



Consejo Consultivo de Canarias

D I C T A M E N 1 5 5 / 2 0 0 7

(Pleno)

La Laguna, a 4 de abril de 2007.

Dictamen solicitado por el Excmo. Sr. Presidente del Gobierno de Canarias en relación con el *Proyecto de Orden Departamental por la que se regula el procedimiento de autorización, uso y control de la marca "Artesanía Canaria" (EXP. 98/2007 PO)**.

F U N D A M E N T O S

I

1. Se interesa por el Excmo. Sr. Presidente del Gobierno al amparo del art. 11.1.B.b) en relación con el art. 12.1 de la Ley 5/2002, de 3 de junio, del Consejo Consultivo, preceptivo Dictamen sobre el Proyecto de Orden por la que se regula el procedimiento de autorización, uso y control de la marca "Artesanía Canaria".

2. En el procedimiento de elaboración del Proyecto de Orden (PO) se han emitido los preceptivos informes de acierto y oportunidad (art. 44 de la Ley 1/1983, de 14 de abril, del Gobierno) y de impacto por razón de género [art. 24.1.b) de la Ley 50/1997 en relación con la disposición final primera de la Ley 1/1983], ambos de 13 de septiembre de 2006; de la Dirección General de Fomento Industrial e Innovación Tecnológica (art. 44 de la Ley 1/1983) y de la Secretaría General Técnica de la Consejería de Industria, Comercio y Nuevas Tecnologías, de 19 de febrero de 2007 [art. 15 a) del Decreto 212/1991, de 11 de septiembre]; así como el del Servicio Jurídico del Gobierno, de fecha 12 de enero de 2007 [art. 20.f) del Reglamento de este Servicio, aprobado por Decreto 19/1992, de 7 de febrero], y de la Inspección General de Servicios, de 9 de febrero de 2007 [art. 56.e) del Decreto 40/2004, de 30 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de la Consejería de Presidencia y Justicia].

* **PONENTE:** Sr. Suay Rincón.

Constan, igualmente, la Memoria económica, de 13 de septiembre de 2006, de la Dirección General de Fomento Industrial e Innovación Tecnológica, así como el informe de la Oficina Presupuestaria de la Consejería de Industria, Comercio y Nuevas Tecnologías, de 25 de septiembre de 2006, exigido en virtud de lo previsto en el art. 2.2.f) del Decreto 153/1985, de 17 de mayo, por el que se crean las Oficinas Presupuestarias de las Consejerías del Gobierno de Canarias, modificado por Decreto 234/1998, y el informe, de 30 de octubre de 2006, de la Dirección General de Planificación y Presupuesto de la Consejería Economía y Hacienda, emitido en virtud de lo previsto en el art. 26.4.a) del Decreto 12/2004, por el que se aprobó el Reglamento Orgánico de la Consejería de Economía y Hacienda.

Finalmente, el Proyecto de Orden ha sido informado por la Comisión Canaria de la Artesanía en sesión celebrada el 12 de septiembre de 2006 en aplicación de los arts. 5.1 de la Ley 3/2001, de 26 de junio, de Artesanía de Canarias (LAC) y 2.a) del Decreto 99/2002, de 26 de julio, por el que se establecen las funciones, composición y normas de funcionamiento de este órgano colegiado y fue sometido al trámite de información pública (anuncio de 18 de septiembre de 2006, publicado en el BOC con fecha 4 de octubre de 2006), además de otorgarse audiencia a los Cabildos Insulares, mediante escritos de 28 de abril de 2006. Solamente respondió a este respecto el Cabildo Insular de Gran Canaria, por escrito de 17 de octubre de 2006.

3. Por lo que se refiere a la estructura y contenido del Proyecto de Decreto, el mismo va precedido de un Preámbulo, y consta de siete artículos y una disposición final, así como de dos anexos.

El articulado propuesto regula su objeto (art. 1), la presentación de solicitudes y documentación (art. 2), el procedimiento para otorgar la autorización de uso de la marca (art. 3), las condiciones de utilización (art. 4), las causas de suspensión y de revocación de la autorización (art. 5), la retirada de la marca (art. 6) y el régimen sancionador (art. 7).

II

1. El art. 5.1 LAC dispone que la Consejería competente en materia de artesanía, previo informe de la Comisión Canaria de Artesanía, dictará normas para acreditar la calidad de los productos artesanos canarios y creará marcas de calidad o garantía artesanal y distintivos de procedencia para su identificación en el mercado, sin perjuicio de las marcas de calidad establecidas por los distintos Cabildos Insulares

y de las facultades que ostenten los Departamentos competentes en materia de consumo y de productos agroalimentarios.

De acuerdo con lo señalado en la Exposición de Motivos del Proyecto de Orden, el Gobierno de Canarias ha creado una imagen gráfica, que consiste en un símbolo y el logotipo "Artesanía Canaria" y que ha sido registrada como marca en la Oficina Española de Patentes y Marcas, con el objetivo de presentar en el mercado una imagen única de la artesanía canaria, diferenciándola del resto de productos.

El Proyecto de Orden se dirige, en consecuencia, de acuerdo con lo establecido en su art. 1, a la regulación del procedimiento para la autorización, uso y control del distintivo de la marca que, con la denominación "Artesanía Canaria", es propiedad de la Comunidad Autónoma de Canarias, para identificar los productos artesanos canarios y acreditar que el producto que lo lleva ha sido elaborado por un artesano o empresa artesana inscrito en el Registro de Artesanía de Canarias.

Conforme señala el apartado 2 de este mismo art. 1, con este distintivo se pretende dotar a la artesanía canaria de una imagen única que la distinga e identifique, proteger y mantener el prestigio de los artesanos canarios y de sus obras e informar al consumidor sobre la producción artesana.

2. El Proyecto de Orden sometido a nuestra consideración invoca como fundamento legal de la normativa proyectada el art. 5 LAC, cuyo tenor literal, preciso es ahora señalarlo, dice así:

"Art. 5. Marcas de calidad y distintivos de procedencia.

1. La consejería competente en materia de artesanía, previo informe de la Comisión Canaria de la Artesanía, dictará normas para acreditar la calidad de los productos artesanos canarios y creará marcas de calidad o garantía artesanal y distintivos de procedencia para su identificación en el mercado, sin perjuicio de las marcas de calidad establecidas por los distintos Cabildos insulares y de las facultades que ostenten los Departamentos competentes en materia de consumo y de productos agroalimentarios.

2. Los establecimientos en los que se ofrezcan a la venta productos de artesanía canaria que cuenten con los distintivos o marcas a los que se refiere el apartado anterior de este artículo, deberán exponer estos productos diferenciadamente de los que carezcan de aquellas garantías, de forma tal, que cualquier interesado en su adquisición pueda identificarlos y distinguirlos fácilmente, sin que se pueda dar

lugar a confusión ni inducirse a error con respecto a los simples souvenirs o demás productos que, aun siendo elaborados artesanalmente, carecen de aquellas garantías”.

Es necesario relacionar los conceptos empleados por este artículo con los siguientes datos normativos:

A. Conforme a la legislación estatal, “se entiende por marca todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de las de otras” (art. 4.1 de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, LM).

B. La marca es un derecho de propiedad industrial [art. 1.1.a) LM].

C. Este derecho nace con la inscripción de la marca en el registro competente que es la Oficina Española de Patentes y Marcas, OEMP (arts. 2.1 y 1.3 LM). La regla del carácter constitutivo de la inscripción no tiene más excepciones que las contempladas en el art. 6.2.d) LM en relación con el art. 6 *bis* del Convenio de la Unión de París para la protección de la propiedad industrial, de 20 de marzo de 1883 (revisado en Estocolmo el 14 de julio de 1967), y ratificado por España mediante Instrumento de 13 de diciembre de 1971, que se publicó en el BOE de 1 de febrero de 1974; con las modificaciones adoptadas por la Asamblea de la Unión Internacional para la protección de la Propiedad Industrial (que fueron publicadas en el BOE de 25 de agosto de 1984) y en el art. 2.2 LM.

D. Como todo derecho de propiedad, confiere las facultades de uso exclusivo de la marca y de disposición sobre ella (arts. 34.1 y 46 a 48 LM).

E. Por el ámbito de su protección, las marcas pueden ser nacionales, comunitarias o internacionales (arts. 3, 79 y 84 LM). No existen marcas regionales porque dificultan la libre circulación de mercancías en el territorio nacional en detrimento del principio de unidad de mercado establecido en el art. 139.2 de la Constitución. Véase al respecto el Fundamento Jurídico 5 de la STC 103/1999, de 3 de junio, que resuelve los recursos de inconstitucionalidad acumulados contra varios preceptos de la anterior Ley 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas, donde se afirma que el ámbito de protección legal a las marcas y nombres comerciales se extiende a todo el territorio del Estado porque constituyen elementos esenciales del sistema de competencia no falseado sobre el que se asienta el mercado único nacional.

F. Atendiendo al tenor de la propia Ley de Marcas, existen tres tipos de marcas: las individuales, las colectivas y las de garantía.

Las individuales constituyen el supuesto típico incluido en la definición legal de marca. "Se entiende por marca todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de las de otras".

Las marcas colectivas son aquellas que distinguen en el mercado los productos o servicios de los miembros de una asociación titular de la marca de los productos o servicios de otras empresas (art. 62.1 LM). El 62.4 LM prohíbe que se autorice su uso a personas que no estén reconocidas por la asociación; el 63.1 LM establece que el reglamento de uso debe expresar los datos de identificación de la asociación, las condiciones de afiliación a ella y los motivos por los que se puede prohibir el uso de la marca a un miembro de la asociación; el 63.2 LM prevé que, en el supuesto de marcas colectivas geográficas cualquier persona cuyos productos o servicios procedan de la zona geográfica abarcada podrá hacerse miembro de la asociación; y el 67.4 LM contempla como causa de caducidad de la marca colectiva que su titular haya negado arbitrariamente el ingreso en la asociación a una persona capacitada por ello, aunque también se faculta al Tribunal para que en vez de declarar la caducidad se limite a condenar al titular a admitir en la asociación a la persona arbitrariamente excluida.

El uso de la marca colectiva está disciplinado por regulaciones privadas. El denominado reglamento de uso (art. 63 LM) y su tutela están confiada exclusivamente a la Jurisdicción ordinaria (art. 40 a 45 LM a los cuales remiten el art. 78 LM y el art. 67 LM).

Las marcas de garantía, en tercer lugar, son las utilizadas por una pluralidad de empresas bajo el control y autorización de su titular, que certifica que los productos o servicios a los que se aplica cumplen unos requisitos comunes. El titular de la marca no puede producir los bienes, ni prestar los servicios, ni comercializar ambos (art. 68.1 y 2 LM).

El uso de la marca de garantía está regulado por el 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 vigilancias del uso de la marca que se efectuarán, las responsabilidades en que se puede incurrir por el uso inadecuado de

la marca y el canon que se exigirá a quienes utilicen la marca (art. 69.1 LM). Si la marca de garantía consistiere en una indicación geográfica, cualquier persona cuyos productos o servicios provengan de esa zona geográfica y cumplan las condiciones prescritas por el reglamento de uso, podrá utilizar la marca (art. 69.3 LM). También la marca de garantía se protege mediante acciones civiles y penales ante la jurisdicción ordinaria (arts. 40 a 45 LM a los cuales remite el art. 78 LM).

G. Como la Ley de Marcas no establece restricciones a la legitimación para inscribir marcas, las Administraciones públicas pueden ser titulares de ellas (art. 3.4 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, LRJAP-PAC, en relación con el art. 38 del Código Civil, arts. 4 y 22 de la Ley 8/1987, de 28 de abril, del Patrimonio de la Comunidad Autónoma de Canarias).

3. Distintas de las marcas son, en cualquier caso, las denominaciones de origen. Las denominaciones de origen no constituyen marcas [arts. 5.1.c) y h) LM], porque, a diferencia de éstas que presuponen un derecho individualizado de utilización en exclusiva y, por ende, tutelan un interés privado, aquellas no son “apropiables”, objeto de propiedad individualizada o colectiva. El instituto de la denominación de origen responde a una lógica comunal que afecta al interés público, la defensa de los intereses de las localidades o regiones que producen bienes cuya calidad o características se deba en exclusiva o esencialmente al medio geográfico. Por esta presencia del interés público, el instituto de la denominación de origen está disciplinado por el Derecho Administrativo y con estas dos notas esenciales: a) No se permite el uso privativo e individualizado de la denominación, y b), La existencia de controles que garantizan la calidad y la procedencia del producto.

Además, las marcas tienen un período de vida determinado, al término del cual habrán de ser renovadas o se extinguirán para siempre. En cambio, las denominaciones de origen, como son signos distintivos reconocidos administrativamente, duran mientras la Administración no estime conveniente su supresión, salvo que la ley les haya conferido naturaleza demanial. Esto está en relación con el hecho de que las denominaciones de origen responden a un uso consolidado en el tráfico anterior a su reconocimiento administrativo el cual se produce precisamente por ese uso previo y con la finalidad de defenderlo; a diferencia de las marcas que se crean con su inscripción registral y que normalmente no reflejan una realidad social anterior en que tales signos de diferenciación se estuvieran usando.

Otra diferencia importante radica en que las marcas pueden referirse a cualquier producto o servicio, mientras que las denominaciones de origen se refieren, como se señaló, a productos vinícolas, alimenticios o de otro tipo cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico donde se originan, comprendidos los factores naturales y los factores humanos (art. 2.1 del Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las Denominaciones de Origen y su registro internacional, de 31 de octubre de 1958, revisado el 14 de julio de 1967 por la Conferencia de Estocolmo). De ahí que la denominación de origen consista siempre en una denominación geográfica, que además el uso la hay consagrado para referirse a un producto; mientras que las marcas son normalmente denominaciones de fantasía.

La presencia de un interés público en las denominaciones de origen conlleva que su régimen sea jurídico administrativo y, consecuentemente, se tutelan mediante el ejercicio de potestades administrativas; al contrario de las marcas mercantiles antes mencionadas que se protegen por acciones civiles y penales ante la jurisdicción ordinaria, porque su naturaleza es la de un derecho subjetivo, privado.

Véanse para cuanto se ha expuesto el Reglamento (CE) nº 1493/1999 del Consejo, de 17 de mayo de 1999, por el que se establece la organización común del mercado vitivinícola; el Reglamento (CE) nº 510/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios; la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino; el Real Decreto 1573/1985, de 1 de agosto, por el que se regulan las denominaciones genéricas y específicas de productos alimentarios; el Real Decreto 728/1998, de 8 de julio, que establece las normas a las que deben ajustarse las denominaciones de origen, específicas o genéricas, de productos agroalimentarios no vínicos; el art. 2.1 y 2 f), g), h), j), k) y m) de la Ley 1/2005, de 22 de abril, de creación del Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria; la STC 211/1990, de 20 de diciembre, que resuelve el recurso de inconstitucionalidad contra la Ley 9/1985, de 30 de julio, del Parlamento de Galicia, de protección de las piedras ornamentales, que reconoce la posibilidad de que las Comunidades Autónomas con competencia legislativa sobre denominaciones de origen -como es el caso de la canaria, véase art. 31.5 de su Estatuto de Autonomía- puedan crear denominaciones de origen para productos no agroalimentarios ni vinícolas; y la STC 112/1995, de 6 de julio, que resuelve el conflicto de competencia interpuesto frente al Real Decreto 157/1988, de 22 de febrero (que estableció la normativa de las denominaciones de origen

vinícolas), que reconoce la competencia estatal para establecer normas básicas en materia de denominaciones de origen ante la existencia de preceptos estatutarios similares al actual art. 31.5 del Estatuto de Autonomía de Canarias.

4. La marca propiedad de la Comunidad Autónoma de Canarias, de acuerdo con lo que resulta del expediente remitido a este Consejo, no es una marca de garantía, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley de Marcas. De hecho, en la publicación de la solicitud de registro (Boletín Oficial de la Propiedad Industrial de 16 de junio de 2006) no se incluyó la indicación de que se tratara de una marca de aquella naturaleza, como en tal caso hubiera sido preceptivo de conformidad con lo previsto en el art. 16.2.g) del Reglamento de la Ley de Marcas (Real Decreto 687/2002, de 12 de julio). Lo que no significa sin embargo que con posterioridad pueda instarse su inscripción con tal carácter, como han hecho otras Comunidades Autónomas.

Además, dado que no se trata de una marca de garantía no se elaboró el Reglamento de uso, sólo preceptivo para éstas y para las llamadas marcas colectivas (art. 62 a 69 LM), dado que en estos casos se trata de marcas que serán utilizadas por personas distintas de su titular, siempre que cumplan los requisitos por el mismo establecidos y que precisamente se contienen en tal reglamento.

Que la marca "Artesanía Canaria" cuyo régimen de autorización y control constituye el objeto del Proyecto de Orden objeto de este Dictamen no se planteó como una marca de garantía lo confirma que el Registro autorizara su inscripción sin que la Comunidad Autónoma acompañara a la solicitud un reglamento de uso, como es preceptivo en el supuesto de las marcas de garantía (y de las colectivas) y, en último término, que ahora se requiera precisamente la aprobación de la normativa proyectada para regular el procedimiento administrativo para su autorización y utilización.

Frente a la marca de garantía, la marca ordinaria (o individual) posee ciertamente un régimen diferente. Ahora bien, dicho régimen no excluye su uso por terceros; antes bien, la utilización por éstos está expresamente consentida por la normativa de aplicación (art. 48 LM: "Tanto la solicitud como la marca podrán ser objeto de licencias sobre la totalidad o una parte de los productos y servicios para los cuales esté registrada y para todo o parte del territorio español. Las licencias podrán ser exclusivas o no exclusivas"). Esto es, cabe que el titular de una marca autorice su utilización a terceros, desde luego, en los términos que acaban de expresarse; y ello constituye, además, práctica frecuente.

Lo que sin embargo también está claro es que si la titularidad sobre estas marcas recae sobre alguna de las Administraciones Públicas, no cabe entonces el mero recurso por éstas a las técnicas propias del Derecho privado para disponer la atribución a terceros de los derechos de uso que pretendan otorgarse, sino que por las peculiaridades propias resultantes de su estatuto jurídico, el Derecho Administrativo impone a aquéllas una reglamentación de este carácter, lo que constituye justamente la finalidad pretendida por el Proyecto de Orden sometido a nuestra consideración.

La competencia de la Comunidad Autónoma de Canarias para promover la aprobación de la normativa proyectada resulta de lo dispuesto por el art. 30.11 de su Estatuto de Autonomía (EAC), que le otorga la competencia con carácter exclusivo sobre dicha materia (asimismo, y complementariamente, del art. 30.30 del mismo texto estatutario, que le apodera igualmente para establecer con el mismo carácter exclusivo “el procedimiento administrativo derivado de las especialidades de su organización propia”), que tiene un ámbito y un alcance propios, y que es diferente de la competencia estatal sobre propiedad industrial e intelectual (art. 149.1.9ª de la Constitución), respecto de la que la Comunidad Autónoma posee sólo competencias de mera ejecución (art. 33.8 EAC).

Con el expresado fundamento estatutario antes indicado (art. 30.11 EAC), la Comunidad Autónoma de Canarias impulsó la elaboración de una normativa propia de rango legal (la LAC, justamente), de uno de cuyos preceptos (art. 5.1) el Proyecto de Orden pretende ahora constituir su desarrollo. De ahí, por lo demás, por tratarse de un reglamento de carácter ejecutivo, la preceptividad de nuestro Dictamen, al amparo de la Ley reguladora del Consejo Consultivo de Canarias (art. 11.B.b LCC).

Esto sentado, sin embargo, ha de ponderarse la efectividad de la normativa reglamentaria propuesta para cuyo desarrollo se invoca asimismo la Ley de Marcas. Por su propia naturaleza y objetivo, que es regular la actuación de las empresas en el mercado, la previsión de la Ley estatal es que la marca ordinaria sirva prácticamente a los solos efectos de distinguir los productos de una empresa de los de otras, del mismo tipo o de cualquier otra clase. No se asegura de este modo el ofrecimiento de una garantía suficiente de la calidad de dichos productos, como es lo realmente pretendido por el art. 5.1 LAC.

En cualquier caso, al amparo de su exclusiva competencia sobre la materia de artesanía, y con fundamento asimismo en las previsiones legales establecidas por la

normativa reguladora de esta materia actualmente en vigor (art. 5.1 LAC), puede llegar a alcanzarse el propósito último pretendido, esto es, el de crear mediante un reglamento propio el procedimiento administrativo para la autorización y utilización de la marca de calidad y/o garantía "Artesanía Canaria", a los fines en esa normativa contemplado, así como para regular su régimen jurídico y las condiciones para su utilización, en general, por los sujetos afectados, que son exclusivamente los artesanos, y en relación con la actuación específica concernida, la artesanía. Así, cabe indicar como ejemplo, lo ha venido a realizar igualmente Andalucía (Decreto 242/2001, de 6 de noviembre, por el que se regula la marca Calidad Certificada para los productos agroalimentarios y pesqueros), si bien obviamente respecto de distinta clase de productos.

Procede, conforme a lo expuesto, y a fin de resaltar el carácter propio del Proyecto de Orden sometido a nuestra consideración, que es la reglamentación administrativa del uso de una determinada marca en desarrollo del art. 5.1 LAC, se debiera fundamentar el Proyecto de Orden en los títulos competenciales indicados (art. 30.11 del Estatuto de Autonomía de Canarias) e incorporar las menciones precisas a tal efecto a su Preámbulo.

III

Al margen de las observaciones generales que acaban de exponerse, se formula a la normativa proyectada las siguientes observaciones a su articulado.

Art. 2.2.

Los artesanos que pueden instar la concesión de la marca de calidad deben estar inscritos en el Registro de Artesanía de Canarias (art. 2 PO) al que en su momento debieron aportar una documentación (art. 4. tercera del Decreto 178/2004, de 13 de diciembre, por el que se regula el Registro de Artesanía de Canarias) que ahora nuevamente se les pide para la concesión de la marca (documentos de identidad del artesano, o en su caso de la empresa artesana, al igual de la persona que firma la solicitud), siendo así que en ambos casos la competencia se ejerce de una u otra forma a través de la Dirección General competente en materia de artesanía, lo que sitúa la petición de documentación en el ámbito del art. 35.f) LRJAP-PAC, según el cual los ciudadanos tienen derecho a no presentar documentos "que ya se encuentren en poder de la Administración actuante". Refuerza estas consideraciones la virtual supresión de la obligación de aportar la fotocopia del documento nacional

de identidad que desde principio de este año rige con carácter general para la Administración General del Estado (Real Decreto 522/2006, de 28 de abril).

Art. 4.

Reitera el art. 2.1 PO en lo que atañe a los sujetos que pueden utilizar la marca. Como dichos sujetos coinciden con los que pueden solicitar su utilización (art. 2 PO), resulta superfluo. El art. 4 podría comenzar a partir de la cláusula que incorpora a su apartado 2.

Art. 5.

Apartado 1. Nada dice sobre la naturaleza, alcance y efectos de la “suspensión” de la autorización que deben ser por definición diferentes a los de la “revocación”. La Propuesta de Orden, sin embargo, homologa los efectos de una y otra en el art. 6.1 PO y que no son otros que la retirada del mercado de todas las etiquetas. Equiparación inaceptable pues estamos ante situaciones distintas, por lo que distintos deben ser sus efectos.

Por lo demás, esta norma debería precisar que la suspensión prevista por ella procederá sin perjuicio de la aplicación del Derecho administrativo sancionador que corresponda aplicar, y que se encuentra en el Título IV de la Ley habilitante (LAC). Ciertamente es que el art. 7 PO contiene después una remisión al citado Título, pero debe dejarse expresa constancia que la suspensión -también revocación- de la autorización no es incompatible con la imposición de las multas que procedan en su caso (art. 14 LAC). De hecho, el apartado a) de este artículo, concerniente a las causas de suspensión de la autorización, hace referencia a una conducta que constituye un tipo sancionador en la Ley 3/2001 [art. 13.1.a) LAC].

Apartado 2.b). Señala que procede la revocación cuando se incumplan los “requisitos exigidos para su autorización”; pero es que el incumplimiento de algunos requisitos de la concesión de la autorización constituye también una causa de suspensión, lo que puede dar lugar a cierta confusión entre los supuestos de hecho de una y otra técnica. Debe en suma perfilarse en aras de la seguridad jurídica, y sin solapamientos, los supuestos de hecho determinantes de la suspensión y la revocación de la autorización otorgada para el uso de la marca, y los que legitiman asimismo el recurso al Derecho administrativo sancionador.

Art. 6.

Regula los efectos de la suspensión o revocación de la autorización de forma poco precisa, pues si en su apartado 1 la obligación de retirar las etiquetas a persona indeterminada se impone genéricamente (“deberán retirarse del mercado todas las etiquetas”), en el apartado segundo se señala que tal obligación corresponde “asimismo a la persona o empresa autorizada después de ser revocada la autorización”.

Por lo demás, si la cita en el primer párrafo de la “revocación” es correcta, el segundo párrafo resulta ocioso, pues reitera el efecto en caso de revocación. La distinción sería pertinente si el primer párrafo se refiriera al titular de los “establecimientos en los que se ofrezcan a la venta productos de artesanía canaria que cuenten con los distintivos o marcas” (art. 5.2 LAC) y el segundo al titular de la autorización. Claro que no hay razón para establecer esta distinción, puesto que la autorización se concede al artesano, y no al titular del establecimiento comercial donde se venden sus productos, por lo que si la norma quisiera extenderse a los titulares de establecimientos habría que comunicarles también a ellos tanto la concesión como la suspensión o revocación de la marca, y no parece posible que la Dirección General de Artesanía pueda llegar a contar con un listado de todos los establecimientos donde se vendan productos con la marca Artesanía Canaria.

La obligación, por razón de lo expuesto, debe asumirse sólo por el artesano que resultó autorizado y cuyo título fue después suspendido o revocado. Debe esclarecerse que corresponde a éste la obligación de proceder a la retirada, en el plazo que se indica, de las etiquetas so pena de incurrir en infracción sancionable. Lógicamente, a partir de ello, el titular del establecimiento debe retirar tales productos a continuación del lugar diferenciado (art. 5.2 LAC) donde se encuentran y colocarlos en lugar distinto.

Sin perjuicio de lo expuesto, por último, no figuran en el Proyecto de Orden la imagen gráfica correspondiente al símbolo y logotipo registrada como marca, ni al período de tiempo autorizado por el Registro para su utilización, extremos que procedería incorporar a la normativa propuesta.

C O N C L U S I Ó N

Es conforme a Derecho el Proyecto de Orden sometido a la consideración de este Consejo Consultivo, sin perjuicio de las observaciones puntuales expresadas en el Fundamento III.