



**Bases de gestión y desarrollo
de una marca de garantía
de origen de las resinas
naturales europeas**

índice

1. **Objetivos** · 3
2. **Alcance** · 3
3. **Condiciones de uso** · 5
4. **Requisitos legales y administrativos** · 7
5. **Requisitos presupuestarios y financieros** · 8

1. Objetivos

El objetivo de este documento es fijar las bases para la obtención, gestión y desarrollo de una marca que proteja y distinga el origen de la resina extraída en el territorio de la Unión Europea.

2. Alcance

El alcance del presente documento es establecer las condiciones de uso, los requisitos legales y de todo tipo, así como el por qué de la solución planteada para dar respuesta a los objetivos planteados.

Lo establecido en este documento será de aplicación en todo el territorio de la UE que se ha fijado como el marco territorial del desarrollo de la resina natural de Europa, aunque focalizado principalmente en los tres países miembros del proyecto: Francia, Portugal y España.

De entre todas las posibilidades en cuanto a marcas de protección que existen a nivel europeo, se ha realizado un análisis buscando aquellas que pudieran ser las adecuadas para este producto y respondiera a los objetivos planteados.

A nivel europeo existe el esquema de certificación de la calidad agroalimentaria, que es lo más conocido y difundido entre la población. Se corresponde con las Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas Protegidas y las Especialidades Tradicionales Garantizadas. Este esquema de protección y diferenciación de la calidad no es aplicable en este caso, puesto que única y exclusivamente se puede utilizar para productos agroalimentarios, no estando la resina ni sus derivados encuadrado en los mismos.

Por ello se recurre al **Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo y del Consejo de 14 de junio de 2017** sobre la marca de la Unión Europea. El cual en su Capítulo VIII Disposiciones específicas sobre Marcas Colectivas de la Unión y Marcas de Certificación de la Unión, sección I Marcas Colectivas de la Unión, en su artículo 74 Marcas colectivas de la Unión establece que:

1. Podrán constituir «**marcas colectivas de la Unión Europea**» (en lo sucesivo, «**marcas colectivas de la Unión**») las marcas de la Unión así designadas al efectuarse la presentación de la solicitud que sean adecuadas para distinguir los productos o servicios de los miembros de la asociación que sea su titular, frente a los productos o servicios de otras empresas. Podrán solicitar marcas colectivas de la Unión las asociaciones de fabricantes, productores, prestadores de servicios o comerciantes que, a tenor de la legislación que les sea aplicable, tengan capacidad, en su propio nombre, para ser titulares de derechos y obligaciones de cualquier tipo, de celebrar contratos o de realizar otros actos jurídicos y tengan capacidad procesal, así como las personas jurídicas de Derecho público.
2. No obstante lo dispuesto en el artículo 7, apartado 1, letra c), podrán constituir marcas colectivas de la Unión con arreglo al apartado 1 los signos o las indicaciones que puedan servir, en el comercio, para señalar la procedencia geográfica de los productos o de los servicios. El derecho conferido por la marca colectiva no permitirá a su titular prohibir a un tercero el uso en el comercio de tales signos o indicaciones, siempre que dicho uso se realice con arreglo a prácticas leales en materia industrial o comercial; en particular, dicha marca no podrá oponerse a un tercero autorizado a utilizar una denominación geográfica.

Por otro lado, en su sección 2 Marcas de Certificación de la Unión, en el artículo 83 Marcas de certificación de la Unión indica que:

1. Una marca de certificación de la Unión será una marca de la Unión que se describa como tal en el momento de la solicitud y que permita distinguir los productos o servicios que el titular de la marca certifica por lo que respecta a los materiales, el modo de fabricación de los productos o de prestación de los servicios, la calidad, la precisión u otras características, con excepción de la procedencia geográfica, de los productos y servicios que no posean esa certificación.
2. Toda persona física o jurídica, incluidas las instituciones, autoridades y organismos de Derecho público, podrá solicitar marcas de certificación de la Unión, a condición de que dicha persona no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación de servicios del tipo que se certifica.

Teniendo en cuenta estas consideraciones se decide optar por la Marca Colectiva de la

Unión ya que es la que más se ajusta al objetivo de este proyecto: crear una marca que pueda distinguir la resina natural europea de la resina de otras procedencias, y por ello se necesita realizar mención a la procedencia geográfica.

3. Condiciones de uso

Las condiciones de uso de la marca de origen que protegerá y certificará la resina natural de Europa, se establecerán en otro documento que será el Reglamento de Uso de dicha marca.

Este reglamento de Uso, es el documento base de la marca y el cual estarán obligados a cumplir todos y cada uno de los participantes en la misma. Y vienen recogido sus contenidos mínimos en el **Reglamento de Ejecución (UE) 2018/626 de la Comisión de 5 de marzo de 2018** por el que se establecen normas de desarrollo de determinadas disposiciones del **Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la marca de la Unión Europea**, y se deroga el **Reglamento de Ejecución (UE) 2017/1431**.

En su título VI, marcas colectivas y marcas de certificación de la Unión, en su artículo 16, Contenido del reglamento de uso de las marcas colectivas de la Unión, establece que:

El reglamento de uso de las marcas colectivas de la Unión a que se refiere el artículo 75, apartado 1, del **Reglamento (UE) 2017/1001** deberá incluir:

- A. El **nombre del solicitante**;
- B. El **objeto** de la asociación o el objeto para el que se haya creado la persona jurídica de Derecho público;
- C. Los **organismos autorizados** para representar a la asociación o a la persona jurídica de Derecho público;
- D. En el caso de una asociación, las **condiciones para la adhesión**;
- E. La representación de la **marca colectiva** de la Unión;
- F. Las **personas autorizadas** para utilizar la marca colectiva de la Unión;

G. En su caso, las **condiciones de uso** de la marca colectiva de la Unión, incluidas las sanciones;

H. Los **productos o servicios cubiertos** por la marca colectiva de la Unión, incluida, en su caso, cualquier limitación introducida como consecuencia de la aplicación del artículo 7, apartado 1, letras j), k), o l), del Reglamento (UE) 2017/1001;

I. Si procede, **la autorización** prevista en la segunda frase del artículo 75, apartado 2, del Reglamento (UE) 2017/1001.

En dicho reglamento se han establecido los puntos principales sobre los que pivotaría esta marca. Entre ellos destacan:

- Se han establecido **3 tipos de operadores de la marca**: propietarios de masas de pinos resineros, resineros encargados de extraer la resina y la industria de transformación. De esta manera, queda recogido en la marca todos los operadores involucrados en la obtención y primera comercialización de la resina.
- Se ha establecido un **porcentaje mínimo** por operador de resina que tendrá que salir al mercado del 60%. Este porcentaje es sobre la cantidad total de resina que cumpla las características de resina natural de Europa, que cada operador trabaje. Y tiene el doble objetivo de incentivar el uso de la marca por parte de los operadores y, por otro lado, desincentivar a aquellos operadores que solo quieran entrar en la marca por estar y aprovecharse del prestigio y publicidad que dicha marca pueda crear, pero no hacer un uso real de la misma.
- Se han establecido las **especies aptas** para el aprovechamiento resinero, así como las prácticas de extracción de la resina permitidas por la Marca
- Además, se han establecido unos **criterios de sostenibilidad** en el manejo de las masas resineras, en aras de que la marca no solo sirva para mejorar la visibilidad y la calidad de la resina Europa sino también para mejorar el manejo de las masas de pinos hacia unas prácticas forestales más sostenibles con el medio.
- Por último, se recogen la **estructura de autocontrol de la marca**, así como las medidas que se llevarán a cabo para asegurar ese autocontrol y se establecen los registros que deberán ser llevados tanto por el titular de la marca como por los operadores, estableciéndose también un régimen sancionador en caso de incumplimiento de algunos de los requisitos.

4. Requisitos legales y administrativos.

Los requisitos legales y administrativos vienen recogidos en tres reglamentos europeos principalmente:

- **Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo y del Consejo de 14 de junio de 2017** sobre la marca de la Unión Europea
- **Reglamento delegado (UE) 2018/625 de la Comisión de 5 de marzo de 2018 que complementa el Reglamento (UE) 2017/1001** del Parlamento europeo y del Consejo sobre la marca de la Unión Europea y deroga el Reglamento Delegado (UE) 2017/1430
- **Reglamento de Ejecución (UE) 2018/626 de la Comisión de 5 de marzo de 2018** por el que se establecen normas de desarrollo de determinadas disposiciones del Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la marca de la Unión Europea, y se deroga el Reglamento de Ejecución (UE) 2017/1431

El reglamento **(UE) 2017/1001 del Parlamento europeo y del Consejo** establece en su capítulo III el proceso necesario para la solicitud de la marca de la Unión. En el artículo 31, condiciones que deberá cumplir la solicitud indica:

1. La solicitud de marca de la Unión deberá contener:
 - A. Una instancia para el registro de marca de la Unión;
 - B. Las indicaciones que permitan identificar al solicitante;
 - C. La lista de productos o de servicios para los que se solicite el registro;
 - D. Una representación de la marca que cumpla los requisitos establecidos en el artículo 4, letra b).
2. La solicitud de marca de la Unión estará sujeta al abono de la tasa de depósito, que comprenderá una clase de productos y servicios y, en su caso, de una o varias tasas por clase por cada clase de productos y servicios que superen la primera clase; estará sujeta, asimismo, en su caso, al abono de la tasa de

búsqueda.

3. Además de los requisitos mencionados en los apartados 1 y 2, la solicitud de marca de la Unión deberá cumplir los requisitos formales establecidos en el presente Reglamento y en los actos de ejecución adoptados con arreglo a este. Si tales requisitos prevén que la marca se reproduzca en formato electrónico, el director ejecutivo podrá determinar los formatos y el tamaño máximo del correspondiente archivo electrónico.
4. La Comisión adoptará actos de ejecución que precisen los datos que deben figurar en la solicitud. Dichos actos de ejecución se adoptarán de conformidad con el procedimiento de examen contemplado en el artículo 207, apartado 2.

5. Requisitos presupuestarios y financieros

En cuanto a los requisitos presupuestarios y financieros para el mantenimiento y funcionamiento de la marca colectiva europea de la Resina natural de Europa, se ha establecido en el Reglamento de Uso, en su artículo 5, un modelo de cuotas para tratar de obtener recursos económicos de cara a cubrir los costes de la certificación y poder generar recursos posteriores para la publicidad y promoción de la marca. Sin perjuicio que este modelo de financiación sea modificado en la manera que los socios estimen oportuno, es un punto de partida para establecer la sostenibilidad económica a medio plazo de la marca e ir avanzando en su difusión.

A parte de los recursos propios que se generen por esta vía, se podrán optar a cuantas ayudas y subvenciones establezcan los diferentes países que forman el territorio amparado, para este tipo de Marcas y para su promoción, así como algunas que pueda establecer la propia UE directamente.

No es requisito indispensable disponer de unas cuotas siempre y cuando se acuerde el modelo de mantenimiento del autocontrol establecido por la marca. Y en el caso de la difusión y publicidad de la misma, es un criterio totalmente subjetivo en función de la importancia que los socios quieran hacer de la difusión de la misma y el retorno que esta marca les pueda generar.