

965123757



ADMINISTRACION
DE JUSTICIA

JUZGADO DE LO MERCANTIL NUM UNO DE ALICANTE

Procedimiento: JUICIO ORDINARIO núm.234/2007

Parte demandante: COMITE INTERPROFESSIONNEL DU VIN DE CHAMPAGNE e INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITE

NOTIFICACIÓN

Procurador: SR. ENRIQUE DE LA CRUZ LLEDO

Abogado: D. IGNACIO DIEZ DE RIVERA ELZABURU

23 ABR. 2008

Parte demandada:

Procurador: SR. PEDRO QUIÑONERO HERNANDEZ

Abogado: D. FELIX LOPEZ DE MEDRANO Y OTRO.

PROCURADOR - COL. 208
ENRIQUE DE LA CRUZ

SENTENCIA núm. 47/08

En Alicante, a 17 de abril de 2008

Vistos por mí, D. Rafael Fuentes Devesa, Magistrado Juez del Juzgado de lo Mercantil núm.1 de Alicante, los presentes autos de Juicio Ordinario seguidos con el número 234/2007 promovidos a instancia de COMITE INTERPROFESSIONNEL DU VIN DE CHAMPAGNE e INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITE representado/a por el/la Procurador/a Sr/a. ENRIQUE DE LA CRUZ LLEDO y defendido/a por el/la letrado/a Sr/a. IGNACIO DIEZ DE RIVERA ELZABURU contra representado/a por el/la Procurador/a Sr/a. PEDRO QUIÑONERO HERNANDEZ y defendido/a por el/la letrado/a Sr/a. FELIX LOPEZ DE MEDRANO Y OTRO, sobre propiedad industrial, competencia desleal y publicidad

ANTECEDENTES DE HECHO

Primero - Que la meritada representación de la parte actora formuló demanda arreglada a las prescripciones legales en la cual, previa alegación de los hechos y fundamentos de derecho que estimo pertinentes, solicitaba que se dictara sentencia por la que: "1ºDECLARE: Que la utilización por las demandadas del distintivo CHAMPAGNE en su denominación social, en su publicidad, en Internet y en su establecimiento conocido como BAR CHAMPAGNE, constituye una infracción de los derechos de las actoras sobre la Denominación de Origen CHAMPAGNE, así como un acto de competencia desleal.

2º CONDENE SOLIDARIAMENTE A LAS DEMANDADAS

A) A estar y pasar por la anterior declaración.

B) A cesar en cualquier clase de utilización de la expresión CHAMPAGNE como signo distintivo para designar su actividad mercantil, sus establecimientos, y su publicidad, incluyendo su uso, en Internet, y como parte de nombres de dominio.



GENERALITAT
VALENCIANA

965123757



ADMINISTRACION
DE JUSTICIA

- C) A abstenerse en el futuro de utilizar dicho término CHAMPAGNE para designar su actividad mercantil, sus establecimientos, así como su publicidad, incluyendo su uso, en Internet, y como parte de nombres de dominio
- D) A retirar del mercado cualesquiera rótulos que incluyan la Denominación CHAMPAGNE de la fachada y el interior de sus establecimientos, anuncios, folletos, y documentos publicitarios o comerciales de todo tipo en los que figure la expresión CHAMPAGNE como signo distintivo.
- E) A indemnizar a las demandantes, en razón de los daños patrimoniales causados o daño emergente por el importe de 6.023,73 Euros.
- F) A indemnizar a las demandantes, en razón del lucro cesante por el beneficio obtenido por el infractor a través del establecimiento distinguido bajo la marca BAR CHAMPAGNE, en los últimos cinco años y hasta la fecha en que se haga efectivo el cese en el comportamiento infractor.
- G) A indemnizar a las demandantes, en resarcimiento del daño al prestigio de la denominación CHAMPAGNE, o daño moral en una cantidad de 30.000 Euros. Todo ello con expresa imposición de las costas a las demandadas"

Segundo.- Que admitida a trámite, se dispuso el emplazamiento de la/s parte/s demandada/s para que en el término legal, compareciere/n en autos y contestara/n aquella, verificándolo en tiempo y forma, mediante la presentación de escrito de contestación, en el que solicitó la desestimación de la demanda, previa alegación de los hechos y fundamentos de derecho que consideró aplicables

Tercero.- Precluido el trámite de contestación a la demanda, se convocó a las partes personadas a la audiencia previa al juicio prevista en el art. 414, que tuvo lugar el día y hora señalado, con la asistencia de la parte actora y demandada/s personada/s, sin que se lograra acuerdo, se interesó por las partes la práctica de las pruebas documental, testifical e interrogatorio, que se admitieron, excepto las declaradas improcedentes en los términos que figuran en el soporte audiovisual, señalándose la celebración del juicio

Cuarto.- El día y hora señalados tuvo lugar el juicio, en el que se practicaron las diligencias probatorias declaradas pertinentes, y tras el trámite de informe y conclusiones, se dio por concluido el acto y visto para sentencia

Quinto.- En la sustanciación del presente juicio se han observado las prescripciones legales y demás de pertinente aplicación al supuesto de autos, excepto el plazo para dictar sentencia por la acumulación de asuntos concursales de preferente tramitación

FUNDAMENTOS DE DERECHO

Primero: Planteamiento

1. Las actoras COMITE INTERPROFESSIONNEL DU VIN DE CHAMPAGNE (en los sucesivo C.I.V.C), entidad francesa encargada de velar por los intereses de los productores de Champagne, así como de la defensa legal de la Denominación de Origen CHAMPAGNE y el INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITE (en adelante INAQ), institución pública administrativa encargada de velar



GENERALITAT
VALENCIANA

965123757



ADMINISTRACION
DE JUSTICIA

por los intereses de las denominaciones de origen francés en el mundo, formulan demanda contra la mercantil y contra su administrador único por el uso sin autorización de la denominación de origen protegida CHAMPAGNE en la explotación de un establecimiento sito en Javea, dedicado a la venta de productos alcohólicos variados, y de restauración. En concreto y de forma sucinta, se afirma que: i) que fue constituida en su día bajo la denominación social CHAMPAGNE, S.L., con el objeto social consistente en "hostelería y el comercio de prendas de vestir y solo como consecuencia de la reclamación de las actoras en el año 2004 procedió a modificar la denominación social a la actual; ii) que dicha mercantil explota entre otros establecimientos de copas, el conocido como BAR CHAMPAGNE, sito en la playa de Javea, comercializándose en el mismo también diversos productos promocionales (de merchandising) como camisetas, etc, distinguidas con la palabra CHAMPAGNE, apareciendo tal expresión en la fachada, menú, posavasos y ticket de venta. Añade que el que se haya procedido a añadir un nuevo término -JALOUSIE- no desvirtúa la infracción, dado que el distintivo CHAMPAGNE sigue apareciendo de manera destacada como signo distintivo en la fachada, incluso con su correspondiente logo; iii) que es titular de diversos nombres de dominios que cobijan una páginas web activas que incluyen la denominación CHAMPAGNE (www.champagnecompany.com; www.champagnejavea.com; www.coolchampagne.com) redireccionándose las dos últimas a la primera; iv) que se ofrecen como "Cocktails de Champagne" bebidas que en realidad están compuestas de otras bebidas espumosas, como es el "Cava"

2. Las actoras ejercitan en primer lugar las acciones dimanantes de la legislación específica de Denominaciones de Origen, con invocación del derecho francés -Decreto de 29 de Junio de 1936 y Código Rural (Code Rural) francés - por tener la denominación CHAMPAGNE un origen francés, que se extiende en España mediante el instrumento de ratificación al Convenio entre el Estado Español y la República Francesa sobre la Protección de las Denominaciones de Origen, Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Certos Productos, y Protocolo, hecho en Madrid el 27 de julio de 1973, el Reglamento Comunitario 1493/1999 sobre el mercado vitivinícola y la Ley española 24/2003 de la Vinya y del Vino, por infracción del derecho de exclusividad que tienen los titulares legítimos de las mismas para usarlas e impedir a terceros que las usen indebidamente; en segundo lugar, las acciones derivadas de la Ley de Competencia Desleal de 10 de enero de 1991, por considerar que la actuación de la demandada constituye un acto de confusión (artículo 6), un acto de engaño (artículo 7) y un acto de explotación de la reputación ajena (artículo 12) y finalmente, desde la óptica de la Ley General de Publicidad de 11 de noviembre de 1988 encuadra la actuación de la demandada como un supuesto de publicidad engañosa (art 4) y desleal (art 6)

3. Los demandados se oponen y solicitan la libre absolución, por entender que no hay infracción de la normativa de denominación de origen al no identificar productos sino servicios de hostelería y que no concurren actos de competencia desleal, aduciendo en extracto, los siguientes motivos: 1º) prescripción de la acción de competencia desleal en relación con la denominación social de la mercantil demandada y parte de la acción de reclamación de daños patrimoniales (facturas



GENERALITAT
VALENCIANA

965123757



ADMINISTRACION
DE JUSTICIA

reclamadas de 20 noviembre de 2002 a 24 de enero de 2006); 2º) que ha modificado la denominación social, el rótulo del establecimiento, las páginas web y los tickets, cartas de productos, camisetas, portaobjetos y tarjetas eliminando el término "champagne"; 3º) que el término champagne era utilizado con finalidad descriptivas durante más de 14 años sin oposición de las actoras; 4º) inexistencia de engaño por el uso de champagne en el apartado de cócteles; 5º) inexistencia de prueba de daños y perjuicios, sin que haya solidaridad entre los demandados

Segundo.- La protección de la denominación de origen Champagne

4. Las Denominaciones de Origen se tratan de signos distintivos que identifican los productos en razón de su procedencia geográfica o calidad de los mismos, a las que hace referencia el artículo 22.1 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) señalando que (las indicaciones geográficas) "son las que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico" viniéndose a considerar como modalidad de la propiedad industrial y como tal aparece en el Convenio de la Unión de París para la protección de la Propiedad Industrial (CUP) de 20 de marzo de 1883 (Acta de Estocolmo de 14 de julio de 1967) en su artículo 1.2. Como en todas las modalidades de propiedad industrial otorga el llamado ius prohibendi: derecho a impedir que terceros sin autorización utilicen indebidamente la denominación en el mercado

5. En el caso concreto de la Denominación de Origen CHAMPAGNE, su protección tiene lugar mediante la normativa propia francesa, que extiende su ámbito protector a España en virtud del Convenio entre el Estado Español y la República Francesa sobre la Protección de las Denominaciones de Origen, Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Ciertos Productos, y Protocolo, hecho en Madrid el 27 de junio de 1973 al estar prevista en el Anexo y ser de aplicación el art 2 según el cual "Las denominaciones que figuran en el anejo "A" al presente Convenio quedan reservadas exclusivamente, en el territorio del Estado español, a los productos o mercancías franceses y no pueden ser utilizados en el mismo más que en las condiciones previstas por la legislación de la República Francesa. Sin embargo, ciertas disposiciones de esta legislación podrán, llegado el caso, ser declaradas inaplicables por Protocolos, que se considerarán como parte integrante del presente Convenio".

6. Normativa francesa que viene constituida (sin que haya discusión al respecto) por los artículos L643-1, L-643-2 y L-643-3 del Código Rural (Code Rural) francés trascritos en el folio 27 de la demanda (y doc num 2) sin que conste que la reforma operada en 2007 haya afectado a su esencia, según documentación aportada en la audiencia previa por las actoras ante las alegaciones de los demandados, y que en ningún caso consta impugnada su falta de autenticidad ni que no responda a la realidad legislativa gala, debiendo destacar de la misma el artículo L.643-1(anterior L 641-2) según el cual " El nombre que constituya la denominación de origen o cualquier otra mención que la evoque no podrá ser empleado para ningún otro producto similar - sin perjuicio de las disposiciones legislativas o reglamentarias vigentes el 6 de julio de 1990. No podrá emplearse



GENERALITAT
VALENCIANA

965123757

para ningún establecimiento ni ningún otro producto o servicio si dicha utilización fuese susceptible de sesgar o debilitar la notoriedad de la denominación" y el artículo L.643-2 que dice "La utilización de indicación de origen o de procedencia no debe ser susceptible de inducir a error al consumidor acerca de las características del producto, de sesgar o debilitar la notoriedad de una designación reconocida como denominación de origen o registrada como indicación geográfica protegida o especialidad tradicional garantizada, o, de modo más general, perjudicar, especialmente por la utilización abusiva de una mención geográfica en una denominación de venta, el carácter específico de la protección reservado a las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas protegidas y las especialidades tradicionales garantizadas".

7. Por tanto, frente la tesis defensiva de los demandados, aunque no hay identidad entre los productos que distinguen la denominación geográfica (una determinada clase de vinos espumosos) y los servicios que presta el establecimiento de la demandada (local dedicado a servir bebidas y comidas) la normativa específica prevé expresamente que ello no es obstáculo para la protección, ya que el uso de la denominación geográfica en establecimientos no está permitido al ser susceptible de provocar debilitamiento de la propia fuerza de la denominación; menoscabo de esa fuerza y notoriedad que se produce si se vulgariza tal expresión, contribuyendo a ese proceso su empleo por la demandada como signo distintivo de locales de copas/comidas, sin ningún control por parte de los titulares del signo, así como implicar un aprovechamiento en beneficio propio del áurea de prestigio y distinción que lleva consigo la denominación de origen protegida, en un comportamiento que puede tildarse de parasitario, ya que de tales rasgos positivos, en definitiva, de tal notoriedad, solo pueden beneficiarse los que cumplen las productores de vinos que merecen las normas correspondientes a la denominación "Champagne". Por tanto, el uso de la expresión champagne llevada a cabo en los rótulos del establecimiento, en la carta, tickets o material publicitario no es ajustado

8. Y no es ajustado ya que tampoco puede ser tildado de descriptivo por cuanto no se dedica solo a la venta de vinos espumosos realizados bajo los controles rigurosos que permiten el empleo de esa denominación de origen, sino que en tal local se sirven bebidas de las más distintas clases así como comidas, por lo difícilmente será un término que describa la actividad que desarrolla, corroborado ello por ocupar un papel destacado y relevante, tanto por su tamaño, tipografía y ubicación (como consta en los doc 10 y 11), que permiten concluir, sin género de dudas, que tal expresión se ha utilizado y se siguen utilizando como medio para identificarse en el mercado. Es más, se reconoce en la propia contestación (folios 12 y 34) que hasta 2006 el uso del término era distintivo, calificación que no se pierde porque desde 2006 añada un término -jalousie- dado que el término champagne ha seguido empleándose para identificar el local, si bien ahora ya no solo sino en combinación con jalousie. Solo tras la presentación de la demanda (que fija el objeto procesal, art 410 LEC) parece que se han adoptado las medidas por la parte demandada para evitar de forma total el uso de la expresión que constituye la denominación geográfica protegida (lo cual viene a suponer un reconocimiento tácito de la flagra de cobertura de su



ADMINISTRACION
DE JUSTICIA



GENERALITAT
VALENCIANA

965123757

comportamiento), que podrá tener su trascendencia a la hora de la ejecución, pero que no impide, por esta sola circunstancia, la estimación de la demanda, por el efecto propio del litispendencia

9. Tampoco es ajustado a la normativa protectora su empleo como nombre de dominio por sí o junto con otros en la forma registrada administrativamente, ya que tales nombres tienen una fuerza identificadora en la red de los establecimientos del demandado, e implican un menoscabo de la notoriedad de la denominación de origen protegida y un aprovechamiento parasitario del tal notoriedad

Tercero. Los actos de competencia desleal

10. La protección por la normativa específica de la denominación de origen hace parcialmente innecesario el análisis desde la óptica de la competencia desleal, sobre todo lo relativo a su consideración como acto de aprovechamiento de la reputación ajena (art.12) conforme al principio de especialidad o prioridad normativa que rige en las relaciones entre las normas que protegen las distintas modalidades de propiedad industrial y la que regula la competencia desleal, según jurisprudencia consolidada (Sentencia del TS de 1 de abril de 2004 y asumida por la Audiencia Provincial de Alicante en sentencia de 25/4/2006 y en la más reciente de 5 de febrero de 2008) y que consideró que es igualmente aquí trasladable.

11. No obstante sí parece necesario dejar constancia que constituye un actor de engaño de artículo 7 de la Ley 3/81 ofertar en la carta de cócteles una serie de combinados que figura elaborados con champagne (doc. núm.11), reconociéndose que no se emplea ningún vino de esta denominación de origen en su realización al tratarse de combinaciones de cava. No puede servir de excusa decir que eso se hace porque los ciudadanos extranjeros a los que va dirigida la carta desconocen que es el cava. Al margen de ser una alegación ausente de prueba, podría evitarse el equívoco informando que los cócteles se realizan sobre la base de vinos espumosos. En cambio, se omite tal información y se oferta una que no responde la realidad (que se elaboran con champagne) con lo cual se provoca en el consumidor una percepción distinta acerca de las características del producto que está consumiendo. El que responda a un precio inferior al del champagne no hace desaparecer el error, bastando para aplicar el tipo concurrencial del art 7 LCD que el comportamiento tachado de desleal sea susceptible de inducir a error a las personas a las que se dirige.

12. Además tal forma de comunicación de los productos que oferta en su establecimiento constituye un supuesto de publicidad engañosa, al poder inducir a error a los destinatarios y desleal por el uso injustificado de la denominación de origen de tales productos, al no responder los que realmente se emplean a las características de los comprendidos en esa denominación (artículos 4 y 6 de la Ley General de Publicidad, 34/1988)

13. No se aprecia vicio alguno de congruencia por su examen cuando las pretensiones de las partes se deben examinar a la vista del conjunto del escrito de demanda, evitándose lecturas aisladas del suplico, en el que en todo caso se interesa que se declare y se ponga fin a todo uso publicitario ilícito de champagne y parece que no ofrece dudas que no es lícito anunciar a sus clientes un cóctel elaborado a base de champagne cuando en realidad se elabora sobre otros vinos



ADMINISTRACION
DE JUSTICIA



GENERALITAT
VALENCIANA

965123757

espumosos

Cuarto.- Las consecuencias de la infracción

14. De las distintas pretensiones declarativas, de cesación, remoción e indemnización que se recogen en el suplico transcrito en los antecedentes de hecho de esta resolución interesadas al amparo del art 1902 CC y 18 LCD se invoca la prescripción de la acción en relación con la denominación social de la mercantil demandada y parte de la acción de reclamación de daños patrimoniales (facturas reclamadas de 20 noviembre de 2002 a 24 de enero de 2006)

15. Lo relativo al uso del distintivo Champagne en la denominación social de la mercantil demandada hay que concluir que nada procede al respecto, ya que el 18/2/2004 se inscribe el cambio de denominación social (doc num 9 de la demanda) y desde entonces no emplea ese distintivo en su denominación social; dato comunicado a las actoras (doc 15). Presentada la demanda en 17 de abril de 2007 no solo han prescrito las acciones (art 21LCD y art 1968CC) sino que carece ab initio de objeto alguno la pretensión (art 22LEC por extensión)

16. En cambio, sí procede declarar que el uso de distintivo CHAMPAGNE en el establecimiento de copas, en su material publicitario y en internet constituye un comportamiento ilícito, imputable a la mercantil demandada, sin que pueda ahora desligarse de lo relativo a los nombres de dominio porque están registrados a nombre de la persona física cuando en los previos tratos extrajudiciales se asumió conjuntamente el compromiso de solucionar el problema, pidiendo una moratoria para ello, sin discriminación alguna, por lo que ahora no puede ir contra sus propios actos. En consecuencia, y a fin de poner fin a ese comportamiento, procede, ordenar el cese y que se abstengan en el futuro en cualquier clase de utilización de la expresión CHAMPAGNE como signo distintivo para designar la actividad mercantil, el establecimiento, su publicidad, y como parte de nombres de dominio, que en la fecha de presentación de la demanda aún constaban que seguían realizándose o en funcionamiento (doc num 10 a 12 de la demanda), aunque después parece que ya no se continúa. De igual manera, la mercantil demandada deberá retirar del mercado cualesquiera rótulos que pudieran seguir incluyendo la expresión CHAMPAGNE tal y como figura en el documento fotográfico num 10 de la demanda, así como en los anuncios, folletos, y documentos publicitarios o comerciales de todo tipo que incorporen tal expresión como signo distintivo.

17. Finalmente, en cuanto a los daños y perjuicios son tres los conceptos reclamados: daño emergente, lucro cesante y el daño moral o daño al prestigio.

18. Por el primero se reclaman 6.023,73 € en los que cuantifica los gastos ocasionados a las asociaciones actoras en la defensa jurídica ocasionada hasta el momento por la reclamación contra la entidad anteriormente que consideran los demandados que están prescritos todos aquellos gastos que correspondan a facturas que abarcan desde el 20/11/2002 al 24/1/2006, ya que cuando se presenta la demanda (17/4/2007) había ya transcurrido un año desde que lo supo el agraviado. Es conocida la jurisprudencia (entre otras sentencia del TS 23 de Noviembre de 2007), que se decanta por la tesis de los daños continuados a la hora de apreciar la prescripción. Ahora bien tal doctrina no creo que sea incompatible con apreciar la prescripción



ADMINISTRACION
DE JUSTICIA



GENERALITAT
VALENCIANA

965123757



ADMINISTRACION
DE JUSTICIA

de los daños reclamados, que se remontan a más de un año anterior a la demanda, ya que lo que viene a permitir en el supuesto de una serie intermitente de actos es que el plazo de prescripción comienza a contarse de nuevo tras cada repetición del acto de competencia desleal (S. 29 de diciembre de 2.006), es decir, la posibilidad del ejercicio de la acción se reproduce con cada acto del mismo tipo que el infractor repita, renovándose, sin solución de continuidad, el inicio del plazo de prescripción (S. 29 de junio de 2.007) pero ello no significa que las consecuencias dañosas que hayan tenido lugar antes del periodo anual o trienal del art 21 LCD se mantengan de manera indefinida su posibilidad de reclamación, máxime cuando no se cuenta en la LCD ni en el CC con una norma como la que prevé en sede de marcas el art 45LM. Se trata, en definitiva, de comprobar si las consecuencias económicas reclamadas están dentro o fuera del plazo anual (ya que no hay duda que las actoras conocían a los infractores). Así parece entenderlo el TS en sentencia de 30 de mayo de 2005 en un caso de reclamación de actos desleales que se remontan a más de 10 años. Dado que todas esas facturas se remontan a un año anterior a la presentación de la demanda, hay que considerar que están prescritas. Por ello solo se considera indemnizable por este concepto los trabajos preparatorios desglosados en la factura de 30/6/2006 por importe de 2.471,92 € (doc num 19 de la demanda), cuyo pago se acredita con la documental aportada en la audiencia previa, y que debe ser atendida por ambos codemandados, ya que es la actuación de ambos, ya como titular del establecimiento ya como titular del nombre de dominio, la que provoca tal gasto al COMITE INTERPROFESSIONNEL DU VIN DE CHAMPAGNE

19. Por el segundo concepto -lucro cesante- se interesan los beneficios obtenidos por el infractor como consecuencia de la violación en los últimos cinco años anteriores a la demanda. La única prueba que se aporta son las cuentas anuales de la demanda. No se practica prueba alguna para determinar por ejemplo las ganancias indebidas que suponen el empleo de cava en lugar de champagne en los cocktails. Ante esta única actividad probatoria (que le corresponde a quien reclama, art 217. LEC) no puede ser estimada la suma reclamada en el informe del acto del juicio, dado que no hay razón alguna que permita inferir, con el rigor mínimo necesario, que los beneficios que pueda arrojar la mercantil se deriven del uso como signo distintivo de la expresión champagne. Inferencia que hay que entender que se descarta por el propio legislador al regular el signo distintivo por excelencia, ya que en sede de marcas la suma mínima resarcitoria no se estipula como se pretende por las actoras sino el 1% de la cifra de negocios de los productos ilícitamente marcados. Parámetro que aquí no podemos trasladar, ya que para ello es preciso una norma específica que exonere el deber de probar la realidad y cuantía de los daños.

20. Y finalmente, en cuanto al daño moral o daño al prestigio del signo distintivo CHAMPAGNE consecuencia de la presentación engañosa de los productos comercializados como cocktails de Champagne que incluyen en realidad otras bebidas como el cava, se cuantifica en la cantidad de 30.000 €. Se trata con ello de resarcir el menoscabo a la reputación de la denominación de origen en el mercado, bien por afectar negativamente a su imagen (dilución por empañamiento o de valoración) o por reducción del nivel de exclusividad, posicionamiento,



GENERALITAT
VALENCIANA

965123757

evocación y notoriedad del signo (dilución por tipicidad o aguamiento) y especial dificultad es su fijación por la ausencia de parámetros claros al efecto. Parece necesario acudir a los criterios que se establecen en la legislación marcaría y de diseño y así tener en cuenta, entre otros, a la realización defectuosa de los productos; su presentación inadecuada en el mercado; la notoriedad, renombre y prestigio del signo; el número y clase de licencias concedidas; gravedad de la lesión y grado de difusión en el mercado

21. En el caso presente solo se admite el carácter notorio y renombrado de la denominación de origen y que los productos comercializados como cocktails de champagne incluyen en realidad otras bebidas como el cava, pero se desconoce qué porcentaje representan en las ventas y en definitiva el alcance de la infracción. Ante estos datos hay que predicar que se produce un daño al prestigio al comercializar la demandada bebidas que aparentemente se crean sobre la base de champagne cuando no ocurre así, con las lógicas diferencias en la calidad de su contenido, aprovechándose del prestigio adquirido por la denominación de origen en el sector de las bebidas. Cuantía que a falta de mayores datos se fija en 3.000 € imputable a la empresa titular del establecimiento

Quinto.- Al ser parcial la estimación, cada parte abonará las costas procesales causadas a su instancia y las comunes por mitad (art 394 LEC)
Vistos los preceptos legales citados y demás de general y pertinente aplicación

FALLO

Que estimando parcialmente la demanda formulada por el contra COMITE INTERPROFESSIONNEL DU VIN DE CHAMPAGNE e INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITE contra

debo declarar que la utilización del distintivo CHAMPAGNE en la publicidad y en el establecimiento sito en Javea, dedicado a la venta de productos alcohólicos variados y de restauración, titularidad de la mercantil demandada y como nombre de dominio constituye una infracción de los derechos de las actoras sobre la Denominación de Origen CHAMPAGNE, así como un acto de competencia desleal y debo condenar y condeno a:

- a) a a cesar y a abstenerse en el futuro en cualquier clase de utilización de la expresión CHAMPAGNE como signo distintivo para designar su actividad mercantil, sus establecimientos y su publicidad, incluyendo su uso en Internet y a a cesar y a abstenerse en el futuro en cualquier clase de utilización de la expresión CHAMPAGNE como parte de nombres de dominio;
- b) a a retirar del mercado cualesquiera rótulos que incluyan la Denominación CHAMPAGNE de la fachada y el interior de sus establecimientos, anuncios, folletos, y documentos publicitarios o comerciales de todo tipo en los que figure la expresión CHAMPAGNE como signo distintivo;
- c) a ambos codemandados solidariamente a indemnizar a COMITE INTERPROFESSIONNEL DU VIN DE CHAMPAGNE en la suma de 2471,92 € por daños materiales, y



GENERALITAT
VALENCIANA

965123757

d) a a indemnizar a los actores la suma de 3.000 €
por daños al prestigio

Cada parte abonará las costas procesales causadas a su instancia y las comunes por mitad

Contra esta sentencia cabe preparar recurso de Apelación en el plazo de cinco días ante este mismo Juzgado de conformidad con lo previsto en los artículos 457 y siguientes de la Ley de Enjuiciamiento Civil y del que conocerá la Ilma. Audiencia Provincial de Alicante

Así por esta mí sentencia, lo pronuncio, mando y firmo

PUBLICIDAD- A la anterior sentencia se le dio la publicidad permitida por las leyes

[Faint signature or stamp]



ADMINISTRACION DE JUSTICIA



GENERALITAT VALENCIANA