

**ACUERDO POR EL QUE SE DA CONTESTACIÓN AL INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA) EN RELACIÓN A LA SOLICITUD DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORAS DE CINE PUBLICITARIO (APCP) SOBRE EL REGISTRO DE UNA MARCA**

**CNS/DTSA/268/19/ICAA/APCP- MARCA**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. María Fernández Pérez

**Consejeros**

D. Benigno Valdés Díaz  
D. Mariano Bacigalupo Saggese  
D. Bernardo Lorenzo Almendros  
D. Xabier Ormaetxea Garai

**Secretario de la Sala**

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 30 de abril de 2019

La Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y Competencia (en adelante CNMC), en su reunión de 30 de abril de 2019 ha acordado dar la presente contestación al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), dando traslado de una solicitud efectuada por la representación de la Asociación de Productoras de Cine Publicitario (APCP), en relación al registro de una marca de garantía.

**I.- PLANTEAMIENTO DE LA SOLICITUD**

El pasado 1 de marzo de 2019 se ha recibido en la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual de la Comisión Nacional de Mercados y Competencia (en adelante CNMC), un escrito del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), dando traslado de una solicitud realizada por la representación de la Asociación de Productoras de Cine Publicitario (APCP).

El escrito de APCP tiene por pretensión registrar en la Oficina de Patentes y Marcas una marca de garantía, cuyo objeto es asegurar que la producción publicitaria se realiza cumpliendo todos los requisitos legales establecidos en la normativa española.

Para ello, de acuerdo con lo establecido en el artículo 69.2 de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, ha elaborado un reglamento de uso y solicitado al Instituto de Cinematografía y de las Artes Visuales (ICAA) informe previo a su registro en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).

El ICAA se declara incompetente para verificar esa marca de garantía, por lo que remite tal petición a la CNMC, al considerar que el regulador audiovisual podría ser la autoridad competente para llevar a cabo dicho informe, teniendo en cuenta sus atribuciones de supervisión y regulación.

## II. MARCO JURÍDICO APLICABLE

De acuerdo con lo establecido en el artículo 1 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC (Ley CNMC), esta Comisión tiene por objeto garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos en beneficio de los consumidores y usuarios.

En el ámbito audiovisual, el artículo 9 de la Ley CNMC, atribuye a la CNMC una serie de funciones tasadas. Entre estas funciones, en materia de comunicaciones comerciales, se encuentran las relativas al control de las obligaciones, prohibiciones, y los límites al ejercicio del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales según lo dispuesto en los artículos 13 a 18 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA); el control del cumplimiento de las obligaciones impuestas para la protección del menor de acuerdo con el artículo 7 de la LGCA; o resolver el carácter no publicitario de los anuncios de servicio público o carácter benéfico conforme a la Disposición Adicional séptima de la misma norma.

No obstante, se trata de funciones de supervisión y control, a través de las cuales la CNMC ejerce sus competencias y que, por su propia naturaleza, constituyen un control y supervisión ex post, no preventivo ni genérico.

A su vez, la CNMC también colabora con las entidades sujetas a su supervisión a través de los instrumentos de autorregulación (art. 9.5 Ley CNMC).

La solicitud formulada por la APCP se refiere, sin embargo, a la intención de registrar una marca de garantía *“que exprese que las productoras de cine publicitario autorizadas a su uso, cumplen en el desarrollo de su actividad con todos los requisitos legales establecidos en la normativa española”*.

En los artículos 68 de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, se define marca de garantía como sigue:

*“(...) todo signo que, cumpliendo los requisitos previstos en el artículo 4, sirva para distinguir los productos o servicios que el titular de la marca*

*certifica respecto de los materiales, el modo de fabricación de los productos o de prestación de los servicios, el origen geográfico, la calidad, la precisión u otras características de los productos y servicios que no posean esa certificación. Toda persona física o jurídica, incluidas las instituciones, autoridades y organismos de Derecho público, podrá solicitar marcas de garantía, a condición de que dichas personas no desarrollen una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación de servicios del tipo que se certifica”.*

Además, en el artículo 69 de la Ley de Marcas se indica que:

*“La solicitud de registro de una marca de garantía deberá ser acompañada de un reglamento de uso en el que se indicarán las personas autorizadas a utilizar la marca, las características comunes de los productos o servicios que se van a certificar, la manera en que se verificarán estas características, los controles y vigilancia del uso de la marca que se efectuarán, las responsabilidades en que se pueda incurrir por el uso inadecuado de la marca y el canon que, en su caso, se exigirá a quienes utilicen la marca”.*

Por tanto, las marcas de garantía se refieren o emplean fundamentalmente para identificar productos que cumplen determinados estándares o categorías. Dichos productos (o servicios) deben cumplir una serie de requisitos específicos que son verificados por el titular de la marca que, a su vez, no puede desarrollar una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación de servicios del tipo que se certifica.

En este sentido, el titular de la marca asume la responsabilidad de controlar y verificar el adecuado cumplimiento de tales requisitos y, en la medida en que los certifica, se sujeta a un control previo por la autoridad competente en la materia, la cual comprueba si el reglamento de uso es acorde con la normativa aplicable.

En vista de las competencias atribuidas a la CNMC referidas anteriormente, no resulta acorde con sus funciones de organismo supervisor que informe un instrumento de esta naturaleza y características.

Sin perjuicio de la plena competencia que en esta materia corresponde a la OEPM, cabe señalar, en todo caso, que el Reglamento de Uso que se ha remitido se limita a señalar que *“las productoras que podrán hacer uso de la marca deberán someterse a un sistema de certificación o control externo por un organismo de control que certifique el cumplimiento de la normativa mediante un control de auditoría anual”.*

### **III. CONTESTACIÓN A LA SOLICITUD RECIBIDA**

Por todo lo anteriormente expuesto, esta Sala estima que la CNMC no es competente para la evacuación del informe solicitado, lo que debe notificarse en este sentido a la solicitud efectuada por la representación de la Asociación de Productoras de Cine Publicitario (APCP), además de remitirse este Acuerdo al Instituto de Cinematografía y de las Artes Visuales (ICAA) así como a la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), a los oportunos efectos.