

# D.O. CAVA

## MANUAL PARA LA EVALUACIÓN DE ETIQUETAS CON MARCA COMPARTIDA

Aprobado por el Pleno del Consejo Regulador de la DOP CAVA el 12 de enero de 2026

# D.O. CAVA

## PREÁMBULO

El artículo 17.h)4º de la <<Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico>> faculta a las entidades de gestión de denominaciones de origen supraautonómicas para “Establecer los requisitos mínimos que deben cumplir las etiquetas comerciales, que se comunicarán al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y se harán públicos de forma que se garantice su posibilidad de acceso a todos los interesados”. En el caso de la D.O. Cava, tales requisitos se encuentran recogidos en el vigente Manual de Etiquetado aprobado por el Consejo Regulador, en vigor desde enero de 2022.

Por su parte, el artículo 13.2 del Real Decreto 267/2017, de 17 de marzo, por el que se desarrolla la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico, y por el que se desarrolla la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria (en adelante, “Real Decreto 267/2017”), establece lo siguiente:

*“En el caso de utilización de una misma marca o presentación, en productos acogidos a una o varias DOP o IGP de ámbito territorial supraautonómico y en productos no acogidos a las mismas, los operadores presentarán todas las etiquetas y diseños ante la entidad de gestión de las DOP o IGP supraautonómicas. Ésta las remitirá, junto con sus observaciones, a la Dirección General de la Industria Alimentaria que comprobará, mediante la comparación de etiquetas, formatos u otros elementos de presentación del producto amparado y no amparado por la DOP o IGP supraautonómica que comparten marca comercial, si existen elementos suficientes para diferenciar claramente su calificación y procedencia, a fin de evitar producir confusión a los consumidores. La Dirección General de la Industria Alimentaria emitirá un informe al respecto en el plazo de un mes”.*

Como puede observarse, el Consejo Regulador tiene el deber de remitir observaciones a la Dirección General de la Industria Alimentaria (actual Dirección General de Alimentación) sobre las etiquetas de vino amparado y no amparado que cuentan con marca compartida. La finalidad de los trámites previstos en el precepto citado es, en definitiva, evitar la confusión en los consumidores entre producto amparado y no amparado debido al uso de marcas compartidas, lo que debe lograrse mediante el empleo de presentaciones y etiquetados suficientemente diferenciados.

Existen diversos motivos que aconsejan la aprobación del presente Manual. Por un lado, es aconsejable dotar de seguridad jurídica a los operadores inscritos sobre el contenido de las observaciones que debe emitir el Consejo Regulador respecto a las etiquetas con marca compartida. Por otra parte, es necesario que el Consejo Regulador cuente con pautas claras y concretas que garanticen que las observaciones emitidas se fundamentan en criterios

# D.O. CAVA

homogéneos, lo cual, además, refuerza el principio de igualdad en la tramitación de este tipo de etiquetas.

Por último, el presente Manual, en la medida que su aplicación afecte al etiquetado y presentación de los vinos amparados por la DOP Cava, se considerará como requisitos mínimos que deben cumplir sus etiquetas comerciales, conforme a lo indicado en el artículo 17.h) 4.º de la Ley 6/2015, de 12 de mayo.

## 1. OBLIGACIÓN DE USO DE ELEMENTOS DIFERENCIADORES

Los operadores no tienen la obligación de utilizar marcas o presentaciones en exclusiva para los productos amparados por la D.O. “Cava”. Sin embargo, los operadores inscritos en el Consejo Regulador sí tienen la obligación de diferenciar claramente la presentación de unos y otros productos para permitir que pueda distinguirse claramente su calificación y procedencia, de modo que no se induzca a error o confusión al consumidor, como contempla el artículo 13.7 de la Ley 6/2015.

## 2. OBLIGACIÓN DE REMITIR ETIQUETAS Y DISEÑOS

En el caso de utilización de una misma marca en vino amparado por la D.O. “Cava” y en vino no amparado por la misma, los operadores deberán comunicar al Consejo Regulador todas las etiquetas y diseños, incluyendo aquellas destinadas al vino no amparado por la D.O. “Cava”.

Dicha comunicación se hará:

- si la etiqueta del vino no amparado por la DO “Cava” ya se utiliza en el mercado cuando se va a utilizar la marca también en una nueva etiqueta para vino de la DOP Cava, a la vez que se presente ésta última en el Consejo Regulador.
- si la etiqueta del vino amparado por la DO “Cava” ya se utiliza en el mercado cuando se va a utilizar la marca también en una nueva etiqueta para vino no amparado por la DOP Cava, antes de la puesta en circulación de ésta última.
- cada vez que cualquiera de los dos tipos de etiquetas (para vino amparado y no amparado) cambien significativamente.
- en cualquier momento a demanda del consejo regulador por sospecha de incumplimiento de la debida diferenciación.

A efectos del presente Manual, y de acuerdo con el artículo 2.2 del Reglamento (UE) 1169/2011, se tendrá en cuenta en todo momento como etiqueta, los letreros, marcas comerciales o de fábrica, signos, dibujos u otras descripciones, escritos, impresos, estarcidos, marcados, grabados o estampados en un embalaje o envase, o que acompañe al mismo

Se entenderá por “diseños” las presentaciones de los vinos, tal y como se definen en el artículo 117 del Reglamento (UE) 1308/2013: “la información transmitida a los consumidores sobre el

# D.O. CAVA

producto de que se trate, incluida la forma y el tipo de las botellas”. Entendiendo dicha información como el etiquetado, definido también en dicho artículo como “toda palabra, indicación, marca registrada, marca comercial, motivo ilustrado o símbolo colocados en cualquier envase, documento, aviso, etiqueta, anillo o collar que acompañe o haga referencia” al vino.

Los diseños se remitirán al consejo regulador, junto con las etiquetas, sólo cuando éste lo considere necesario.

## 3. OBSERVACIONES DEL CONSEJO REGULADOR

3.1. El Consejo Regulador elaborará unas observaciones sobre las etiquetas con marca compartidas para su posterior remisión –junto con las propias etiquetas– a la Dirección General de Alimentación.

3.2. Las observaciones serán redactadas con claridad, se encontrarán debidamente fundamentadas y concluirán en sentido favorable si se entiende cumplida la obligación relativa al uso de elementos suficientemente diferenciadores establecida en el apartado 1 del presente Manual, o desfavorable, si no se considera cumplida dicha obligación.

## 4. CRITERIOS PARA LA ELABORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES

Al objeto de cumplir con el requisito de la debida fundamentación, las observaciones serán elaboradas sustancialmente en consideración de los siguientes criterios.

### 4.1. Elementos de riesgo muy elevado.

Cuando las etiquetas y presentaciones destinadas a vino amparado y no amparado con marca comercial compartida compartan cualquiera de los siguientes elementos, o éstos sean altamente similares en ambos casos, deberá tenerse en cuenta tal circunstancia como un elemento de riesgo muy elevado de inducción a error o confusión al consumidor:

4.1.1. **Imagen principal:** elemento gráfico (con independencia de su mayor o menor complejidad) que, por su posición y tamaño, puede considerarse como el elemento principal o dominante de la etiqueta del vino.

4.1.2. **Términos geográficos (o imagen geográfica reconocible) legibles en la parte frontal:** nombre de un municipio o cualquier otra unidad geográfica.

4.1.3. **Color principal:** color dominante, por ser el color de fondo de la etiqueta o por estar presente de manera preponderante en cualquier elemento de la misma, de manera que sea el color que ocupe la mayor cantidad de superficie de etiqueta.

# D.O. CAVA

- 4.1.4. **Tipología de botella y producto:** el uso de la tipología de botella de vino espumoso, igual o altamente similares, para producto vino espumoso, así como el color y otras características como biselados o grabados similares.

## 4.2. Elementos de riesgo elevado.

Cuando las etiquetas y presentaciones destinadas a vino amparado y no amparado con marca comercial compartida compartan asimismo cualquiera de las siguientes circunstancias o elementos, estos deberán tenerse en cuenta como elemento de riesgo elevado de inducción a error o confusión al consumidor.

- 4.2.1. **Dimensiones de la marca comercial compartida iguales o superiores a 8mm:** se refiere al caso de que, además de compartir marca comercial, ésta se reproduzca en unas dimensiones destacadas y de forma similar.
- 4.2.2. **Imagen secundaria:** elemento gráfico (con independencia de su mayor o menor complejidad) que, sin resultar dominante, será fácilmente percibido por el consumidor en una visión frontal del producto.
- 4.2.3. **Colores secundarios:** color que, pese a no ser preponderante, será percibido fácilmente por el consumidor en una visión frontal del producto.
- 4.2.4. **Marcas paraguas, submarcas o nombre comercial de la bodega:** elementos gráficos, denominativos, o mixtos que son percibidos como un signo distintivo adicional a la marca comercial principal. A título de ejemplo, este elemento comprende el nombre comercial de las bodegas (cuando figuran en el etiquetado además de la marca principal), las marcas colectivas o de certificación, las marcas paraguas y cualquier signo destinado a ser usado por una pluralidad de operadores. Esta circunstancia no se tendrá en consideración cuando el logotipo, marca paraguas o submarca sea la marca compartida que motiva la obligación del operador de comunicar las etiquetas.
- 4.2.5. **Otros términos y expresiones destacadas en la parte frontal (distintos de marcas y términos geográficos):** otro tipo de referencias que no son incardinables en la categoría de término geográfico ni de marca, pero que son fácilmente percibidas por el consumidor desde una perspectiva frontal del producto y que no poseen una finalidad meramente informativa.

## 4.3. Elementos de riesgo moderado.

Cuando las etiquetas y presentaciones destinadas a vino amparado y no amparado con marca comercial compartida compartan asimismo cualquiera de las siguientes circunstancias o

# D.O. CAVA

elementos, estos deberán tenerse en cuenta como elemento de riesgo moderado de inducción a error o confusión al consumidor.

- 4.3.1. **Posición de la marca compartida:** se refiere al caso de que, además de compartir marca comercial, ésta ocupe una posición idéntica en ambas etiquetas.
- 4.3.2. **Estructura y posición de elementos de etiquetado:** concurre esta circunstancia cuando las etiquetas comparadas presentan una estructura idéntica o muy similar, de tal manera que una pluralidad de elementos del etiquetado se encuentran dispuestos de igual modo, ocupando cada uno de ellos una posición muy similar en ambas etiquetas. No es necesario que cada elemento sea idéntico en su contenido, sino que se encuentre en una posición idéntica o similar. A título de ejemplo, puede concurrir esta circunstancia cuando la añada, el nombre de la variedad de uva y una submarca se ubiquen en una posición idéntica, aunque el nombre de la variedad de uva o la añada sea distinto en cada etiqueta.
- 4.3.3. **Tipografía o estilización de letra igual (en texto distinto a la propia marca):** uso de un tipo de letra idéntico en el texto de ambas etiquetas comparadas, excluyendo la propia marca compartida. Entre otros casos, esta circunstancia puede concurrir cuando el nombre de la variedad de uva, la añada, o cualquier descripción del vino se reproduce con idéntica tipografía.
- 4.3.4. **Pictogramas o símbolos:** elementos gráficos que de modo esquemático y no detallado representan informaciones sobre el producto (son habituales para indicar la temperatura de consumo, el maridaje sugerido, o incluso la variedad de uva). Se requiere que la posición y el tamaño del pictograma o símbolo no le confiera un papel significativo en el conjunto del etiquetado, en cuyo caso se estaría, ante un elemento de riesgo elevado de los detallados en el subapartado 4.2

#### 4.4. Elementos atenuantes.

Cualquier elemento diferenciador (denominativo, gráfico o mixto) podrá atenuar en mayor o menor medida la importancia o el impacto de los elementos de riesgo citados anteriormente. Especialmente, se considerará como elemento atenuante la existencia de un formato producto o formato de etiqueta que resulte diferente a simple vista.

#### 4.5. Análisis de conjunto y ponderación de criterios.

Aquellos supuestos de relevancia no previstos en los elementos aquí considerados podrán ser igualmente valorados siempre y cuando se justifique por parte del Consejo Regulador la posibilidad de producir confusión o inducir a error a los consumidores.

# D.O. CAVA

Debe primar la impresión de conjunto de la etiqueta y presentación sobre la presencia de elementos particulares o de detalle.

Las observaciones respetarán el nivel de los diversos elementos de riesgo según han sido clasificados en los subapartados 4.1, 4.2 y 4.3. No obstante, la importancia que presente un determinado elemento de riesgo deberá ponderarse en cada caso concreto. De este modo, por ejemplo, en un determinado caso, la existencia de un elemento de riesgo muy elevado puede ser suficiente en sí mismo para alcanzar una conclusión desfavorable y, en otro caso, puede no serlo.

Como norma general, la presencia de más de un elemento de riesgo muy elevado será motivo de observaciones desfavorables, salvo que resulten de aplicación atenuantes relevantes o se justifique debidamente una conclusión favorable.

La presencia de elementos atenuantes contrarresta en mayor o menor medida el impacto de los elementos de riesgo, y ambos deberán tenerse en cuenta para alcanzar una conclusión en las observaciones.

## 4.6. Exclusión del riesgo.

Se entiende excluido el riesgo de confusión del ámbito del presente manual, y así se hará constar en el informe del Consejo Regulador, en aquellos casos en los que el operador, junto con la presentación de las etiquetas, manifieste por escrito y acredite ante el Consejo Regulador que los vinos no amparados con marca compartida con vinos amparados por la D.O. "Cava", serán comercializados exclusivamente en mercados en los que no se comercialicen, ni se hayan comercializado en el periodo mínimo de un año, éstos últimos.

La comercialización futura conjunta en un mismo mercado conllevará la obligación de comunicar de nuevo, al Consejo Regulador, las etiquetas afectadas, para su tramitación de conformidad con el presente Manual.

## 5. INFORME DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN Y MODIFICACIÓN DE ETIQUETAS.

5.1. Recibidas las etiquetas compartidas junto con las observaciones del Consejo Regulador por parte de la Dirección General de Alimentación, ésta emitirá un informe al respecto en el plazo de un mes, conforme a lo previsto en el artículo 13.2 del Real Decreto 267/2017.

5.2. El informe de la Dirección General de Alimentación será trasladado por parte del Consejo Regulador al operador interesado.

# D.O. CAVA

Si el informe de la Dirección General de Alimentación ratifica el informe desfavorable del Consejo Regulador, el operador está obligado a adaptar convenientemente la etiqueta y/o presentación que se vaya a usar o se esté ya usando en los vinos afectados.

El Consejo Regulador en el ejercicio de su actividad de control oficial, deberá verificar dicha adaptación que, de no haberse producido, podría suponer una no conformidad muy grave.

5.3. En caso de que el Consejo Regulador reciba nuevas etiquetas modificadas, serán remitidas nuevamente a la Dirección General de Alimentación junto con las observaciones pertinentes, en las que se hará sucinta referencia a los precedentes y a la circunstancia de que las etiquetas han sido modificadas.