

Corte Suprema permite a NotCo seguir usando marca NotMilk, pero le ordena no hacer referencias a la leche

El máximo tribunal resolvió que NotCo puede mantener su marca “NotMilk”, pero le prohibió utilizar la palabra “leche” y cualquier gráfica propia de la industria lechera por constituir competencia desleal. Frente al fallo, Aproval celebró la protección hacia los productores lecheros, mientras que el CEO de NotCo destacó como un triunfo que el producto y su nombre principal sigan intactos.

PATRICIA SAN JUAN / LEONARDO CÁRDENAS

La Corte Suprema acogió parcialmente el recurso presentado por la Asociación Gremial de Productores de Leche de la Región de Los Ríos (Aproval), en el marco de la demanda por competencia desleal del gremio en contra de la empresa The Not Company (NotCo), por el uso de la marca NotMilk.

El máximo tribunal del país estableció que la firma podrá seguir utilizando la marca NotMilk, pero deberá retirar la mención a la leche en sus productos.

En específico la sentencia ordena “el cese y la prohibición del uso (sea en el envase del producto denominado con la marca comercial NotMilk, como en material publicitario de dicho producto) de la palabra leche o de cualquier rotulado, distintivo, dibujo o imagen propios de la industria lechera”.

El fallo también consignó que “se declara que la demandada (NotCo) ha incurrido en actos de competencia desleal en la hipótesis del artículo 4° letra b) de la Ley N.º 20.169”.

La sentencia ordena a NotCo a costear una publicación de un extracto del fallo en “en la edición en papel y digital del diario Austral de Valdivia dentro de los 15 días de ejecutoriada la sentencia” y derivar los antecedentes a la Fiscalía Nacional Económica (FNE).

Aproval contó con la asesoría legal del abogado José Clemente Coz. Mientras que NotCo en un comienzo era representado por el estudio AZ y posteriormente pasó a ser asesorado por Carey.

El fallo concluyó que “quedó acreditado que The Not Company ha difundido hechos o aseveraciones incorrectas e inexactas al designar su elaboración con la palabra milk (que significa “leche” en inglés) siendo este el elemento que más destaca en el envase tetra pack, por tamaño, posición y color; junto a la imagen de una vaca en la parte inferior”.

También consignó que “el uso de la expresión not, al lado del vocablo milk, y la tarjadura del dibujo del vacuno no logran desvirtuar el mensaje recibido por los consumidores, más aún si consideramos la utilización de frases publicitarias en redes sociales y otros medios de comunicación –es leche pero not, es como la leche, sabe

como leche y se cocina como la leche, pero NOT, porque está hecha 100% de plantas. Le sacamos la vaca a la leche, entre otras que buscan provocar una asociación entre la leche de vaca y el brebaje comercializado por la demandada, lo que se ve reforzado con el hecho acreditado de que la mercancia de The NotCo se comercializan en numerosos comercios de gran superficie en los mismos pasillos y góndolas que la leche”.

DISPUTA

El gremio sostiene que NotCo comercializa y publicita su producto Not Milk ambiguamente asociándolo a la leche; se cuelga de los rasgos y beneficios de la leche que los consumidores valoran o por el cual la adquieren; y, luego, sin información objetiva y demostrable, denosta a la leche.

A finales de 2020 surgió la disputa entre NotCo y Aproval, centrada en el producto NotMilk.

Aproval demandó a NotCo por “competencia desleal”, argumentando que NotMilk confundía al consumidor y desprestigiaba la leche tradicional de origen animal a través de su publicidad, que incluía una vaca tachada.

En mayo de 2023, el 1° Juzgado de Letras de Valdivia condenó a NotCo por competencia desleal, prohibiendo el uso de la marca NotMilk y ordenando el cese de productos bajo ese nombre.

Posteriormente, en 2024 la Corte de Apelaciones de Valdivia revoca la sentencia de primera instancia, rechazando la demanda de competencia desleal de Aproval, al considerar que los hechos alegados no constituían tal delito.

REACCIONES

El CEO de NotCo, Matias Muchnick reaccionó a través de su cuenta de LinkedIn al reciente fallo de la Corte Suprema que le ordena a la compañía a sacar la palabra “leche” de su producto estrella: NotMilk.

“Lo más importante primero: NotMilk se sigue llamando NotMilk. La marca intacta. El producto intacto. Eso era lo que más nos importaba y lo logramos (literal, gesto técnico de Rafa Nadal)”, escribió el empen-



dedor.

“Lo segundo: la Corte desestimó el argumento principal de APROVAL, que nos estábamos aprovechando de la reputación de la leche. Ese cargo cayó”, añadió.

“Y sí, hay algunos elementos de comunicaciones que tenemos que ajustar. Lo hacemos con gusto”, añadió.

“Han pasado cinco años. El producto evolucionó. La marca evolucionó. Varias de las cosas que el fallo menciona, como la vaca tachada en el envase o que los supermercados vendían las bebidas vegetales en las góndolas lácteas, ya no existen. El resto, como dicen por ahí, ajustando para usted...”, sostuvo.

“Así que sí, vamos a hacer un par de cambios que correspondan y de paso, vamos a hacer un par más que teníamos ganas de hacer igual. Hoy más que nunca, NotGuilty. Vamosh! (voz de Carlitos Alcaraz)”, concluyó.

En tanto, NotCo explicó que “el impacto en packaging es marginal, y ya estábamos preparados”. “El fallo identifica algunos elementos de comunicación y packaging que deben ajustarse. Lo haremos con gusto. Pero hay algo importante que la sentencia no considera: cinco años es mucho tiempo”.

Por su parte, Jaime Heinrich Commentz, presidente de Aproval manifestó que “esta sentencia viene a ratificar la posición permanente que sostuvimos respecto de que estábamos frente a un acto evidente de competencia desleal que nos afectaba como productores de leche y -por lo tanto- debía ser corregido”.

“Luego de más de cinco años, la justicia nos ha dado la razón, lo que asumimos como un reconocimiento a la convicción de defender técnicamente una actividad como la producción de leche que nos enorgullece”, añadió.

“De hecho, se ordena a Not Co el cese y la prohibición del uso (sea en el envase del producto denominado con la marca comercial Not Milk, como en material publicitario de dicho producto) de la palabra “leche” o de cualquier rotulado, distintivo, dibujo o imagen propios de la industria lechera”.

Además, “esta sentencia sienta un precedente importante para cualquier actor del mercado que pretenda seguir los pasos de Not Co, a actuar con más prudencia y no creer que en nombre de supuestas innovaciones se puede hacer o decir cualquier cosa en contra de otros actores del mercado”, concluyó. ●