

POR NICOLÁS DURANTE

Una larga batalla judicial entre NotCo y la Asociación Gremial de Productores de Leche de la Región de Los Ríos (Aproval) llegó a su fin: la Corte Suprema acogió de manera parcial la demanda del gremio contra la empresa fundada en 2015 por Matías Muchnick, Karim Pichara y Pablo Zamora, y sentenció que habían incurrido en actos de competencia desleal ordenando eliminar toda referencia a la palabra "leche".

Sin embargo, la empresa podrá seguir utilizando la marca NotMilk, que es una de las peticiones que hizo Aproval en su demanda original y que no fue acogida por la Suprema.

En un fallo de este 11 de mayo, la Cuarta Sala de la Corte Suprema, indicó que "se acoge la demanda por actos de competencia desleal deducida en contra de The Not Company SpA".

Asimismo, indicó que "se ordena 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".

Corte Suprema ordena a NotCo eliminar la palabra leche de su envase, pero mantiene viva la marca

■ Matías Muchnick celebró el fallo: "NotMilk se sigue llamando NotMilk. La marca intacta". José Coz, abogado de Aproval, indicó a su turno que "esto fue una derrota contundente para Notco".

También ordenó que, una vez ejecutoriado este fallo, "pasen los antecedentes a la Fiscalía Nacional Económica, para los fines allí establecidos".

En el razonamiento del fallo, la Suprema indica 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".

Y añade que "el uso de la expresión "not", al lado del vocablo "milk", y la tajadura 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 mercancía de The NotCo se comercializan en numerosos comercios de gran superficie en los mismos pasillos y góndolas que la leche".

Sin embargo, hubo varios puntos de Aproval que la Suprema no

acogió o no se pronunció, comenzando por la petición de prohibir el uso del nombre "Not Milk". Además, sobre la "cláusula general de competencia desleal" no zanjó; en cuanto al aprovechamiento de reputación ajena o confusión, la Suprema expresamente lo descartó.

Asimismo, se abstuvo de prohibir cualquier comparación o alusión a la leche, directa o indirecta, sino que solo se prohibió la palabra "leche" y símbolos lecheros, no toda alusión.

La Suprema tampoco mencionó la condena en costas que había pedido Aproval.

El gremio lechero ganó en primera instancia en 2023, pero la Corte de Apelaciones de Valdivia había desestimado la denuncia y el caso pasó en 2024 a la Suprema.

Reacciones: todos ganan

A través de su LinkedIn, el CEO y fundador de NOT Co expresó que "Hay NotMilk para rato señores!".

En su mensaje destacó que "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). Lo segundo: la Corte desestimó el argumento principal de Aproval, que nos estuviéramos aprovechando de la reputación de la leche. Ese cargo cayó. Y sí, hay algunos elementos de *comms* (comunicación) que tenemos que ajustar. Lo hacemos con gusto".

Apuntó que "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..." Así que sí, vamos a hacer un par de cambalaches que correspondan y de paso, vamos a hacer un par más que teníamos ganas de hacer igual. Hoy más que nunca, NotGuilty".

Por su parte, el abogado José Clemente Coz indicó que "esto fue una derrota contundente para Notco. La Corte Suprema concedió todo lo solicitado por Aproval. Tan solo les permitió conservar su marca. Confirma que la posición de Aproval fue siempre justa y legítima y que Notco ha abusado ilícitamente en plataformas publicitarias y muchas otras".

