los productos alimenticios (principalmente recogida en la Directiva 2000/13 y en su norma derogatoria, el Reglamento n.º 1169/2011), ya que el sorbete —que es, obviamente, uno de esos productos— no está cubierto por una DOP.[38]

34 Me remito a los puntos 87 a 89 de mis conclusiones en el asunto EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

35 En la vista se aludió a cómo debieron modificarse los hábitos implantados en ciertos Estados miembros, que hasta entonces empleaban como nombres genéricos los que, desde la aprobación de las normas de la Unión, serían después DOP vinícolas (el caso del champagne es paradigmático). Así sucede también en la protección extracomunitaria de las DOP europeas, por la vía de los tratados bilaterales o multilaterales.

36 Aunque el artículo 12 del Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa relativo a las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas (adoptado el 20 de mayo de 2015) prevé asimismo la protección perpetua, ese tratado aún no ha entrado en vigor.

37 Así lo establece el artículo 118 *duodecies*, apartado 1, del Reglamento n.º 1234/2007, después vertido en el artículo 101, apartado 1, del Reglamento n.º 1308/2013.

38 En cambio, el etiquetado de los productos vitivinícolas está sujeto al Reglamento n.º 1308/2013, artículos 117 a 123, y el de las indicaciones geográficas de bebidas espirituosas, al Reglamento n.º 110/2008. Ambos actúan como *lex specialis* respecto de la general para productos alimenticios.

69. A tenor de la Directiva 2000/13, el etiquetado de los productos alimenticios ha de contener «la denominación de venta del producto, la lista de ingredientes y la cantidad de determinados ingredientes [...]». [39] Por «denominación de venta» [40] se entiende la prevista en las disposiciones de la Unión aplicables o, a falta de estas, en las nacionales. En su defecto, prevalecerá «el nombre consagrado por el uso en el Estado miembro en que se efectúe la venta al consumidor final».

70. A primera vista, «Champagner Sorbet» parece respetar las normas sobre etiquetado, lo que proporcionaría a Galana NV un interés legítimo para designar así a su producto alimenticio. No obstante, de conformidad con el artículo 13, apartado 1, letras a) y b), del Reglamento n.º 1151/2012, las DOP registradas también encuentran protección cuando se emplean como ingredientes. Hay que indagar, pues, cuál es el perímetro de esa protección.

71. Con arreglo al artículo 6, apartado 5, de la Directiva 2000/13, [41] el productor está obligado a incluir en el etiquetado una lista con la totalidad de sus ingredientes. Cuando el ingrediente aparezca en la «denominación de venta» del alimento (como ocurre en este asunto), se ha de expresar en porcentaje, según reza el artículo 7, apartado 4, de aquella Directiva. [42]

72. Ni la Directiva 2000/13 ni el Reglamento n.º 1169/2011 aluden directamente a los ingredientes cubiertos por una DOP. Para paliar esta situación y contribuir a clarificarla, la Comisión publicó en el año 2010 las Directrices (a las que remite el considerando trigésimo segundo del Reglamento n.º 1151/2012). Carentes de fuerza normativa vinculante, [43] deben ser tenidas en cuenta, pues reflejan el punto de vista de aquella institución.

73. Según las Directrices, además de en la repetida lista de ingredientes, el nombre característico de una DOP puede figurar «dentro, o al lado, de la denominación de venta de un producto alimenticio que incorpora productos que se benefician de la denominación registrada, así como en el etiquetado, la presentación y la publicidad de dicho producto alimenticio», siempre que se reúnan las condiciones que he transcrito en el punto 13 de estas conclusiones.

74. Corresponde a los tribunales nacionales, que están en mejor posición para apreciar los hechos del litigio y proceder a su calificación jurídica, pronunciarse sobre la concurrencia de esas tres condiciones en el asunto de autos. Me limitaré, por tanto, a exponer algunas reflexiones que pudieran ayudarles en esa labor.

75. La primera condición (que no existan otros «ingredientes comparables» al amparado por una DOP) resulta sencilla de apreciar y suficientemente objetiva. Nada apunta a que el «Champagner Sorbet» contenga otros ingredientes similares al vino espumoso protegido por la DOP, que pudieran sustituir a este último.

76. La segunda condición (que el ingrediente se utilice en cantidad suficiente para conferir una característica esencial al producto alimenticio) es más compleja. En contra de la opinión del CIVC, no se trata de localizar en el producto alimenticio las características esenciales del ingrediente protegido, sino de que ese alimento tenga una característica esencial vinculada con la DOP. [44]

39 Artículo 3, apartado 1, n.os 1, 2 y 3. El precepto equivalente en el Reglamento n.º 1169/2011, en vigor desde el 13 de diciembre de 2014, es el artículo 9, apartado 1, letras a), b) y d).

40 Artículo 5, apartado 1, letra a), de la Directiva 2000/13, equivalente al artículo 17 del Reglamento n.º 1169/2011.

41 Su equivalente ulterior es el artículo 18, apartado 1, del Reglamento n.º 1169/2011. La Directiva 200/13 es aplicable, en este extremo, al sector vitivinícola, como recuerda el artículo 118 del Reglamento n.º 1308/2013.

42 El legislador ha confiado al productor del alimento la decisión de elegir el lugar en el que se hallará la cantidad porcentual del ingrediente: a) en la denominación de venta; b) junto a dicha denominación; o c) en la lista de ingredientes. En el caso de autos, dicha lista está en la parte inferior del envase.

43 Se afirma en ellas que su aplicación es voluntaria y que «no constituyen en modo alguno una interpretación jurídicamente vinculante de la legislación de la Unión Europea relativa a las DOP y a las IGP o de la Directiva "Etiquetado"».

44 Con buen criterio, la Comisión se ha abstenido de sugerir en las Directrices un porcentaje de utilización uniforme. Sí deja entrever una regla en cuya virtud a mayor cantidad de ingrediente con DOP, mayores probabilidades de conferir esa característica esencial.

77. Pero esa regla tampoco es suficientemente segura. El factor cuantitativo no siempre será el más relevante para atribuir una característica esencial al producto alimenticio. [45] Normalmente, esta última vendrá dada, tratándose de alimentos, por el aroma y el sabor que el ingrediente protegido por la DOP les aporte, pero puede haber otros factores significativos. [46] Corresponderá, de nuevo, al tribunal nacional, sobre la base de las pruebas practicadas [47] y de su propia apreciación de los hechos, dilucidar si el añadido de vino de Champagne dota al sorbete de una característica esencial, en el sentido que acabo de exponer.

78. La tercera condición presenta más problemas al intérprete. Por de pronto, es discutible que se atenga al artículo 7, apartado 5, de la Directiva 2000/13. [48] En todo caso, su redacción, al utilizar el adverbio «idealmente», le priva de fuerza, incluso a título orientativo. La especificación del porcentaje del ingrediente en el producto alimenticio deviene, en consecuencia, un factor cuya relevancia ha de evaluarse a la luz de la propia Directiva 2000/13.

79. Con estas premisas, repito, son los órganos jurisdiccionales nacionales quienes habrán de resolver si el ingrediente con DOP que se agrega a un producto alimenticio le proporciona una característica esencial, de modo que haya de figurar en su etiquetado.

*c) La presencia de otros elementos que coadyuven a aprovecharse de la reputación de la DOP*

80. La respuesta al tribunal de reenvío sería incompleta si se detuviera en la mera existencia de un interés legítimo del distribuidor, derivado de su respeto de las Directrices, que le autorice a incorporar en el etiquetado de sus productos alimenticios ingredientes protegidos por DOP.

81. Y es que las tres condiciones establecidas en esas Directrices no son disociables de unos conceptos previos (el de buena fe y la ausencia de error al consumidor) a los que aluden en el punto 1.1 cuando exponen su contexto.

82. Al juzgar si hay una explotación indebida (un aprovechamiento ilícito de la reputación) de la DOP, ciertamente habrá que partir de la presencia de una cantidad suficiente de un ingrediente amparado por esa DOP, que confiera al producto alimenticio una característica esencial. Pero esa circunstancia no legitimará el uso de la DOP en el sorbete objeto de litigio, si hay otros elementos (en particular, en la presentación del etiquetado) que revelan un ánimo de explotar el prestigio de la DOP, apropiándose de su reputación.

83. En este asunto, la etiqueta visible para el consumidor al que se le ofrecen los envases de «Champagner Sorbet» lleva impresos, en primer plano, un corcho con el alambre que lo sujeta a la botella, una copa medio llena y una bebida que se presume champagne. En segundo plano, aunque bien reconocible, se encuentra una botella del vino espumoso francés.

45 Hay, por ejemplo, productos protegidos por una DOP, como ciertas variedades de trufa, que incorporados a un alimento en cantidades reducidas, son inmediatamente reconocibles por el olfato y dejan un rastro indeleble en el paladar.

46 La mención del ingrediente en el etiquetado del producto alimenticio, dentro o al lado de su «denominación de venta», sería, pues, posible, si el producto tiene el aroma y/o el sabor del ingrediente protegido por la DOP. No cabe descartar, sin embargo, otros factores como la textura o el color, que no creo tan decisivos en materia de alimentos como los dos antes señalados.

47 En este tipo de litigios pueden ser útiles pruebas periciales, a cargo de expertos gastrónomos, que expliquen las cualidades de un sorbete al champagne, o informes apoyados en encuestas a los consumidores para acreditar que el sabor de ese vino espumoso se integra en el propio sorbete. La práctica procesal de los Estados miembros es muy rica en ese sentido: véase, precisamente en relación con el champagne, la sentencia de 15 de marzo de 2013 de la Cour d'appel (Tribunal de Apelación) de París, en el asunto SAS Euralis Gastronomie/CIVC, confirmada por la Cour de cassation (Tribunal Supremo, Francia) el 25 de noviembre de 2013.

48 Este artículo ofrece al productor que emplee un ingrediente con DOP tres posibilidades para señalar, en porcentaje, la cantidad de dicho ingrediente en su alimento (véase el punto 12 de estas conclusiones). Las Directrices, sin embargo, parecen relegar la posibilidad de mostrar tal número porcentual a los casos en los que no se mencione el ingrediente dentro o justo al lado de la denominación de venta (así entiendo el añadido «en su defecto»). El productor está vinculado por la Directiva 2000/13, no por las Directrices, por lo que mantiene incólumes las opciones que aquella le ofrece.

84. No creo que pueda soslayarse la importancia que revisten tales elementos al valorar si el productor o el distribuidor del alimento se aprovecha de la reputación del ingrediente protegido por la DOP Champagne. [49] El juez nacional puede, y debe, tomar esos factores en consideración para juzgar sobre la explotación indebida de la DOP.

85. El Reglamento n.º 1308/2013 y la Directiva 2000/13 [50] tratan de evitar que se induzca a error al consumidor, habiendo precisado el Tribunal de Justicia que la lista de ingredientes del envase no basta, por sí sola, para excluir que el etiquetado y sus modos de realizarse estimulen de manera errónea al comprador. [51]

86. En efecto, el Tribunal de Justicia ya ha juzgado que, para apreciar la capacidad de un etiquetado de inducir a error al comprador, el juez nacional debe basarse esencialmente en la impresión que el referido consumidor tendrá presumiblemente, a la luz de ese etiquetado, respecto del origen, la procedencia y la calidad del producto alimenticio, habida cuenta de que lo esencial es que no se induzca a error al consumidor y no se le lleve a pensar, equivocadamente, que el producto tiene un origen, una procedencia o unas cualidades diferentes de las que en realidad posee. [52]

87. El órgano jurisdiccional competente deberá ponderar si el empleo de aquellos elementos gráficos en la etiqueta del «Champagner Sorbet» no se justifica sino como muestra del afán de crear una conexión desmesurada con el vino espumoso protegido por la DOP. En otras palabras, si el designio subyacente en la presentación comercial del producto alimenticio es, verdaderamente, vincularlo a la reputación del vino espumoso de Champagne, cuya calidad se pretende hacer extensiva al propio sorbete.

### *C. Sobre la tercera pregunta*

88. La respuesta a las preguntas tercera y cuarta quizás sea superflua si, a partir de la contestación a la segunda, el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo civil y penal) estima que ha existido una indebida explotación de la DOP Champagne. En todo caso, me detendré en el análisis de ambas.

89. Con la tercera cuestión prejudicial se plantea, en síntesis, si el empleo del nombre característico de una DOP en las circunstancias de este caso usurpa, imita o evoca la propia DOP.

90. La letra b) del artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, del Reglamento n.º 1234/2007 cita una serie de conductas, singularizadas por su deslealtad comercial, que implican una graduación decreciente en la intensidad del uso de la DOP, desde la usurpación, pasando por la imitación, hasta la evocación.

91. La *usurpación* apunta a la utilización del nombre completo de la DOP para productos similares. No me parece que concurra en este caso, pues el sorbete se vende congelado, lo que no es pensable del vino. [53] Tampoco creo que, propiamente, haya *imitación*, pues la designación del «Champagner Sorbet» contiene de forma íntegra la DOP.

92. Más complejo es decidir si puede hablarse de *evocación*, problema para cuya solución ha de atenderse a la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, que ya ha establecido algunos de los perfiles jurídicos de este tercer tipo de acto desleal. [54]

49 En la vista, las partes admitieron que el litigio principal no se constreñía al uso de la DOP en la denominación del sorbete.

50 Artículo 2, apartado 1, letra a), inciso i.

51 Sentencia de 4 de junio de 2015, Teekanne (C-195/14, EU:C:2015:361), apartado 38.

52 *Ibidem*, apartado 36 y jurisprudencia citada.

53 Podría, tal vez, ser distinta la apreciación si el producto se hubiese llamado de alguna otra forma, sugiriendo al consumidor que era champagne congelado, apto para degustarse como sorbete.

54 En mis conclusiones en el asunto EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394), puntos 94 y ss., me ocupé, asimismo, de la noción de evocación, aplicada entonces al uso de la DOP Porto/Port por la marca de la Unión «Port Charlotte».

93. Según esa jurisprudencia, el concepto de «evocación» abarca un supuesto en el que el término para designar un producto incorpora *una parte* de una DOP, de modo que se lleva al consumidor, a la vista del nombre del producto, a pensar, como imagen de referencia, en la mercancía que se beneficia de esa denominación. [55]

94. La alusión al empleo *parcial* de la DOP estaba inducida por las circunstancias de cada uno de los asuntos resueltos por las respectivas sentencias, en los que la evocación de las DOP era debida al solapamiento no total de los nombres o de las marcas de productos en liza («Gorgonzola/Cambozola», [56] «Parmigiano Reggiano/Parmesan» [57] y «Verlados/Calvados» [58]).

95. De hecho, al analizar, en el marco del Reglamento n.º 110/2008, el caso de una marca que contenía de forma completa el elemento «Cognac», el Tribunal de Justicia prefirió tratarlo como «evocación» antes que como «usurpación», aunque afectaba a bebidas espirituosas que no respetaban las especificaciones del pliego de la DOP. [59]

96. Los principios inferidos respecto de las DOP de las bebidas espirituosas pueden trasladarse, por analogía, a la evocación mencionada en el artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra b), del Reglamento n.º 1234/2007. [60] Los considerandos nonagésimo segundo y nonagésimo séptimo del Reglamento n.º 1308/2013 explican cómo la protección de las DOP no solo tiende a evitar las prácticas engañosas y a favorecer la transparencia del mercado y la competencia leal, sino también a alcanzar un elevado nivel de protección de los consumidores.

97. En esa misma línea, han de tomarse igualmente en cuenta los criterios jurisprudenciales que, para determinar la existencia de evocación, apelan a la percepción de un consumidor europeo medio, normalmente informado y razonablemente atento y cuidadoso, como manifestación del principio de proporcionalidad. [61]

98. De nuevo habrá de ser el juez de reenvío (o, en su caso, los tribunales de instancia) quien, sobre la base de esa jurisprudencia, decida si en este caso hay una evocación de la DOP Champagne. [62] Para fundar su fallo podrá atender no solo al nombre del sorbete, sino también al resto de elementos con los que ese producto alimenticio se ofrece comercialmente y que ya he mencionado.

99. Sin ánimo de invadir la competencia propia del tribunal de reenvío, y bajo la reserva de que solo él está en condiciones de apreciar plenamente los hechos controvertidos, estimo, sin embargo, que la presencia de esos elementos gráficos en el envase del producto contribuye a potenciar la evocación de la DOP Champagne. Con su empleo, además de con el nombre « Champagner Sorbet », el fabricante y el distribuidor pretenden que el consumidor tenga en su mente la calidad y el prestigio asociados a esa DOP, que se intentan extrapolar al sorbete.

55 Sentencia de 21 de enero de 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35), apartado 21 y jurisprudencia citada, en relación con el artículo 16, letra b), del Reglamento n.º 110/2008.

56 Sentencia de 4 de marzo de 1999, Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115), apartado 25.

57 Sentencia de 26 de febrero de 2008, Comisión/Alemania (C-132/05, EU:C:2008:117), apartado 44.

58 Sentencia de 21 de enero de 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35).

59 Sentencia de 14 de julio de 2011, Bureau National Interprofessionnel du Cognac (C-4/10 y C-27/10, EU:C:2011:484), apartado 58.

60 *Ibidem*, apartados 22 a 27.

61 Sentencia de 21 de enero de 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35), apartados 26 a 28.

62 En el apartado 31 de la sentencia Viiniverla, el Tribunal de Justicia recordó que correspondía al tribunal remitente «apreciar si la denominación “Verlados” para un aguardiente de sidra constituye una “evocación”, a efectos del artículo 16, letra b), del Reglamento n.º 110/2008, de la indicación geográfica protegida “Calvados”».

### *D. Sobre la cuarta pregunta*

100. El Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo civil y penal) quiere saber si el artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra c), del Reglamento n.º 1234/2007 solo se aplica a las indicaciones falsas o engañosas que puedan generar en el público destinatario una impresión incorrecta sobre la procedencia geográfica de un producto.

101. Para comprender mejor la pregunta es preciso acudir a los puntos 62 y siguientes del auto de reenvío. Se deduce de ellos que la duda surge ante el argumento aducido por el CIVC, para el que la prohibición de aquellas indicaciones sería *general* y no alcanzaría únicamente a las que creen en el público una impresión errónea en cuanto al lugar de procedencia geográfica del producto.

102. El tribunal remitente parece inclinarse por la interpretación más reduccionista del precepto, esto es, por circunscribirlo a los casos en los que se engañe o confunda al público sobre el origen del producto, a través del uso de la DOP.

103. Opino, sin embargo, que la protección que el legislador comunitario ha querido prestar a las DOP es amplia y, más allá de la confusión acerca del origen los productos, trata también de evitar el riesgo de generalización, mediante la dilución de las DOP por su empleo indiscriminado.

104. El artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, del Reglamento n.º 1234/2007 incluye una graduación de conductas desleales, a la que antes me he referido. Si su letra a) se ciñe a los actos de explotación de la reputación de las DOP y la b) a los de usurpación, imitación o evocación, la letra c) amplía el perímetro protegido, incorporando las «indicaciones» (es decir, las informaciones que se proporcionan al consumidor) presentes en el envase o en el embalaje, o en la publicidad del producto, que, aun no siendo propiamente evocadoras de la DOP, falsean o engañan en cuanto a los vínculos del producto con esa DOP.

105. Creo que la *ratio* de esa letra c) no se desvirtúa si la información comercial del producto alimenticio *asociado* a la DOP que directamente llega al consumidor es apta para llevarlo a pensar que ese producto goza de la misma protección, y la misma calidad, que la DOP, cuando en realidad no es así. Una indicación falsa o engañosa puede, por supuesto, concernir al origen del producto, pero también a sus características esenciales (por ejemplo, su gusto).

106. En suma, la protección que dispensa el precepto citado en la cuarta pregunta no está limitada a los casos en los que se induzca a error al consumidor sobre la procedencia geográfica de un producto.

## VI. Conclusión

107. En virtud de las consideraciones expuestas, propongo al Tribunal de Justicia responder a las cuestiones prejudiciales planteadas por el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo civil y penal, Alemania) en los términos siguientes:

«1) El artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento (CE) n.º 1234/2007 del Consejo, de 22 de octubre de 2007, por el que se crea una organización común de mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas, es aplicable cuando la DOP Champagne se emplea, en circunstancias como las del litigio principal, para designar un producto alimenticio comercializado con el nombre “Champagner Sorbet”.

2) El artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento n.º 1234/2007 debe interpretarse en el sentido de que, para apreciar si el producto alimenticio “Champagner Sorbet”, que contiene un 12 % de vino de Champagne, se aprovecha indebidamente de la reputación de la DOP Champagne, el tribunal remitente ha de valorar si hay un interés legítimo que justifique el

empleo, en su presentación comercial, de esa DOP. Son factores aptos para sopesar si existe ese aprovechamiento indebido que el ingrediente protegido por la DOP Champagne y añadido al producto alimenticio le confiera una característica esencial, así como los elementos del envase y del etiquetado que induzcan al consumidor a vincular ese producto con la DOP Champagne.

3) El artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra b), del Reglamento n.º 1234/2007 debe interpretarse en el sentido de que, para apreciar si el producto "Champagner Sorbet" evoca, en el sentido de ese precepto, la DOP Champagne, el tribunal remitente ha de comprobar si, dada su designación y su presentación comercial, el consumidor europeo medio, normalmente informado y razonablemente atento y cuidadoso, es llevado a pensar que dicho producto se beneficia de la calidad y del prestigio inherentes a la denominación protegida.

4) El artículo 118 *quaterdecies*, apartado 2, letra c), del Reglamento n.º 1234/2007 no se aplica únicamente a las indicaciones falsas o engañosas que puedan generar en el público destinatario una impresión incorrecta sobre la procedencia geográfica de un producto.»