vinetur

Trump lleva a los tribunales una marca de vino con su número político

Las empresas del expresidente piden anular “45 47 Republican Red Special Edition” por posible confusión con su figura

miércoles 3 de junio de 2026

Las empresas DTTM Operations, CIC Operations y Trump Wine Marks han pedido a la Trademark Trial and Appeal Board de Estados Unidos que cancele el registro de la marca de vino “45 47 Republican Red Special Edition”, inscrita a nombre de Paul Johnson, residente en California. La solicitud se presentó el 30 de abril y abre un nuevo frente legal sobre el uso comercial de números asociados a Donald Trump.

El caso gira en torno a si una marca de vino basada en “45-47” puede registrarse sin permiso cuando parte del público puede relacionar esa combinación con Trump, que fue el 45º presidente de Estados Unidos y volvió al cargo como 47º. Las compañías del expresidente sostienen que ese vínculo no es casual y que el consumidor puede pensar que el producto tiene relación con él o con sus negocios.

En su petición, las firmas de Trump alegan que ya usan esa combinación numérica como parte de su estrategia comercial en el sector del vino. Citan, entre otros elementos, la venta de un espumoso premium llamado “Presidential Reserve Inaugural Edition” a 245,47 dólares por botella y una producción limitada a 4.547 cajas. También afirman que tienen uso previo en el mercado desde noviembre de 2021 a través de “45 Wine & Whiskey”, un local situado en Trump Tower, en Nueva York.

La base jurídica del recurso incluye dos argumentos: la falsa sugerencia de conexión y la falsa aprobación. El primero se aplica cuando una marca lleva al público a pensar que existe un vínculo con una persona o entidad, aunque ese vínculo no exista. El segundo se centra en si los compradores pueden creer que un producto ha sido autorizado o respaldado por esa persona.

Las compañías demandantes sostienen que “45-47” identifica de forma directa a Trump y que, aplicado al vino, puede inducir a error sobre el origen del producto. Añaden que no buscan apropiarse de los números en abstracto, sino impedir un uso comercial que, según su versión, se apoya en una referencia muy concreta a su figura y a sus marcas.

El expediente también recoge que las empresas enviaron un requerimiento formal para cesar el uso de la marca el 5 de agosto de 2025. Según su relato, la acción ante la TTAB llegó después de que el titular del registro no aceptara retirarlo de forma voluntaria.

La disputa pone el foco en cómo se protegen las marcas cuando un signo no reproduce un nombre completo, pero sí una referencia que parte del público puede asociar con una persona conocida. En Estados Unidos, la TTAB debe valorar si esa asociación basta para anular un registro ya concedido.

El caso tiene interés para bodegas, distribuidores y empresas del sector porque muestra hasta qué punto una marca puede quedar expuesta si se apoya en símbolos políticos o referencias personales muy reconocibles. También recuerda que el registro federal no garantiza inmunidad si otra parte acredita uso previo, riesgo de confusión o una conexión falsa ante los consumidores.