



Recetas legales para proteger los alimentos frente al plagio

En noviembre, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) rechazó que el sabor de un queso holandés de la marca Heksenkaas pudiera disfrutar de la protección de los derechos de autor. La sentencia aseguró que el sabor es una “sensación gustativa subjetiva y variable” que, al no poderse identificar de manera “precisa y objetiva”, queda fuera de la defensa jurídica que reciben las obras y creaciones.

El litigio pone de manifiesto uno de los grandes retos legales a los que se enfrenta la industria alimentaria: cómo proteger los productos fruto de su innovación. La legislación sobre propiedad intelectual e industrial ofrece a individuos y empresas herramientas para actuar contra imitaciones y plagios. No obstante, en el caso de las compañías que fabrican comida, entra en juego un factor que lo complica todo: el sabor es una percepción subjetiva. Esta circunstancia dificulta pero no imposibilita los mecanismos de defensa, ya que existen otras vías legales. Una de las más habituales es la patente de la receta.

Una patente es un título que reconoce el derecho de su creador a explotar un determinado invento, e impide la fabricación, venta o utilización por parte de terceros sin consentimiento. Para poder optar a este sistema, la invención debe cumplir tres estrictos requisitos: que sea una novedad, fruto de la actividad inventiva y que sea de aplicación industrial.

Pero, ¿qué pasa cuando la innovación del alimento en cuestión no radica tanto en sus propiedades sino en la apariencia estética? En este caso, las empresas pueden defender su producto a través del diseño industrial, como así lo hace Oreo con sus galletas, Pringles con las patatas o Telepizza con su pizza de nachos. Para ampararse bajo el paraguas de este modelo de propiedad industrial, que caduca a los 25 años, un diseño debe cumplir con dos condiciones: que sea novedoso y tenga un carácter singular.