SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA

de 5 de noviembre de 2002 *

En el asunto C-325/00,

Comisión de las Comunidades Europeas, representada por el Sr. J.C. Schieferer y la Sra. C. Schmidt, en calidad de agentes, que designa domicilio en Luxemburgo,

parte demandante,

contra

República Federal de Alemania, representada por el Sr. W.-D. Plessing, en calidad de agente, asistido por el Sr. M. Loschelder, Rechtsanwalt,

parte demandada,

que tiene por objeto que se declare que la República Federal de Alemania ha incumplido las obligaciones que le incumben en virtud del artículo 30 del Tratado CE (actualmente artículo 28 CE, tras su modificación), al conceder la marca de calidad «Markenqualität aus deutschen Landen» (calidad de marca del territorio alemán) a productos acabados de una determinada calidad fabricados en Alemania,

* Lengua de procedimiento: alemán.

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA,

integrado por el Sr. G.C. Rodríguez Iglesias, Presidente, los Sres. J.-P. Puissochet y M. Wathelet, Presidentes de Sala, los Sres. C. Gulmann (Ponente), A. La Pergola, P. Jann y V. Skouris, las Sras. F. Macken y N. Colneric y los Sres. S. von Bahr y J.N. Cunha Rodrigues, Jueces;

Abogado General: Sr. F.G. Jacobs;
Secretario: Sr. R. Grass;

visto el informe del Juez Ponente;

oídas las conclusiones del Abogado General, presentadas en audiencia pública el 14 de marzo de 2002;

dicta la siguiente

Sentencia

1 Mediante escrito presentado en la Secretaría del Tribunal de Justicia el 4 de septiembre de 2000, la Comisión de las Comunidades Europeas interpuso un recurso, con arreglo al artículo 226 CE, con objeto de que se declare que la República Federal de Alemania ha incumplido las obligaciones que le incumben en virtud del artículo 30 del Tratado CE (actualmente artículo 28 CE, tras su modificación), al conceder la marca de calidad «Markenqualität aus deutschen Landen» (calidad de marca del territorio alemán) a productos acabados de una determinada calidad fabricados en Alemania.

Antecedentes del litigio

2 La Gesetz über die Errichtung eines zentralen Fonds zur Absatzförderung der deutschen Land- und Ernährungswirtschaft (Absatzfondsgesetz) (Ley de creación de un fondo central para promover los sectores agrícola y alimentario en Alemania de 26 de junio de 1969) (BGBl. 1969 I, p. 635), en su versión refundida de 21 de junio de 1993 (BGBl. 1993 I, p. 998; en lo sucesivo, «AbsFondsG»), estableció un fondo denominado «Absatzförderungsfonds der deutschen Land- und Ernährungswirtschaft (Absatzfonds)» (en lo sucesivo, «Fondo»). En virtud del artículo 2, apartado 1, de la AbsFondsG, el objetivo del Fondo es promover, de forma centralizada, la comercialización y la explotación de los productos de la agricultura y la industria alimentaria alemanas, mediante la apertura y el desarrollo de mercados, dentro y fuera del país.

3 Conforme al artículo 4 de la AbsFondsG, el Fondo está administrado por un comité rector compuesto por tres miembros, elegidos por un Consejo de administración y nombrados por el presidente de dicho Consejo, siempre que tal nombramiento lo apruebe el Ministro Federal competente. Conforme al artículo 5 de la referida Ley, el Consejo de administración está constituido por veintiún miembros designados por el Ministro Federal, cinco a propuesta de los partidos con representación en el Bundestag, trece a propuesta de los sectores agrícola y alimentario alemanes y tres a propuesta de los órganos directivos del organismo central encargado de llevar a cabo las funciones del Fondo, a que se refiere el apartado 5 de la presente sentencia.

4 Según el artículo 10 de la AbsFondsG, las actividades del Fondo se financian mediante contribuciones obligatorias que deben pagar las empresas del sector agroalimentario alemán. La obligación de contribuir al Fondo es aplicable a todas las empresas del sector correspondiente. El Fondo es una organización de apoyo a la economía basado en una comunidad solidaria. Los ingresos constituidos por

las contribuciones obligatorias se utilizan exclusivamente en interés de la comunidad solidaria.

5 El artículo 2, apartado 2, de la AbsFondsG establece que el Fondo llevará a cabo su tarea por medio de un organismo central («einer zentralen Einrichtung der Wirtschaft»). Este organismo central es la Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH (en lo sucesivo, «CMA»). Se trata de una sociedad de responsabilidad limitada (GmbH) encargada, conforme a dicho artículo 2, apartados 2 y 4, de promover la distribución y la explotación de los productos de los sectores de la economía alemana de que se trata, por medio de recursos que se facilitan a través del Fondo.

6 Los estatutos de la CMA —aprobados originariamente por el Ministro Federal competente— prevén, en su artículo 9, el establecimiento de un Consejo de supervisión de veintiséis miembros designados por la junta general de socios. Los socios son asociaciones profesionales del sector agroalimentario alemán que tienen participaciones en la sociedad. Tres de los miembros del Consejo de supervisión son nombrados a propuesta del Fondo, con arreglo al artículo 2, apartado 2, de la AbsFondsG, y los veintitrés restantes son propuestos, conforme al artículo 9 de los estatutos de la CMA, por las correspondientes asociaciones profesionales.

7 El artículo 2 de los estatutos de la CMA establece:

«1. La sociedad está al servicio del Fondo de promoción de la agricultura y la industria alimentaria alemanas y su objetivo es promover, de forma centralizada, la distribución y la explotación de los productos agroalimentarios alemanes.

2. Para la consecución de este objetivo, la sociedad debe adoptar todas las medidas adecuadas para abrir y desarrollar los mercados, dentro y fuera del país, en particular:

[...]

d) la promoción del uso de las indicaciones de procedencia y marcas de calidad

[...]

3. La sociedad está obligada a seguir las directrices del Fondo y a centrar su actividad, en particular por lo que respecta a la utilización de sus recursos financieros, en el interés general del sector agroalimentario alemán.

4. La sociedad no está facultada para proporcionar bienes o servicios con carácter lucrativo de forma autónoma. Sin perjuicio de la obligación de desarrollar sus actividades según los principios del comercio, la sociedad carece de ánimo de lucro y se limita a promover el sector agroalimentario alemán.»

8 En virtud del artículo 2, apartado 2, letra d), de sus estatutos, la CMA concede una marca de calidad («Gütezeichen») que da derecho a colocar en los productos correspondientes la mención «Markenqualität aus deutschen Landen» (en lo sucesivo, «marca CMA»). La marca se concede, a petición de una empresa agroalimentaria alemana, a los productos que satisfacen determinados criterios de calidad establecidos por la CMA. Ésta comprueba en todo momento —con la

ayuda de laboratorios independientes— si los productos a los que se autoriza a llevar su marca cumplen los requisitos de calidad correspondientes. La CMA reserva el uso de su marca a los productos fabricados en Alemania, ya sea con materias primas alemanas o importadas.

9 Cuando la CMA comprueba que los productos de una empresa cumplen los requisitos para la concesión de su marca, concluye con ésta un contrato de licencia.

10 La marca CMA existe desde principios de los años setenta y, según los datos obrantes en autos, la utilizan 2.538 empresas para 11.633 productos distintos repartidos en 23 sectores de producción.

El procedimiento administrativo previo

11 Tras una investigación llevada a cabo en 1992 con el objeto de catalogar las marcas de calidad existentes en los Estados miembros en el ámbito de los productos agrícolas y alimentarios, la Comisión, mediante escritos de 6 de julio de 1994 y de 18 de octubre de 1995, comunicó al Gobierno alemán que la concesión de la marca CMA en las condiciones descritas en los apartados 2 a 9 de la presente sentencia (en lo sucesivo, «régimen controvertido») constituía, en su opinión, una violación del principio de libre circulación de mercancías contemplado en el artículo 30 del Tratado.

12 El 22 de enero de 1998, la Comisión envió un escrito de requerimiento relativo a la marca CMA al Gobierno alemán, al que éste respondió el 3 de junio de 1998. Al estimar que dicha respuesta no era satisfactoria, la Comisión dirigió a la

República Federal de Alemania, el 11 de diciembre de 1998, un dictamen motivado instándola a atenerse a sus obligaciones derivadas del artículo 30 del Tratado en un plazo de dos meses desde la notificación de dicho dictamen. El Gobierno alemán respondió el 16 de marzo de 1999 que la concesión de la referida marca era conforme con el Derecho comunitario

13 En estas circunstancias, la Comisión decidió interponer el presente recurso.

El recurso

Sobre el carácter de medida pública imputable al Estado miembro del régimen controvertido

14 El Gobierno alemán alega que las actividades de la CMA no forman parte de las competencias de los poderes públicos y, por tanto, quedan fuera del ámbito de aplicación del artículo 30 del Tratado. En efecto, a su juicio, a diferencia de la situación analizada en la sentencia de 24 de noviembre de 1982, Comisión/ Irlanda (249/81, Rec. p. 4005), la CMA no sólo adopta la forma jurídica de una sociedad de capital privada, sino que sus órganos están designados según las normas de Derecho privado y sus recursos proceden de los agentes económicos.

15 Dicho Gobierno señala, asimismo, que la utilización de la marca CMA no se efectúa sobre la base de una ley o de cualquier otra disposición estatal, sino sobre la base de contratos celebrados entre la CMA y las empresas. Aduce que la CMA celebra los contratos de licencia con las empresas bajo su propia responsabilidad y que ningún licenciatario está obligado, por medidas estatales o por cualquier

otra razón, a celebrar tal contrato. Además, los recursos financieros de la CMA proceden exclusivamente de las contribuciones de las empresas y los ingresos constituidos por estas contribuciones se emplean exclusivamente en interés común de la comunidad solidaria.

16 Por último, el Gobierno alemán sostiene que, si bien el Fondo es efectivamente un organismo de Derecho público, sólo influye en los órganos de la CMA en la medida en que tres miembros del Consejo de supervisión de la CMA, que cuenta con veintiséis, son designados a propuesta del Fondo. La actividad y la influencia del Estado en la CMA se limita a la percepción y al control de las contribuciones que se hacen a este último y que proceden exclusivamente de la actividad económica.

17 A este respecto, procede recordar que la CMA, aunque esté constituida como una sociedad privada,

— se constituyó sobre la base de una ley, la AbsFondsG, que la calificó de organismo central de la economía, y, entre los objetivos que le atribuye dicha ley, se halla el de promover, de forma centralizada, la distribución y la explotación de los productos agroalimentarios alemanes;

— tiene la obligación, según sus estatutos, aprobados originariamente por el Ministro Federal competente, de seguir las directrices del Fondo, que es, por su parte, un organismo público, y de centrar su actividad, en particular por lo que respecta a la utilización de sus recursos financieros, en el interés general del sector agroalimentario alemán;

— se financia, según las normas establecidas por la AbsFondsG, mediante una contribución obligatoria de todas las empresas de los sectores correspondientes.

18 Tal organismo, creado por una ley nacional de un Estado miembro y financiado por una contribución impuesta a los productores, no puede, con arreglo al Derecho comunitario, disfrutar de la misma libertad, en cuanto a la promoción de los productos nacionales, que la que disfrutan los propios productores o las asociaciones de productores de carácter voluntario (véase, en este sentido, la sentencia de 13 de diciembre de 1983, Apple and Pear Development Council, 222/82, Rec. p. 4083, apartado 17). Así, está obligado a respetar las normas fundamentales del Tratado relativas a la libre circulación de mercancías cuando establece un régimen, abierto a todas las empresas de los correspondientes sectores, que puede tener efectos sobre el comercio intracomunitario análogos a los derivados de un régimen instituido por las autoridades públicas.

19 Además, cabe señalar que

— el Fondo es un organismo de Derecho público;

— la CMA está obligada a seguir las directrices del Fondo;

— la financiación de las actividades de la CMA, establecida por normas legislativas, se asegura mediante los recursos que se le facilitan a través del Fondo, y

— el Fondo supervisa las actividades de la CMA y la correcta gestión de los recursos financieros que el Fondo le facilita.

20 En estas circunstancias, cabe declarar que la Comisión obró correctamente al considerar que el régimen controvertido era imputable al Estado.

21 Por consiguiente, procede considerar el régimen controvertido como una medida pública en el sentido del artículo 30 del Tratado, imputable al Estado.

Sobre la restricción de los intercambios comerciales

22 Según jurisprudencia reiterada, el artículo 30 del Tratado prohíbe cualquier normativa o medida de los Estados miembros que pueda obstaculizar directa o indirectamente, real o potencialmente, el comercio entre los Estados miembros (véase, en particular, la sentencia de 11 de julio de 1974, Dassonville, 8/74, Rec. p. 837, apartado 5).

23 Pues bien, el régimen controvertido tiene, al menos potencialmente, efectos restrictivos sobre la libre circulación de las mercancías entre Estados miembros. En efecto, tal régimen, establecido con el objeto de promover la comercialización de los productos agroalimentarios fabricados en Alemania y cuyo mensaje

publicitario subraya la procedencia alemana de los productos correspondientes, puede incitar a los consumidores a comprar los productos provistos de la marca CMA en detrimento de los productos importados (véanse, en este sentido, las sentencias, antes citadas, Comisión/Irlanda, apartado 25, y Apple and Pear Development Council, apartado 18).

24 El hecho de que el uso de la marca CMA sea optativo no significa que deje de ser un obstáculo injustificado al comercio si el uso de dicha marca promueve o puede promover la venta del producto de que se trate respecto a otros productos que no pueden usarla (véase, en este sentido, la sentencia de 12 de octubre de 1978, Eggers, 13/78, Rec. p. 1935, apartado 26).

25 Igualmente, debe rechazarse la alegación según la cual el hecho de que el régimen controvertido tenga un objetivo de calidad hace que quede fuera del ámbito de aplicación del artículo 30 del Tratado. En efecto, la existencia de una restricción en el sentido del artículo 30 del Tratado debe apreciarse sobre la base del efecto de la medida de que se trate sobre el comercio.

Sobre la justificación basada en la protección de la propiedad industrial y comercial

26 Procede rechazar la alegación según la cual el régimen controvertido está justificado en virtud del artículo 36 del Tratado CE (actualmente artículo 30 CE, tras su modificación), al beneficiarse de la excepción relativa a la protección de la propiedad industrial y comercial en la medida en que la marca CMA constituye una indicación de procedencia geográfica simple.

27 Si bien es cierto, como recuerda el Gobierno alemán, que el Tribunal de Justicia reconoció, en su sentencia de 10 de noviembre de 1992, Exportur (C-3/91, Rec. p. I-5529), que la protección de las indicaciones geográficas puede, bajo ciertas condiciones, formar parte de la protección de la propiedad industrial y comercial en el sentido del artículo 36 del Tratado, un régimen como el que se discute, que define la zona de procedencia en función de la extensión del territorio alemán y se aplica a todos los productos agroalimentarios que cumplen determinados requisitos de calidad, no puede, en ningún caso, ser considerado una indicación geográfica justificable con arreglo a la disposición del artículo 36 del Tratado.

28 Habida cuenta de lo anterior, procede declarar que la República Federal de Alemania ha incumplido las obligaciones que le incumben en virtud del artículo 30 del Tratado, al conceder la marca de calidad CMA a productos acabados de una determinada calidad fabricados en Alemania.

Costas

29 A tenor del artículo 69, apartado 2, del Reglamento de Procedimiento, la parte que pierda el proceso será condenada en costas, si así lo hubiera solicitado la otra parte. Dado que la Comisión solicitó la condena en costas de la República Federal de Alemania y al haber sido desestimados los motivos formulados por esta última, procede condenarla en costas.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA

decide:

1) Declarar que la República Federal de Alemania ha incumplido las obligaciones que le incumben en virtud del artículo 30 del Tratado CE (actualmente artículo 28 CE, tras su modificación), al conceder la marca de calidad «Markenqualität aus deutschen Landen» (calidad de marca del territorio alemán) a productos acabados de una determinada calidad fabricados en Alemania.

2) Condenar en costas a la República Federal de Alemania.

Rodríguez Iglesias Puissochet Wathelet

Gulmann La Pergola Jann

Skouris Macken Colneric

von Bahr Cunha Rodrigues

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 5 de noviembre de 2002.

El Secretario El Presidente

R. Grass G.C. Rodríguez Iglesias