

Pirineus. Marca, signe distintiu, denominació d'origen, indicació geogràfica, de procedència? On situar-ho

Quan utilitzem el terme *marca*, hem de ser conscients que ens estem referint a un dret de propietat industrial que atorga al seu titular l'exclusivitat a utilitzar un signe distintiu. Aquest signe, que és percebut pels sentits, permet identificar i diferenciar productes i/o serveis amb idèntica o similar finalitat. Aquests signes estan pensats perquè siguin utilitzats en el mercat i el comerç, de manera que els consumidors, tan aviat els perceben, els associen a una sèrie de característiques, sensacions o fins i tot grups socials que porten a relacionar-los amb uns productors o proveïdors de serveis específics.

La forma més clàssica d'un signe distintiu és un dibuix, una o diverses paraules amb significat o sense, un color o colors amb forma o no, la combinació de tots tres...

També hem de considerar totes aquelles percepcions sensorials, com olors, música i/o sorolls i en general tot allò que pugui portar el consumidor a crear un estímul, que influeix decisivament en l'elecció del bé o el servei que adquireix o consumeix.

Estem tots d'acord que la paraula *Pirineus* és un topònim que identifica geogràficament un accident geogràfic que associem a una serralada que, encara que només sigui perquè l'estem trepitjant, la situem ràpidament en un mapa. També és veritat que pel fet d'utilitzar-ne la forma catalana, possiblement l'estem circumscriuint a una zona més concreta d'aquesta serralada. No hem d'oblidar que al llarg d'aquesta serralada podem identificar diferents llengües que ens poden portar a pensar en arrels culturals diferents.

Arribats a aquest punt, ja estem en situació d'analitzar el fet d'associar el terme mercantil, de màrqueting i jurídic de *marca* amb el topònim *Pirineu*, títol d'aquestes vuitenes Jornades.

Si aprofundim en especial en el primer terme de *marca* i en general als diferents drets de propietat industrial, caldrà establir



Josep Carbonell i Gimeno, president de l'Associació de Mandataris del Principat d'Andorra (Amapa)

què és el volem transmetre en un consumidor quan percep el terme *Pirineu*, a què volem que sigui associat: a serveis de lleure, culturals, a productes, o a tots dos.

Si ho associem a serveis de lleure o culturals i a productes específics, la propietat industrial defineix dues figures:

- Marca col·lectiva, entesa com un signe distintiu registrat que pot ser explotat per tota persona que respecti un reglament d'ús, establert pel titular del registre de marca. Poden ser-ne titulars les associacions de fabricants, de productors, de pres-tadors de serveis o de comerciants, que seran els que definiran dit reglament. En aquest cas concret, pot constituir una marca col·lectiva, un signe o una indicació que pugui servir en el comerç per designar la procedència geogràfica dels pro-ductes o de la prestació dels serveis, sempre sotmesos al reglament comentat.
- Indicació de procedència, que informa del lloc on s'ha produït el servei o pro-ducte (*made in France*).

Per a productes agrícoles i alimentaris podem considerar les figures de:

- Denominació d'origen protegida, definida com el nom d'una regió, d'un lloc determinat o excepcionalment, d'un país, que serveix per designar un producte agrícola o un producte alimentari originari de dita regió, de dit lloc determinat o de dit país, la qualitat o característiques del qual són imputables fonamentalment o exclusiva al medi geogràfic, als seus factors naturals i humans, i que la producció transformació i elaboració es facin en la zona geogràfica delimitada.
- Indicació geogràfica protegida, entès com el nom d'una regió, d'un lloc deter-minat o, excepcionalment, d'un país, que serveix per designar un producte agrí-cola o un producte alimentari originari de dita regió, de dit lloc determinat o de dit país, amb una qualitat determinada, una reputació o una altra característica que pugui imputar-se a dit origen geogràfic, i que la producció transformació i elaboració es facin en la zona geogràfica delimitada.

Tant de bo que aquesta ràpida presentació hagi servit per fer una pinzellada de l'es-cenari que ofereix el terme *marca*, vist com un dret definit dins la propietat intel·lec-tual (IP).

Adjunto una sèrie d'enllaços que ens permetran aprofundir en aquest camp de la IP, sobre el qual descansa bona part de la seguretat jurídica de l'economia.

Oficina Mundial per la Protecció Industrial (OMPI)
<http://www.wipo.int>
Oficina d'harmonització del mercat interior
<http://www.oami.eu>
Oficina de marques del Principat d'Andorra (OMPA)
<http://www.ompa.ad>
Institut Nacional de la Propietat Industrial (INPI)
<http://www.inpi.fr>
Oficina Espanyola de Patents i Marques (OEPM)
<http://www.oepm.es>

Reglamento (CE) Núm. 510/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006, al voltant de la protecció de les indicacions geogràfiques i de les denominacions d'origen dels productes agrícoles i alimentaris.
<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:es:PDF>
Article 22 i posteriors de les Adpic (Aspectes del Dret de Propietat Intel·lectual relacionats amb el Comerç – Organització Mundial del Comerç.)
http://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips_04b_s.htm