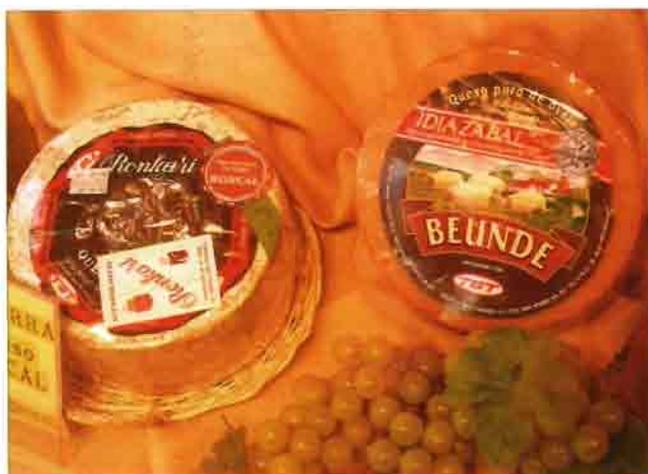


ALIMENTOS CON HISTORIA

ALIMENTOS DE CALIDAD

LA COMISION EUROPEA INICIA UNA CAMPAÑA DE DIVULGACION EN TODOS LOS PAISES DE LA UNION EUROPEA EN TORNO A LOS SISTEMAS DE VALORIZACION DE ALIMENTOS: DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS (DOP), INDICACIONES GEOGRAFICAS PROTEGIDAS (IGP) Y ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA (ETG).

■ HECTOR SAINZ



La Comisión Europea acaba de emprender una campaña de comunicación que se prolongará durante los próximos tres años en todos los países miembros de la Unión Europea, con objeto de dar a conocer todos aquellos productos agroalimentarios que gozan de reconocimiento de especial calidad y protección, a través de las diferentes figuras que recoge la normativa comunitaria al respecto: Denominación de Origen Protegida (DOP) e Indicación Geográfica Protegida (IGP).

Esta acción informativa, cuyo lema es "Los productos que tienen una historia", cuenta con tres objetivos básicos. En primer lugar, se trata de estimular a los productores para que usen los sistemas de protección establecidos. Además, se pretende sensibilizar a los distribuidores para que comercialicen estos productos. Y, por último, se han establecido acciones promocionales

para informar a los 373 millones de consumidores europeos de la existencia de estos productos, esperando de esta manera que obtengan una cuota significativa de mercado.

Los sistemas de valorización y protección de los productos agroalimentarios de carácter específico han adquirido en los últimos tiempos una importancia muy significativa. Acontecimientos recientes que están en la mente de todos, entre los que destaca por su gravedad el escándalo de las "vacas locas", han vuelto más imprescindibles, si cabe, los controles y la promoción de los alimentos de tipo tradicional que garantizan unos niveles de calidad y salubridad muy elevados.

El modelo de protección de los alimentos elaborados y obtenidos a través de métodos artesanales y basados en unas materias primas de calidad incontestable continua siendo importante en

la mayoría de las regiones mediterráneas europeas, mientras que en el centro y el norte del continente el sector alimentario está fundamentalmente basado en procesos de producción más industrializados.

Los diferentes modelos organizativos de los sectores agroalimentarios en cada uno de los países de la Unión Europea, e incluso las grandes divergencias interregionales dentro de cada país, establecen un panorama que dificulta enormemente el establecimiento de un marco único, a nivel europeo, de protección y promoción de los productos agroalimentarios de calidad.

NORMATIVA EUROPEA

El 14 de julio de 1992 fueron aprobados por el Consejo de Ministros de Agricultura de la UE los Reglamentos 2081/92 y 2082/92, en buena medida,

CONSORCIO DE LOS QUESOS TRADICIONALES DE ESPAÑA



QUESOS DE LECHE DE OVEJA: MANCHEGO, RONCAL, IDIAZABAL, ZAMORANO, LA SERENA.



QUESOS DE LECHE DE CABRA: IBORES, MAJORERO, GARROTXA, RONDEÑO, QUESOS DE PASTA AZUL: CABRALES, PICÓN, VALDEON.
QUESOS DE MEZCLA: TRONCHON, IBERICO.



QUESOS DE LECHE DE VACA: MAHON, TETILLA, NATA CANTABRIA, QUESUCO, AHUMADO DE ALIVA, CEBREIRO, SAN SIMON.



El Consorcio de los Quesos Tradicionales de España, S.A., está poniendo de manifiesto que España reúne condiciones únicas en Europa para disponer de una amplia gama de quesos tradicionales, teniendo en cuenta la materia prima excepcional de que se dispone, los diferentes ecosistemas, paisajes y microclimas de que disfrutamos y las antiquísimas y variadas culturas y tradiciones de que somos herederos.

El Consorcio de los Quesos Tradicionales de España, S.A., sabe que el buen queso no es otra cosa que el resultado armonioso de una elaboración esmerada, que se fundamenta en los ricos legados culturales, que partiendo de una leche sana de ovejas, vacas y cabras de razas autóctonas y aclimatadas perfectamente al territorio, saben transformar adecuadamente los pastos sabrosos y aromáticos locales y regionales de los que se alimentan.

El Consorcio de los Quesos Tradicionales de España, S.A., viene a cubrir un hueco de honor existente en el mercado internacional con su gama de quesos tradicionales españoles de calidad contrastada, con presentación atractiva y ofreciendo un servicio regular a la distribución mundial.

Estamos seguros que los paladares más exquisitos y cultos sabrán valorar la potencialidad de nuestra oferta.

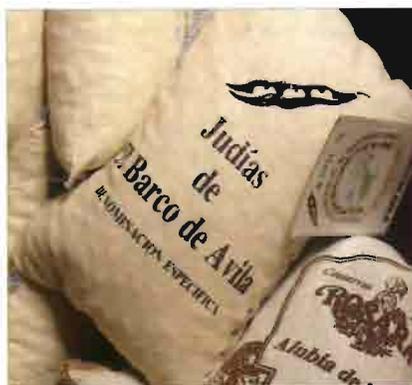


CONSORCIO DE LOS QUESOS TRADICIONALES DE ESPAÑA, S.A. C/. Gran Vía, 8 - 2.º
28022 MAJADAHONDA - MADRID - ESPAÑA
Tfno.: 91 - 634 08 32 - 634 42 80. Fax: 91 - 634 15 64

gracias a los esfuerzos realizados por las diferentes administraciones españolas que desde su ingreso en la Comunidad habían venido abogando por algún tipo de reconocimiento de los productos agroalimentarios de calidad. El primero de estos Reglamentos hace referencia a "la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios", mientras que el contenido del segundo es "relativo a la certificación de las características específicas de los productos agrícolas y alimenticios".

Por su parte, el Reglamento 2081/92 establece, en su artículo segundo, dos figuras de protección, en función de dos niveles diferentes de exigencias en la vinculación del producto con el medio geográfico.

Las primeras, llamadas Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), reflejarán "el nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país, que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio: originario de dicha región, o dicho lugar determinado o de dicho país y cuya calidad o características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y



cuya producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada."

Las segundas, amparadas bajo el nombre de Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), servirán para designar, al igual que en el caso anterior, a un producto agrícola o alimenticio con el

nombre de una región, un lugar determinado o, excepcionalmente, un país, en el caso de "que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda atribuirse a dicho origen geográfico, y cuya producción y/o transformación y/o elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada".

Hay que reconocer que estas definiciones concuerdan casi punto por punto con las aplicadas en nuestro país en los casos de las Denominaciones de Origen y Denominaciones Específicas, con una importante trayectoria. Hay que señalar asimismo que, en las dos legislaciones, se trata siempre de productos agroalimentarios en los que no están incluidos los vinos ni las bebidas espirituosas, acogidos a otras fórmulas de protección que, a nivel comunitario, tienen su figura concreta en los "Vinos de Calidad Producidos en Región Determinada" (v.c.p.r.d.).

Los productos que pueden acogerse a este régimen de protección vienen identificados en el Anexo II del propio Tratado de Roma, además de en otras dos listas específicas que incluye el Reglamento. Se trata, según el Anexo II del Tratado de Roma, de carnes y despojos comestibles, pescados, crustáceos y moluscos, leche y productos lácteos,



LOS SELLOS MÁS ADMIRADOS DEL MUNDO

Aunque sólo el Sello de Denominación de Origen "QUESO ZAMORANO" sigue en curso, y a su alcance.



"El Naranja" Sello dos reales. España 1851



"Queso Zamorano" Denominación de Origen. España 1992



"Black Penny" Primer sello del mundo. Gran Bretaña 1840



huevos de ave, miel natural, legumbres, plantas, raíces y tubérculos alimenticios, frutos comestibles, cortezas de agrios y melones, café, té y especias, con exclusión de la yerba mate, productos de molinería, aceites y grasas vegetales y animales, preparados de carne, de pescados, de crustáceos y moluscos.

A esta larga relación hay que añadir los productos contenidos en los anexos del propio Reglamento: cerveza, agua mineral natural y agua de manantial, bebidas a base de extractos de plantas, productos de panadería, pastelería, repostería o galletería, gomas y resinas naturales, heno y aceites esenciales.

Quedan excluidos del registro las denominaciones que han pasado a ser genéricas y aquellos nombres que entran en conflicto con los de variedades vegetales o razas animales. Para proceder a registrarse, la iniciativa debe proceder de un grupo de productores y/o transformadores quienes deben presentar una solicitud, acompañada por un Reglamento propio, ante las autoridades de su país. Éstas, si lo estiman conveniente, la tramitarán ante la Comisión Europea, donde se efectuará un nuevo estudio y, en caso de considerar que reúne las condiciones suficientes para su aprobación, esta peti-

ción será publicada en el Diario Oficial de la Comunidad Europea. Si no se presenta ninguna alegación en contra, en el plazo de seis meses la Denominación se inscribe en el "Registro de Denominaciones de Origen y de Indicación Geográficas Protegidas" y queda amparada por los sistemas establecidos.

Además de estos trámites, el Reglamento describe los sistemas de control establecidos y los mecanismos de protección de los productos amparados bajo estas denominaciones.

Por su parte, el Reglamento 2082/92 establece las normas para la certificación comunitaria de características específicas para toda una serie de productos agroalimentarios que se definen por "haber sido producidos a partir de materias primas tradicionales, o bien presentar una composición tradicional o un modo de producción y/o de transformación que pertenezca al tipo de producción y/o de transformación tradicional" (art.4).

Esta certificación, por tanto, no hace referencia al origen geográfico del producto, sino que sólo pretende resaltar la aplicación de un método de producción o una composición que se considera tradicional. Un producto de estas características puede ser fabricado

en todo el territorio de los diferentes Estados de la Unión Europea.

El Reglamento 2082/92 establece los procedimientos para las solicitudes de inscripción, las estructuras de control y los plazos y mecanismos de aprobación. Además, anuncia en su artículo 12 la intención de crear "un símbolo comunitario que podrá utilizarse en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos agrícolas o alimenticios que posean una certificación comunitaria de características específicas con arreglo a lo dispuesto en el presente Reglamento". Ese símbolo ya ha sido creado y consiste en un sol estilizado en el que se insertan las doce estrellas de la Unión Europea. El nombre escogido para amparar esta certificación de calidad agroalimentaria es el de "Especialidad Tradicional Garantizada" (ETG).

La relación de los productos que pueden acogerse a esta figura de protección son, además de los incluidos en el Anexo II del Tratado de Roma y que ya han sido citados con anterioridad, la cerveza, el chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, productos de repostería, panadería, pastelería o galletería, pastas alimenticias, incluso cocidas o rellenas, platos compuestos, salsas sazonadoras

Su
Calidad
les
Distingue

ACEITES

G

ran Selección

96

MEDALLAS DE ORO

MEDALLAS DE PLATA

MEDALLAS DE BRONCE

ENVASES ESPECIALES

Hermida
Carlos Hermida Sánchez
Esquivias

Dintel-Virgen Extra 1/4
Aceites Toledo, S.A.
Los Yébenes

Dintel-Virgen Extra 3/4
Aceites Toledo, S.A.
Los Yébenes

ENVASES 1 LITRO

Moral Oro
Coop. Santiago Apóstol
Moral de Calatrava

Pantocrator
Alta Alcarriá, S.C.L.
Valdeolivas

Castillo de Ontur
Coop. San José
Ontur

ENVASES 5 LITROS

Moral Oro
Coop. Santiago Apóstol
Moral de Calatrava

Sierra Prieta
Colival
Valdepeñas

Pantocrator
Alta Alcarriá, S.C.L.
Valdeolivas



Aceites de Castilla-La Mancha
Naturalmente buenos.



Junta de Comunidades de
Castilla-La Mancha



preparadas, potajes o caldos, bebidas a base de extractos de plantas y helados y sorbetes.

PRIMERA RELACION DE PRODUCTOS

Desde la publicación de estos Reglamentos comunitarios en 1992 hasta hoy, se ha desarrollado un largo y complejo proceso, no exento de tensiones, que ha culminado con la presentación

de un primer listado de productos amparados por estos sistemas de protección de la calidad.

De todas maneras, hay que tener en cuenta que esta primera relación de productos no incluye de momento más que a las Denominaciones de Origen Protegidas y a las Indicaciones Geográficas Protegidas, pues en el caso de las Especialidades Tradicionales Garantizadas no existe todavía ningún producto que haya concluido sus trámites de inscripción.

Parece evidente que el tipo de argumentos que justifican a estos dos Reglamentos presentados en paralelo por la Comisión Europea son radicalmente diferentes y que incluso manifiestan tendencias contradictorias en lo relativo al marco global de protección de los productos agroalimentarios europeos de calidad. Mientras en el primer caso se plantea la definición de los productos según su origen geográfico, priman-



do la localización sobre cualquier otro criterio, en lo que constituye lo esencial de la posición española; en el segundo reglamento se defiende la primacía del criterio productivo y de la composición de los productos, sin que la vinculación espacial tenga ninguna relevancia.

Por supuesto, estos dos grandes tipos de productos agroalimentarios así definidos pueden considerarse en ocasiones como complementarios, pero en otros muchos casos van a provocar sin



LA GARANTÍA DE CONTROL DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS ECOLÓGICOS ANDALICES



La AGRICULTURA ECOLÓGICA es un método de producción agraria respetuoso con el medio ambiente, crea diversidad en los ecosistemas agrarios y aumenta la fertilidad de los campos.

PRODUCE ALIMENTOS DE CALIDAD SIN EMPLEAR TRATAMIENTOS QUÍMICOS.



CUADRO Nº 3

PRIMEROS PRODUCTOS ESPAÑOLES INSCRITOS EN EL REGISTRO EUROPEO DE DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRAFICAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ACEITE DE OLIVA

BAENA. LES GARRIGUES.
SIERRA DE SEGURA. SIURANA

ARROZ

CALASPARRA

FRUTAS

NISPEROS CALLOSA D'EN SARRIA.
UVA DE MESA EMBOLSADA VINALOPO

JAMONES

DEHESA DE EXTREMADURA. GUIJUELO.
JAMON DE TERUEL

MIEL

MIEL DE LA ALCARRIA

PIMIENTOS

PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA

QUESOS

CABRALES. IDIAZABAL. MAHÓN.
PICON BÉJES-TRESVISO.
QUESO DE CANTABRIA.
QUESO DE LA SERENA.
QUESO MANCHEGÓ. QUEIXO TETILLA.
QUESO ZAMORANO.
QUESUCOS DE LIEBANA. RONCAL

INDICACIONES GEOGRAFICAS

ARROZ

ARROS DEL DELTA DE L'EBRE

CARNES

CARNE DE AVILA.
CARNE DE MORUCHA DE SALAMANCA.
POLLASTRE Y CAPO DEL PRAT.
TERNASCO DE ARAGON

EMBUTIDOS Y SALAZONES

SOBRASSADA DE MALLORCA.
CECINA DE LEON

ESPARRAGOS

ESPARRAGOS DE NAVARRA

FRUTAS

CEREZAS DE LA MONTAÑA DE ALICANTE

LEGUMBRES

FABA ASTURIANA. JUDIAS DE EL BARCO
DE AVILA. LENTEJA DE LA ARMUÑA

TURRON

JIJONA. TURRON DE ALICANTE



duda confusiones de difícil explicación ante los consumidores. Da la sensación de que la Comisión Europea ha pretendido establecer con estos Reglamentos un marco global aceptable para los distintos modelos agroalimentarios que existen en los diferentes estados miembros, intentando armonizar tendencias muy dispares, sin que pueda decirse que vaya a conseguirlo en todas las ocasiones.

Hasta estos momentos, se han presentado cerca de 1.500 solicitudes de registro para el sistema de las denominaciones territoriales (DOP/IGP) de todos los países miembros de la Unión, excepto Irlanda. Los criterios utilizados por cada país para la presentación de estas listas han sido muy dispares, pues algunos estados ya poseían sistemas de protección equivalentes a los europeos, como es el caso de España, mientras que otros carecían completamente de este tipo de procedimientos. Alemania presentó, por ejemplo, una relación de unos 800 productos que en la lista presentada han quedado reducidos a 33, de los que 31 son diferentes tipos de aguas minerales.

La ingente documentación aportada bloqueó los servicios de la Comisión y ha retrasado la presentación de una primera lista con las Denominaciones de las que se disponía de información suficiente como para comprobar su adecuación a los criterios solicitados en el

Reglamento. Por fin, durante el pasado julio, fue presentada la primera relación de productos agroalimentarios europeos amparados por las Denominaciones de Origen o las Indicaciones Geográficas. Se trata de 386 productos, de los cuales 262 están considerados como Denominaciones de Origen Protegidas y los restantes 124 como Indicaciones Geográficas Protegidas.

Por países, es Francia con 93 productos reconocidos, el que ha logrado en esta primera fase un mayor número de inscripciones. Le siguen Italia con 66, Portugal con 61 y Grecia con 58. A continuación, se sitúa España con 37 denominaciones, las mismas que presentó al registro europeo, Alemania con 33 y el Reino Unido con 22.

Mucho más por debajo están Luxemburgo y Austria, con 4 productos reconocidos en cada caso; Holanda y Bélgica, con 3 y, por último, Dinamarca con 2 únicas inscripciones. Se espera que próximas relaciones hagan referencia a las aportaciones de los nuevos países miembros de la Unión y añadan nuevos alimentos provenientes de los países ya considerados.

Por grupos de productos, el más importante es el constituido por los quesos (124 reconocimientos), seguidos por las carnes y despojos frescos (78) y las frutas, hortalizas y cereales (74). En un segundo término se sitúan los aceites y materias grasas (36), las aguas

CUADRO Nº 2

V.C.P.R.D., BEBIDAS ESPIRITUOSAS CON DENOMINACION Y PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS CON DENOMINACION DE ORIGEN Y ESPECIFICA EN ESPAÑA 1995

	NUMERO DE DENOMINACIONES	SUPERFICIE O NUMERO DE CABEZAS INSCRITAS		NUMERO DE INDUSTRIAS INSCRITAS	VOLUMEN COMERCIALIZADO CON DENOMINACION HL. O TM.	% COMERCIALIZADO CON DENOMINACION S/TOTAL NACIONAL
		HA.	CABEZAS PRODUCTORAS (1)			
VINOS (2)	48	590.368,00	-	-	9.244.278,00	48,50
BEBIDAS ESPIRITUOSAS	9	-	-	-	650.295,00	29,40
QUESOS	11	-	808.528	425	7.809,00	2,74
ACEITES	4	117.697,00	-	125 (3)	5.284,00	1,79
ESPARRAGOS	1	3.608,00	-	45	7.517,00	9,74
PIMIENTOS	1	201,00	-	13	779,63	1,21
ARROZ	2	19.662,00	-	13	11.460,53	3,50
JAMONES	4	-	212.794	193	313.187,00 (8)	1,01
JUDIAS	2	387,00	-	17	33,30	0,09
LENTEJAS	1	689,00	-	8	102,00	1,72
CARNES FRESCAS	5	-	80.780	69 (3)	6.242,70	1,13; 0,20 (5)
FRUTAS	3	7.871,73	-	137	36.470,76	0,75; 72,3; 5,63 (6)
TURRON (4)	2	-	-	27	8.089,00	31,30
MIEL	1	-	9.442	22	29,70	-
SALAZONES CARNICAS	1	-	-	49	43,15	-
EMBUTIDOS	1	-	-	51	2.883,30	-
ENCURTIDOS VEGETALES	1	45,00	-	108	(7)	-
TOTAL	97	-	-	-	-	-

1.- En jamones y carnes, animales sacrificados con destino a la D.O. y D.E., respectivamente; en miel, colmenas inscritas.

2.- Tras la ratificación de la D.O. Monterrei con fecha 19/1/96, existen en España 48 v.c.p.r.d.

3.- En aceites, envasadoras y almazaras. En carnes, mataderos y salas de despiece.

4.- Desde 23/4/95 existen dos DD EE.

5.- % correspondiente a carnes de bovino y ovino protegidos, respectivamente, relacionados con la producción total de cárnicos de especie.

6.- % correspondiente a cereza, nispero y uva, respectivamente.

7.- No se dispone de datos sobre el primer año de vigencia de la D. E.

8.- En piezas.

FUENTE: MAPA.

minerales (31), los productos a base de carne (15) y otros productos de origen animal (14). Por último, se encuentran los productos de panadería y pastelería (6), las sidras y las cervezas con 3 inscripciones respectivamente y los pescados, moluscos y crustáceos y aceites esenciales con un único producto registrado en cada caso.

Entre los productos españoles reconocidos, se encuentran 11 quesos, 10 frutas, verduras y cereales, 5 productos a base de carne, 4 carnes y charcutería, 4 aceites de oliva, 2 productos de confitería y 1 miel. Constituyen un grupo

formado por 23 Denominaciones de Origen Protegidas y 14 Indicaciones Geográficas Protegidas. Actualmente se encuentran en la fase de reconocimiento por parte de la Comisión Europea otros cinco productos españoles. Se trata de Jamón de Huelva, Queso Majorero, Ternera Gallega, Judías de la Bañeza y Berenjenas de Almagro.

El completo reconocimiento de los productos españoles presentados al registro de la Unión Europea muestra, sin lugar a dudas, el rigor con que en nuestro país se ha abordado esta cuestión, aunque parece conveniente reali-

zar un esfuerzo para incluir en los listados de la Comisión un número mayor de productos de nuestro rico patrimonio agroalimentario.

Por lo que hace referencia a las Especialidades Tradicionales Garantizadas, puede señalarse que hasta el momento no hay ni una sola inscripción a nivel europeo, aunque se encuentra relativamente avanzado el expediente del queso mozzarella. Otros ejemplos que se manejan como posibles Especialidades Tradicionales Garantizadas futuras, aún cuando no resulta nada claro si existen solicitudes



Su
Calidad
les
Distingue



QUESOS **G**

Gran Selección

96

MEDALLAS DE ORO

MEDALLAS DE PLATA

MEDALLAS DE BRONCE

ARTESANOS
SEMICURADOS

Marantona
Quesos La Casota, S.L.
La Solana

Castillo de Peñarroya
José Antonio Valverde Lara
Argamasilla de Alba

Carpuela
José Gómez Calcerrada
Herencia

ARTESANOS
CURADOS

Monteguerras
Quesera Herenciana Cofer, S.L.
Herencia

Señorío de Quero
Hnos. Ruiz Villanueva, C.B.
Quero

Flor de la Plata
S.A.T. La Plata
Villanueva de Bogas

INDUSTRIALES
SEMICURADOS

Valdehiero
Quesos Cristo del Prado, C.B.
Madridrejos

Don Cayo
Queserías Villamayor, S.L.
Villamayor de Santiago

Montescusa
Quesera Manchega Corral de
Almaguer, S.A.
Corral de Almaguer

INDUSTRIALES
CURADOS

Coquem
Coop. Quesera Sta. Cruz
La Alberca de Zancara

El Fonteón
Artesanos Lácteos S.L.
Los Yébenes

Valdehiero
Quesos Cristo del Prado, C.B.
Madridrejos



Queso Manchego
Naturalmente buenos.



Junta de Comunidades de
Castilla-La Mancha

formales de inscripción, son el jamón serrano español, cortado, salado y secado según un método tradicional; las cervezas de las abadías, las endibias cultivadas de manera tradicional, el ternero o el cerdo de granja, la sidra en botella, la "alheira de Mirandela" (salchichón) o el "traditional farm fresh turkey" (pavo).

MERCADO EUROPEO DE ALIMENTOS DE CALIDAD

Todas las estimaciones efectuadas a nivel europeo indican que el consumo de los productos agroalimentarios de calidad tiene un importante potencial de crecimiento en el futuro más inmediato. Para calibrar esas posibilidades y elaborar una estrategia de promoción, la Comisión Europea encargó la realización de una encuesta de opinión a la red INRA EUROPE. Este Eurobarómetro fue efectuado durante los meses de noviembre y diciembre de 1995 y contó con una muestra de más de 16.000 personas.

Según los resultados de esta investigación, un 76% de los consumidores europeos afirma haber adquirido en alguna ocasión productos alimenticios fabricados "de manera tradicional". De ese porcentaje, un 31% lo hace con frecuencia y un 45% de forma menos regular. La identificación de estos productos se realiza mayoritariamente a través de las etiquetas (43%), comprobando la composición (33%), el lugar de fabricación (29%), algún tipo de mención específica (27%), o incluso la marca (25%).

Alrededor de un tercio de los europeos reconocen que el origen geográfico de un producto agroalimentario es uno de los criterios fundamentales a la hora de decidir sus compras. Aparece inmediatamente después del precio y la apariencia del producto y tiene una importancia similar a la de la marca. El origen resulta más importante en los casos de frutas y verduras, miel y quesos, productos de charcutería y carnes y pierde prioridad cuando se trata de cervezas, productos de pastelería o de confitería y platos preparados.



Aproximadamente el 50% de los europeos ha oído hablar de las denominaciones de origen y, lo que es más importante, un 40% afirma haberlas comprado alguna vez. De todas maneras, estos porcentajes varían de forma drástica según los países. Así, un 85% de los franceses reconocen haber adquirido productos avalados por protecciones geográficas, mientras que tan sólo un 8% de los suecos han efectuado ese tipo de compra. En el caso de España, un importante 79% de los encuestados indicó haber consumido alguno de estos productos de calidad.

Para los europeos, las denominaciones de origen constituyen una garantía de procedencia (56%) e incluso una garantía de calidad (39%). Esta vinculación entre origen y calidad de los ali-

mentos es más importante en los países que disponen de sistemas desarrollados de protección geográfica de los productos agroalimentarios (Francia e Italia, con un 58% y 62% respectivamente).

Por último, casi el 50% de los europeos manifiesta su confianza en un sistema establecido por la Unión Europea para garantizar el origen o el modo tradicional de elaboración de los productos agroalimentarios.

Las principales conclusiones que la Comisión Europea ha extraído del Eurobarómetro son las siguientes:

- Existe en toda la Unión Europea un gran interés por conocer el origen de los productos que se consumen, pero la noción de las denominaciones es todavía poco conocida en muchos de los países miembros.

- Los consumidores europeos manifiestan una clara voluntad de adquirir productos obtenidos y elaborados de manera tradicional y buscan primordialmente las informaciones acerca de los procedimientos de elaboración en las etiquetas.

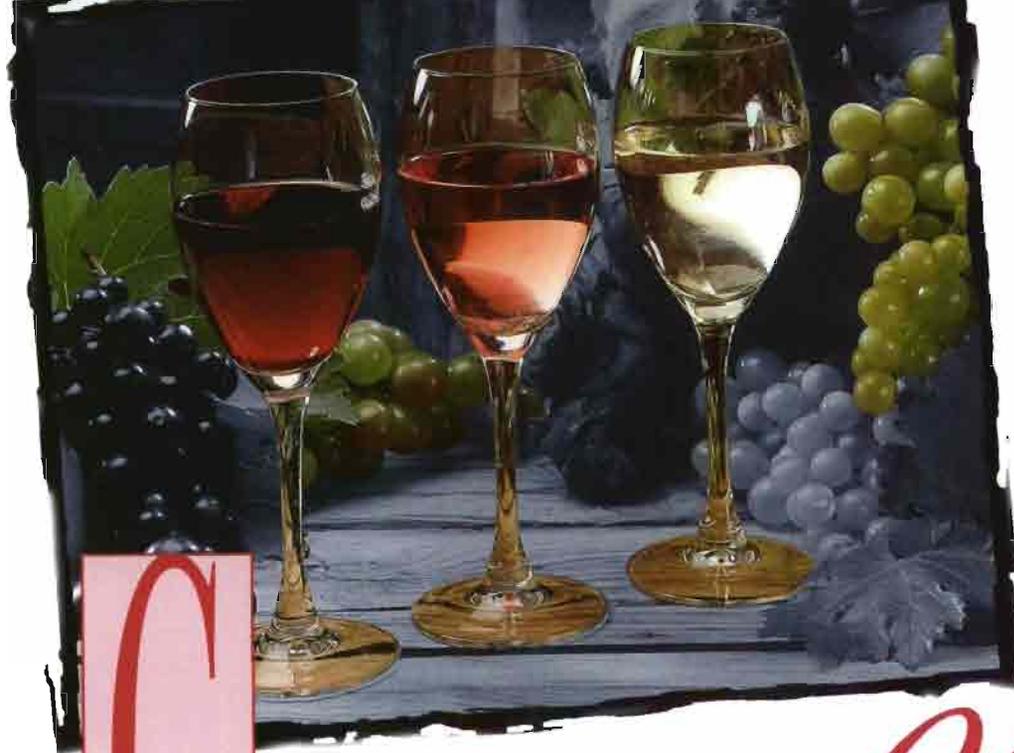
- Los consumidores expresan una mayor confianza en los productos cuyo origen o modo tradicional de fabricación/producción esté garantizado por la Unión Europea.

CAMPAÑA DE COMUNICACION. CONTENIDOS Y CALENDARIOS

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta de opinión y valorando las excelentes expectativas de crecimiento que el consumo de productos agroalimentarios de calidad puede tener en los próximos años, la Comisión Europea ha decidido poner en marcha una campaña promocional que contribuya a la definitiva implantación de estos productos en los mercados de los países miembros.

Los motivos que han determinado la realización de esta iniciativa son varios. Por una parte, las líneas maestras de la Política Agraria Común favorecen la diversificación de las producciones y priman los criterios de calidad sobre la cantidad. Además, la promoción de productos específicos puede

Su
Calidad
les
Distingue



VINOS

G

ran Selección

96

MEDALLAS DE ORO

MEDALLAS DE PLATA

MEDALLAS DE BRONCE

BLANCOS

Viña Alambrada 95
Bodegas Hnos. Rubio, S.L.
Villasequilla

Veronés
S.A.T. Santa Rita
Mota del Cuervo

Benengeli 95
Enomar, S.L.
Mota del Cuervo

ROSADOS

Viña Q.
Bodegas Ayuso S.L.
Villanubledo

Tomillar
Coop. Virgen de las Viñas
Tomelloso

Allozo
Bodegas Centro Españolas S.A.
Tomelloso

TINTOS JOVENES

Castillo de Alhambra
Vinicola de Castilla, S.A.
Manzanares

Veronés
S.A.T. Santa Rita
Mota del Cuervo

Castillo de Manzanares
Vinicola de Castilla, S.A.
Manzanares

TINTOS DE CRIANZA

Torre de Gazate 92
Coop. Vinicola de Tomelloso
Tomelloso

Concejel 93
Bodegas Espinosa, S.A.
Valdepeñas

Arboles de Castillejo 91
Bodegas Torres Filoso
Villanubledo

TINTOS RESERVA

Viña Cuerva 86
Bodegas Naranjo, S.A.
Carrion de Calatrava

Cueva del Granero 92
Bodegas Cueva del Granero, S.A.
Los Hornos

Sembrador 87
Evaristo Mateos, S.L.
Noblejas

TINTOS GRAN RESERVA

Vegaval Plata 87
Miguel Calatayud, S.A.
Valdepeñas

Estola 85
Bodegas Ayuso, S.L.
Villanubledo

Señorío de Guadianeja 84
Vinicola de Castilla, S.A.
Manzanares

MENCION DE HONOR

ESPUMOSOS

D' Cuevas Santoyo Brut Nature
Viñedos y Reservas, S.L.
Villanueva de Alcardete



Vinos de Castilla-La Mancha
Naturalmente buenos.



Junta de Comunidades de
Castilla-La Mancha



constituir un logro importante para muchas regiones agrarias desfavorecidas que tienen en ese tipo de productos una de sus más importantes oportunidades de futuro.

En otro orden de cosas, la Unión Europea pretende defender a los productos agroalimentarios de calidad contra competencias desleales provenientes de terceros países, ya sean de la propia Unión Europea o de fuera de sus fronteras. En unos mercados cada vez

más globalizados, es necesario establecer mecanismos de regulación de la competencia que impidan las usurpaciones de nombres o las imitaciones fraudulentas.

Estos mecanismos, al menos en lo que hace referencia a las denominaciones de carácter territorial, podrán tener trascendencia en el marco de la propia Organización Mundial de Comercio (OCM), pues en ésta se reconoce el derecho a la propiedad intelectual que comprende la protección de las indicaciones geográficas de las partes contratantes. Además, se prevé la conclusión de acuerdos de reciprocidad con países terceros que incluyan el respeto mutuo sobre este tipo de sistemas de protección.

Por último, los Reglamentos que en estos momentos están teniendo su aplicación práctica concreta pretenden, antes que nada, establecer una política de defensa de los derechos de los con-



sumidores. Se trata de ayudar a éstos, proporcionándoles informaciones claras y fiables acerca del origen y los procesos de elaboración de los productos que consumen.

La Comisión Europea, hechas todas esas consideraciones, ha decidido poner en marcha una campaña de información que se prolongará durante los próximos tres años en todos los países de la Unión Europea, con un doble objetivo:



El Queso Tetilla se viste de etiqueta



Consello Regulador da
Denominación de Orixe
Queixo Tetilla



• Estimular a los productores y a los transformadores para que usen estos sistemas que les ofrecen una protección jurídica efectiva a nivel europeo.

• Incentivar la demanda de los productos agroalimentarios de calidad, informando a los distribuidores y a los 373 millones de consumidores europeos sobre la existencia, el significado y las ventajas de tales sistemas.

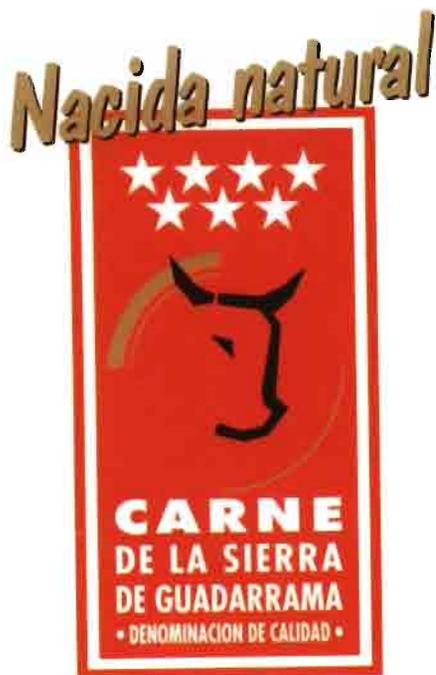
En una primera etapa, esta campaña va orientada esencialmente a productores

y distribuidores (1996), para más adelante extenderse al conjunto de los consumidores europeos (1997 y 1998). El lema central de toda la campaña es "Los productos que tienen una historia", mientras que el dirigido específicamente a los productores es el siguiente: "Cuéntenos la historia de su producto y la daremos a conocer a todo el mundo". Por su parte, los distribuidores recibirán el siguiente mensaje: "Los productos que saben contar su historia se venden mejor".

La información dirigida a los distribuidores se canalizará a través de un folleto de información que aparecerá en la prensa profesional y mediante la asistencia de la Comisión Europea en los salones profesionales de carácter europeo en 1996, 1997 y 1998. La primera de estas presencias ha tenido lugar en el Salón Internacional de la Alimentación, SIAL, que se ha desarrollado en París, del 20 al 24 de octubre.



La última etapa de esta campaña estará centrada en el público en general y se realizará mediante artículos publicitarios insertados en la prensa gastronómica y femenina, a través de un programa de colaboración con los medios de comunicación y con muestras en las principales ciudades europeas de una selección de estos productos, en las que se divulguen sus características y se permita su degustación por parte de los consumidores.



MUY CERCA DE USTED

- De nuestra propia Sierra
- Carne sabrosa, exquisita y sana
- Con Garantía de Calidad

CARNE SIN ADULTERAR

Y RECUERDE:

Déjese aconsejar por su carnicero a la hora de escoger una u otra pieza para cada tipo de plato que quiera preparar.

PARA MÁS INFORMACIÓN:

COMPLEJO AGROPECUARIO
CTRA. DE GUADALIX, Km. 2,500
28770 COLMENAR VIEJO (MADRID)

TEL./FAX: (91) 845 15 06

TEL. MÓVIL: 908 52 01 85

LUJO EN LA MESA



CONSEJO REGULADOR
DENOMINACION ESPECIFICA



LENTEJA DE
LA ARMUÑA

Alvaro Legumbres, S.L.
37420 GOMECELLO (Salamanca)
Tel. y Fax: (923) 35 00 28

Jesús Carro Polo
37420 GOMECELLO (Salamanca)
Tel. y Fax: (923) 35 00 03

Alonso García Almaraz
37420 GOMECELLO (Salamanca)
Tel. y Fax: (923) 35 00 63

Receviato Telesan, Telesan
37420 GOMECELLO (Salamanca)
Tel. y Fax: (923) 35 00 07

Miguelo Marcos, S.L.
37427 LA VELLAS (Salamanca)
Tel: (923) 35 40 02. Fax: (923) 35 40 03

Legumbres Montes, S.L.
37427 LA VELLAS (Salamanca)
Tel. y Fax: (923) 35 40 07

Julian Rodríguez Pedraza
37420 GOMECELLO
(Salamanca)
Tel. y Fax: (923) 35 00 09

Jerónimo Pedraza
Sanchez
37420 GOMECELLO
(Salamanca)
Tel. y Fax: (923) 35 00 59

 Caja Salamanca y Soria

Carretera de Valladolid s/n. (Edificio Caja Salamanca y Soria)
Tfno: (923) 22 83 45 VILLARES DE LA REINA 37184 SALAMANCA

 Junta de
Castilla y León

CUADRO Nº 3

**VALOR ECONOMICO DE LA COMERCIALIZACION DE V.C.P.R.D.,
BEBIDAS ESPIRITUOSAS CON DENOMINACION Y PRODUCTOS
AGROALIMENTARIOS CON DENOMINACION DE ORIGEN Y ESPECIFICA**

1995

PRODUCTO	VALOR TOTAL (MILL. PTAS.)	VALOR MERCADO INTERIOR (MILL. PTAS.)	VALOR EXPORTACION (MILL. PTAS.)
ACEITE DE OLIVA VIRGEN	3.233	2.577	656
ARROZ	1.287	1.275	12
CARNICOS (1)	4.410	4.396	14
ESPARRAGOS	2.020	1.908	112
FRUTAS	4.791	1.747	3.044
JAMONES	4.780	4.780	-
LEGUMBRES	60	60	-
MIEL	12	12	-
PIMIENTOS	62	62	-
QUESOS	9.420	8.403	1.017
TURRON	8.898	7.737	1.161
SUBTOTAL	38.973	32.957	6.016
VINOS (2)	249.638	158.847	90.791
BEBIDAS ESPIRITUOSAS	58.305	50.634	7.671
SUBTOTAL	307.943	209.481	98.462
TOTAL	346.916	242.438	104.478

1.- Suma del valor económico de carnes frescas (4.333 millones) y de salazones cárnicas (77 millones)
2.- Estimación.
FUENTE: MAPA.

afianzando la convicción de que estos productos pueden constituir un "buen negocio".

En España existen actualmente casi 100 denominaciones de origen e indicaciones geográficas, de las que un 50% corresponde a diferentes tipos de vino y 9 a otras tantas bebidas espirituosas, cuya situación no se ve afectada por esta nueva reglamentación de la Unión Europea.

En general, puede decirse que la comercialización ha experimentado en el último año un aumento considerable, tanto en los mercados nacionales como internacionales, aun cuando algunos productos vegetales se han visto seriamente afectados por la sequía.

La comercialización de estos productos avalados frente a los totales de producción presenta porcentajes muy variables en cada caso, que van desde el 9,74% de los espárragos hasta el 0,2% de las carnes frescas de bovino. Dos casos excepcionales son los constituidos por los vinos, en los que los amparados por alguna denominación representan el 48,5% del total de ventas, o los nísperos con un todavía más importante 72,3%.

El total de las ventas de productos protegidos alcanzó durante 1995 un valor de unos 350.000 millones de pesetas, lo que supone un incremento del 4,35% con respecto a los datos del año anterior. De todas maneras, hay que resaltar sobre esa cifra global, los productos no vínicos se quedan en algo menos de 40.000 millones de pesetas, de los que la comercialización en el mercado nacional supone unos 33.000 millones de pesetas y el resto son exportaciones.

De éstas últimas, casi la mitad están constituidas por frutas (3.000 millones), seguidas por los turrones (1.100 millones) y los quesos (1.000 millones). A continuación se sitúan las ventas al exterior del aceite de oliva (650 millones), espárragos (112 millones), productos cárnicos (14 millones) y, por último, el arroz (12 millones).

Por grupos de productos, son los quesos los que tienen unos volúmenes de facturación mayores, con unos

DENOMINACIONES DE CALIDAD ESPAÑOLAS

El reconocimiento por parte de las autoridades comunitarias de todas las solicitudes de denominaciones geográficas presentadas por la administración española constituye una prueba inequívoca de la seriedad y el rigor con que la cuestión está siendo abordada en nuestro país.

De todas formas, se presentan algunos interrogantes de futuro sobre los que es conveniente reflexionar. En primer lugar, hay que reconocer que otros países han presentado, y han visto aprobados, un número mucho mayor de productos agroalimentarios de calidad. No se trata de entrar en una carrera enloquecida a la búsqueda de la ins-

cripción comunitaria, pero hay que reconocer que nuestro patrimonio agroalimentario es sumamente rico y que otros muchos productos podrían ser incluidos en el listado europeo.

Se trata de hacer un esfuerzo para conseguir que otras producciones puedan verse beneficiadas por el amparo de la legislación comunitaria. En ese sentido, hay que establecer mecanismos para que muchas de las Denominaciones de Calidad reconocidas por las administraciones autonómicas puedan ser elevadas para su consideración por la Comisión Europea.

También es importante estimular a los sectores de productores y distribuidores de estos alimentos, mostrando las posibilidades de mercado que se abren con las nuevas normativas europeas y

FABA ASTURIANA

Entre los productos tradicionales que se obtienen en el Principado de Asturias destaca la **FABA**, que goza de un reconocido prestigio por su calidad.

Un verdadero tesoro gastronómico que está amparado por una **DENOMINACIÓN ESPECÍFICA**, para diferenciar el producto, cuyo funcionamiento descansa en el Consejo Regulador, en el que están presentes los productores y envasadores de **FABA ASTURIANA**.



La **DENOMINACIÓN ESPECÍFICA FABA ASTURIANA** exige el cumplimiento de unas estrictas normas de control y calidad.

De tal forma, todas las **FABES** comercializadas con la etiqueta del Consejo Regulador deben responder al máximo nivel de calidad, en cualquiera de sus presentaciones comerciales. Todo ello, para garantizar que la **FABA ASTURIANA** siga siendo uno de los mejores tesoros de Asturias.

EMPRESAS ENVASADORAS:

- Embuastur, S.L.
- Finca Las Huelgas, S.A.
- Embutidos El Hórreo, S.L.
- Alimentos del Valle del Esva, S.L.
- Embutidos Rey Fávila
- Finca Maricampa
- La Oturense, Sdad. Coop. Ltda.
- Embutidos Naveda
- Embutidos La Unión, S.L.
- Pepe'l Bueno
- Sdad. Civil San Martín de Argüelles
- Finca la Pradera
- Coop. Agropecuaria de Argüero



CONSEJO REGULADOR
DE LA DENOMINACIÓN ESPECÍFICA
FABA ASTURIANA

Domicilio social:

Finca La Mata-Grado

Apartado 13

33820 GRADO (Asturias)

Tlf: (98) 575 34 04 Fax: (98) 575 08 28



9.400 millones de pesetas, con un importante crecimiento interanual entr 1995 y 1994, que supera el 25%.

En segundo lugar, se encuentran los turrone, con unos 8.900 millones de pesetas, lo que supone una reducción del 2,7% con relación a las cifras de 1994. A continuación se sitúan las frutas, con 4.790 millones de pesetas y los jamones, con 4.780 millones y unos incrementos superiores al 19% y al 30% respectivamente. Con volúmenes ligeramente inferiores, aparecen las

carnes frescas y las salazones cárnicas con 4.400 millones de pesetas en ventas, cuando el año anterior no llegaban a los 390 millones.

El resto de los grupos económicamente más significativos está constituido por los aceites (3.233 millones y una reducción del 16%), los espárragos (2.020 millones y un aumento del 1,5%) y el arroz (1.287 millones, lo que supone un descenso del 3%). Por último, los valores de pimientos (62 millones), legumbres (60 millones) y miel (12 millones) son relativamente anecdóticos.

Todas estas cifras indican que nos encontramos ante unos productos cuyas cuotas de mercado tienden claramente al alza y que, a pesar de oscilaciones coyunturales, muestran una implantación muy sólida entre los consumidores. Las iniciativas comunitarias pueden ser vistas, en este contexto, como una auténtica oportunidad que



debe permitir un definitivo despegue de estos productos agroalimentarios de calidad, estableciendo una alternativa sólida frente los mercados tradicionales. Se trata, en definitiva, de aprovechar esta ocasión, promocionando nuevos modelos de consumo más saludables y desarrollando una auténtica oportunidad de futuro para muchas rentas agrarias e industrias agroalimentarias. □

HECTOR SAINZ
Periodista

Queso Mahón

M E N O R C A

