



منظمة الأغذية
والزراعة
للأمم المتحدة

联合国
粮食及
农业组织

Food
and
Agriculture
Organization
of
the
United
Nations

Organisation
des
Nations
Unies
pour
l'alimentation
et
l'agriculture

Продовольственная и
сельскохозяйственная
организация
Объединенных
Наций

Organización
de las
Naciones
Unidas
para la
Agricultura
y la
Alimentación

26.^a CONFERENCIA REGIONAL DE LA FAO PARA EUROPA

Innsbruck (Austria), 26-27 de junio de 2008

Tema 11 del programa

FOMENTO DE LOS PRODUCTOS Y LOS ALIMENTOS AGRÍCOLAS REGIONALES DE CARÁCTER TRADICIONAL: UN PASO MÁS HACIA EL DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE

Índice

	Párrafos
I. RESUMEN	1 - 5
II. INTRODUCCIÓN	6 - 7
III. DEFINICIÓN, DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES Y FUERZAS DEL MERCADO	8 - 17
IV. ASPECTOS RELATIVOS A LA REGULACIÓN	18 - 31
V. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS	32 - 49
VI. LA SITUACIÓN EN EUROPA	50 - 63
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64 - 74

Para minimizar los efectos de los métodos de trabajo de la FAO en el medio ambiente y contribuir a la neutralidad respecto del clima, se ha publicado un número limitado de ejemplares de este documento. Se ruega a los delegados y observadores que lleven a las reuniones sus copias y que no soliciten otras. La mayor parte de los documentos de reunión de la FAO está disponible en Internet, en el sitio www.fao.org

I. RESUMEN

1. A raíz de la 24.^a Conferencia Regional de la FAO para Europa, este documento trata de analizar el ámbito de los productos tradicionales regionales y la forma en que estos productos pueden contribuir al desarrollo rural sostenible. En Europa, la demanda de los consumidores de productos alimenticios y agrícolas tradicionales ha aumentado y generado un potencial para la creación de nichos de mercado. La promoción de estos productos es un fenómeno reciente; sin embargo, se reconocen cada vez más, y gozan del apoyo de políticas públicas y privadas.
2. Además de los requisitos genéricos que se aplican a todos los productos, se requiere una legislación apropiada para definir los criterios y las condiciones necesarios que deben cumplir los productos tradicionales con el fin de proteger a los consumidores así como a los productores contra los competidores sin escrúpulos. Al igual que con las especialidades tradicionales garantizadas de la Unión Europea, la denominación de origen protegida y la indicación geográfica protegida, la reglamentación pertinente puede tener múltiples justificaciones diferentes, no solo económicas y comerciales, sino también relacionadas con las políticas de desarrollo rural, o la preservación y la promoción de la biodiversidad y la tradición.
3. Los productos tradicionales están, en sus áreas de origen, integrados en alimentaciones regionales fruto de una evolución histórica compleja que refleja la interacción entre los seres humanos y su entorno. Sigue habiendo un déficit de conocimiento en relación con la composición, en términos de nutrientes y sustancias bioactivas, de los productos tradicionales y sus efectos en la salud humana. Por lo que se refiere a los aspectos socioeconómicos, los productos tradicionales se asocian generalmente con un sistema de producción extensiva y elaboración artesanal que lleva aparejado un alto índice de empleo, y permiten lograr un buen valor añadido con poca inversión en promoción. Dado que constituyen una base efectiva para la ordenación territorial de los recursos, permiten consolidar también otras actividades, especialmente en el sector turístico. Los productos tradicionales implican generalmente un trabajo realizado por mujeres y pueden contribuir a promover la equidad de género. Por último, los sistemas de producción tradicionales están intrínsecamente ligados a la biodiversidad y a la cultura, y pueden tener efectos en la conservación de razas indígenas, conocimientos específicos y paisajes particulares.
4. Los países europeos tienen una gran diversidad de tales productos. Puede observarse una gradación entre los países de Europa Occidental, donde los productos tradicionales oficialmente reconocidos pueden ser numerosos, los países centroeuropeos, en los que hay una nueva demanda de alimentos de calidad en las zonas urbanas, y los países del Asia central, donde la producción local tradicional conserva a menudo su papel en el suministro de alimentos a las poblaciones locales y aisladas. Antes considerados como vestigios del pasado, los productos tradicionales pueden considerarse como activos que corresponden a nuevas demandas de los consumidores y contribuyen al desarrollo rural sostenible.
5. La Conferencia tal vez desee examinar las recomendaciones relativas al papel de estos productos en los programas y proyectos de la FAO, al desarrollo del conocimiento de sus efectos nutricionales y socioeconómicos, a la preservación de su potencial y a la sensibilización de los interesados y de los consumidores.

II. INTRODUCCIÓN

6. En la 24.^a Conferencia Regional de la FAO para Europa, celebrada en Montpellier en 2004, se discutió el problema de la inocuidad y calidad de los alimentos. La Conferencia acordó que la calidad de los alimentos no se limitaba a la inocuidad de los mismos, sino que incluía también características nutricionales y de valor añadido, tales como formas de producción (orientadas a la protección del medio ambiente, al bienestar de los animales y la biodiversidad) y zonas de producción (denominación de origen). La Conferencia convino en que los productos tradicionales y la denominación de origen, controlados cuidadosamente, podían contribuir a

sostener el empleo en zonas rurales y al desarrollo rural tanto en los países desarrollados como en desarrollo. Se pidió que “en la prestación de asistencia de la FAO se centrara la atención en la necesidad fundamental de evaluar la composición de los alimentos, así como el contenido de los alimentos tradicionales para lograr la calidad y el equilibrio nutricional de los alimentos y evitar enfermedades derivadas de la nutrición (obesidad, sobrepeso y malnutrición)”.

7. Partiendo del debate mantenido en 2004, en este documento se abordan los problemas de los productos alimenticios y agrícolas regionales tradicionales, teniendo en cuenta, en especial, el papel que desempeñan en la promoción del desarrollo agrícola y rural sostenible.

III. DEFINICIÓN, DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES Y FUERZAS DEL MERCADO

A. DEFINICIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y AGRÍCOLAS TRADICIONALES

8. Los productos alimenticios agrícolas tradicionales representan una expresión de la cultura y del modo de vida como resultado de las condiciones climáticas, agrícolas y económicas locales que determinan las prácticas de producción y elaboración. Por consiguiente, la naturaleza tradicional de un producto está basada en una herencia colectiva y está ligada a un territorio específico, aunque se transmita por la migración de personas o poblaciones. Las zonas rurales pueden, por lo tanto, ofrecer una diversidad de productos alimenticios y agrícolas regionales tradicionales que refleja la interacción humana con el medio ambiente durante un largo periodo de tiempo.

9. Los productos alimenticios y agrícolas tradicionales presentan características que los distinguen de productos similares y genéricos, ya sea en términos de composición (materia prima y productos primarios —especies y/o variedad— y combinación de los mismos) o de métodos de producción y elaboración. Por lo que se refiere a los productos alimenticios elaborados, estos métodos pueden dar lugar a tradiciones culinarias específicas.

Recuadro 1: Ejemplos de diversos tipos de productos alimenticios y agrícolas tradicionales

- Productos primarios tradicionales: Lentejas verdes de Le Puy –denominación de origen protegida (DOP) (Francia); Paprika de Kalocsa, denominación de origen, registrada con arreglo al sistema de Lisboa (Hungría); Lapin Puikula (DOP), patata de Laponia (Finlandia).
- Alimentos tradicionales basados en métodos de elaboración tradicionales: todos los quesos regionales; jamón de Parma DOP (Italia); Steirisches Kürbiskernöl DOP (Austria); crema cuajada Kajmak (Balcanes y Asia central).
- Platos recetas/tradicionales: “fondue” de queso (Alpes); menú de Saint-Martin (diversos platos a base de cerdo, Jura, Suiza); Pilav (recetas varias en numerosos países, principalmente a base de arroz –Asia central)

Algunos vínculos de interés:

Steirisches Kürbiskernöl (Austria): <http://www.steirisches-kuerbiskernoel-gga.ar>

Lentejas verdes de Le Puy: <http://www.lalentillevertedupuy.com>

Patata Lapin Puikula de Laponia (Finlandia): <http://www.maaseutukeskus.fi/lappi/puikula/english.html>

Crema cuajada Kajmak (Balcanes y Asia central): <http://en.wikipedia.org/wiki/Kajmak>

Paprika de Kalocsa (Hungría):

<http://www.orgisin-food.org/2005/upload/SIN%20-%20case%20presentations%20-%20Paprika.pdf>

Pilav (diversas recetas en numerosos países, principalmente a base de arroz –Asia central): <http://uzbekistan.progetti.informest.it/english/cucina.HTM>

10. En el contexto de este documento, el término “tradicional” hace referencia a la época en que las poblaciones europeas utilizaban planteamientos simples consagrados por el tiempo de la producción de alimentos, antes de la introducción de innovaciones tecnológicas que alteraron sustancialmente los procesos de dicha producción. A este respecto, la II Guerra Mundial se considera generalmente como el punto de partida para la producción a gran escala de alimentos en Europa, según la definición de la Red europea de recursos informativos sobre los alimentos (Trichopoulos, A. y otros, 2007). Nótese que las tradiciones pueden evolucionar a lo largo de las generaciones, integrando innovaciones necesarias o útiles tales como técnicas de conservación, siempre y cuando mantengan una característica tradicional significativa (Lenclud, 1987).

B. DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES

11. En Europa, la demanda de los consumidores de productos alimenticios y agrícolas tradicionales ha desempeñado un papel importante en el interés renovado de los agricultores y de los distribuidores locales por estos productos. Generalmente la demanda de estos productos aumenta con el progreso económico en las sociedades, la urbanización y el grado de integración en el mercado mundial. En efecto, se considera a menudo que los productos alimenticios y agrícolas regionales tradicionales responden a las preocupaciones en el ámbito ecológico suscitadas por la globalización (transporte de productos sobre distancias largas) y al impulso de la oferta de alimentos por los minoristas. En el caso de las economías de transición, pueden ser una respuesta al proceso rápido y a veces incontrolado de modernización, que lleva aparejado habitualmente un aumento de las importaciones de alimentos elaborados comercializados por empresas multinacionales.

12. En este contexto, los productos tradicionales se consideran como una fuerza que contrarresta las preocupaciones actuales (globalización y cambios rápidos), y atrae a un número cada vez mayor de consumidores en búsqueda de raíces, familiaridad, continuidad de lugares, identidad y tradición (Wilson & Fearne, 2000). Algunos consumidores pueden preferir los productos locales o nacionales si los consideran de mejor calidad; desean apoyar la economía local o nacional; o están orgullosos de su identidad cultural. Por último, las características organolépticas de estos productos los hacen atractivos, especialmente para los entendidos.

C. DESAFÍOS COMERCIALES Y ELEMENTOS ORIENTADORES PARA LOS PRODUCTOS TRADICIONALES

13. Si bien los mercados a gran escala aún representan la generalidad, la demanda creciente de los consumidores de productos alimenticios y agrícolas tradicionales crea un potencial para el desarrollo de nichos de mercado.

Recuadro 2: Tendencias del mercado francés

Importancia de los “productos gourmet” (definidos en este contexto como productos festivos, auténticos, culturales y sabrosos, por lo que abarcan los productos tradicionales) en el mercado agroalimentario en su conjunto:

Tipo de mercado	Volumen de negocios (miles de millones €)	Distribución %	Crecimiento anual %
Grandes minoristas	94	75	0-1
Alimentos saludables	6	5	15-25
Productos gourmet	25	20	5-10
Total	125	100	1-2

Fuente: Rastoin (2004)

14. La demanda de productos tradicionales ha creado incentivos de marcado. A este respecto, los grandes minoristas están utilizando ampliamente referencias al terruño (terroir), la tradición, las características regionales, e incluso están creando su propia marca registrada paraguas específica para comercializar productos. Se utilizan diversas declaraciones de cualidades asociadas, tales como “natural”, “viejo”, “artesanal”, “original”, “rústico”, “clásico”, etc., lo que puede inducir a confusión a los consumidores (Consumers International, 2004).

15. Las características específicas de los productos tradicionales y la importancia de su preservación son preocupaciones recientes pero cada vez más reconocidas, en especial por lo que se refiere a su potencial de comercialización¹. La mejora del conocimiento de los productos tradicionales (inventario, tipos de productores y métodos de producción) es importante para orientar las políticas públicas. Algunos proyectos de la FAO relacionados con productos tradicionales contribuyen a ello recogiendo información y experiencias desde esta perspectiva.

Recuadro 3: Proyecto de la FAO sobre la calidad de los alimentos vinculada al origen geográfico

El objetivo global del proyecto GCP/INT/022/FRA, puesto en marcha en 2007, es ayudar a los Estados Miembros a desarrollar la calidad específica ligada a las políticas sobre el origen geográficos que se adaptan a sus contextos económicos, sociales y culturales. El objetivo es contribuir al desarrollo rural y responder a la demanda de los consumidores, mediante la valorización y preservación de los recursos locales. Con el fin de recoger información sobre la experiencia de los Estados Miembros, se están llevando a cabo seminarios, reuniones de expertos y actividades de establecimiento de redes a nivel regional. Los estudios de casos analizan las bazas y los obstáculos así como los factores de éxito o fracaso. Se están elaborando herramientas de apoyo.

16. Otros orientadores del desarrollo de tales productos están ligados a las políticas de apoyo que promueven productos tradicionales regionales. En efecto, estos productos pueden centrar las medidas de desarrollo rural y preservación de la diversidad de las políticas de desarrollo agrícola y rural a causa de su vínculo con los territorios rurales, que pueden prevenir la emigración y el éxodo definitivo. Estos productos pueden contribuir a promover la acción colectiva de ordenación local de los recursos materiales y humanos.

17. En varios países europeos se han llevado a cabo iniciativas privadas en apoyo de la preservación y del desarrollo de los productos alimenticios y agrícolas tradicionales. Estas iniciativas han logrado un reconocimiento creciente entre los consumidores así como entre los funcionarios encargados del desarrollo local/regional.

Recuadro 4: Ejemplo de iniciativas privadas colectivas

L'Arca del Gusto y los *Presidi* de *Slow Food*: asociación de minoristas y restaurantes

Slow Food (SF) se fundó como asociación en Italia en 1989 para contrarrestar la desaparición de las tradiciones alimentarias locales. Hoy día, está presente en muchos países, incluidos países en desarrollo. SF ha creado varias herramientas para alcanzar sus objetivos, entre los cuales figuran *L'Arca del Gusto* y los *Presidi*. *L'Arca del Gusto*, creada en 1996, es un inventario de los productos alimenticios que corren el peligro de desaparecer. Incluye más de 500 productos o recursos biológicos nacionales. Esta base de datos se utiliza para actividades de información y promoción, y como depósito de *Presidi* potenciales. Los *Presidi* son pequeños proyectos (más de 270 a escala mundial) que ponen en contacto a los actores locales y externos para apoyar a los productores de un producto cuya existencia corre peligro. Los proyectos ayudan a los productores a coordinar, a establecer normas comunes de producción, a facilitar el acceso a nichos de mercado y a promover los productos mediante ferias, restaurantes, etc.

<http://www.slowfoodfoundation.org/eng/presidi/lista.lasso>

¹Cf. el proyecto Truefood (<http://www.truefood.eu>), que persigue “introducir innovaciones adecuadas en la industria alimentaria tradicional para mantener y aumentar la competitividad de la industria en un mercado europeo cada vez más mundial”.

Chablais Gourmands: conjugar los productos tradicionales y el turismo

Este proyecto reúne a productores de alimentos y vinicultores (unos 50), restaurantes y minoristas de las áreas suiza y francesa de la región histórica de Chablais. El proyecto está basado en el control de calidad y la regulación de carácter voluntario. Contó inicialmente con el apoyo del programa INTERREG de la Comunidad Europea (establecido en 1990 con el fin de promover el desarrollo de regiones de la Unión de Europea mediante la cooperación transfronteriza) y las autoridades regionales. Sus objetivos son establecer una red de profesionales para proporcionar una base de datos de referencia de productores, y sobre todo promover los productos artesanales regionales mediante su comercialización directa. Por ejemplo, el proyecto favorece la colaboración entre restaurantes y proveedores locales de productos tradicionales. Las herramientas principales son un sitio web, un folleto impreso ampliamente difundido, especialmente en las oficinas turísticas, y la participación colectiva en ferias y otros acontecimientos públicos.
<http://www.chablais-gourmands.com>

IV. ASPECTOS RELATIVOS A LA REGULACIÓN

18. Con arreglo a la definición del documento de la Conferencia de 2004, la "calidad específica" es un concepto de carácter voluntario para distinguir productos basados en características específicas; en contraste con la calidad genérica, que representa el requisito básico que un producto tiene que cumplir para ser comercializado, en especial por lo que se refiere al requisito de la inocuidad de los alimentos. Se requiere entonces una legislación apropiada para definir los criterios y las condiciones que los productos alimenticios y agrícolas tradicionales deben cumplir necesariamente para que puedan considerarse de calidad específica. El objetivo es proteger a los consumidores así como a los productores contra los competidores incumplidores sin escrúpulos.

19. Los productos tradicionales pueden regularse mediante diversos marcos jurídicos, tales como la protección de los consumidores y las normas sobre competencia o propiedad intelectual, ya sean de carácter general o específico para productos determinados. Los diversos marcos jurídicos harán hincapié en distinto grado en objetivos de políticas públicas, tales como la salud humana, la protección de los consumidores y la competencia leal. En la siguiente sección se presenta una breve descripción de tres ámbitos de regulación de los productos tradicionales, a saber la inocuidad de los alimentos, la propiedad intelectual y los sistemas de calidad.

A. NORMAS SOBRE INOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS

20. La reglamentación nacional sobre inocuidad y calidad de los alimentos se aplica a todos los productos alimenticios y agrícolas distribuidos dentro del área del país de que se trate. A nivel internacional, las normas, las directrices y los textos afines del Codex Alimentarius elaborados por la Comisión del Codex Alimentarius constituyen un punto de referencia en el comercio internacional de alimentos. En este marco, los criterios de calidad o las declaraciones para calificar alimentos específicos, tales como "alimentos tradicionales", se suman a las disposiciones generales o específicas. Esto también se aplica a los requisitos de etiquetado. Por ejemplo, los requisitos generales de etiquetado siempre son necesarios para proporcionar información básica al consumidor, mientras que se requiere un etiquetado específico para informar al consumidor sobre las condiciones específicas de producción, por ejemplo en el caso del etiquetado orgánico.

21. El establecimiento de normas internacionales, por el Codex y otros órganos, no debería marginar a los productos locales tradicionales, sino contribuir más bien a darlos a conocer mejor por todo el mundo, garantizando al mismo tiempo una calidad mínima y su inocuidad con el fin de proteger al consumidor. La promoción y la estandarización a escala internacional de los productos regionales tradicionales no se excluyen entre sí. Por ejemplo, las disposiciones sobre etiquetado de las normas internacionales obligan a que se declare el país de origen de los alimentos si su omisión puede inducir a error o engañar al consumidor. Ello permitiría la coexistencia de los productos alimenticios estandarizados con sus versiones locales que reúnan características adicionales de calidad.

22. A nivel nacional o regional, la reglamentación podrá reconocer la necesidad de flexibilidad de modo que puedan continuar produciéndose alimentos con características tradicionales, pudiendo contemplarse exenciones para los productos tradicionales (véanse los ejemplos del reglamento de la UE y de Italia que figuran en el recuadro 5).

Recuadro 5: Excepción legal que permite el mantenimiento de métodos tradicionales en la UE

La Comisión Europea ha adoptado un conjunto de normas sobre inocuidad de los alimentos que contienen ciertas disposiciones cuyo carácter puede ser problemático para los productos tradicionales. Como la preservación de estos productos también forma parte de las políticas de la UE, la Comisión adoptó el artículo 7 del Reglamento (CE) n.º 2074/2005, que establece un procedimiento que otorga flexibilidad a los Estados Miembros y les permite conceder excepciones para que los establecimientos productores de alimentos continúen aplicando las prácticas tradicionales existentes. Los productos en cuestión deben reconocerse históricamente como tradicionales y protegerse como productos alimenticios tradicionales mediante una norma europea nacional, regional o local. La excepción puede tener por objeto los materiales utilizados en las unidades de elaboración (puertas de madera, suelos naturales, etc.) o los que se usan como herramientas de elaboración o para el envasado. El objetivo general es conservar el entorno tradicional necesario para reunir las características organolépticas específicas (flora microbiana, en especial) del producto. En este caso, las excepciones pueden obtenerse presentando justificaciones técnicas, previa aprobación por la autoridad nacional responsable de la inocuidad de los alimentos. Se formaliza cada excepción en un texto legal, y se informa al respecto a la Comisión. La excepción puede referirse también a los métodos de elaboración tradicionales que no están enumerados en el anexo descriptivo III del Reglamento (CE) n.º 853/2004. En este caso, la solicitud presentada (documentación técnica) debe ser aprobada por la Comisión y por todos los Estados miembros. En todos los casos, la documentación técnica debe incluir una descripción completa del proceso y una indicación de las medidas que garantizarían la inocuidad de los productos en cuestión.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:338:0027:0059:ES:PDF>

Puede consultarse más información en el documento (en francés) disponible en [http://rhone-alpes.synagri.com/synagri/pj.nsf/TECHPJPARCLEF/04433/\\$File/Fiche%20paquet%20hygiène%20V%20finale-30-10-07.pdf?OpenElement](http://rhone-alpes.synagri.com/synagri/pj.nsf/TECHPJPARCLEF/04433/$File/Fiche%20paquet%20hygiène%20V%20finale-30-10-07.pdf?OpenElement)

En Italia, el artículo 8 del decreto legislativo 173/98 se refiere a la protección de los productos alimenticios y agrícolas tradicionales producidos “con los métodos de elaboración, protección y envejecimiento establecidos en el tiempo”. Se basa en listas regionales especiales presentadas por las regiones y las provincias autónomas, que definen un conjunto de excepciones a la aplicación material en relación con la higiene del producto siempre que se cumplan los requisitos de inocuidad de los alimentos (por ejemplo, el uso de herramientas de madera no debe prohibirse sistemáticamente, por no ser necesario para cumplir con los requisitos de higiene).

Decreto Legislativo 30 Aprile 1998, n.130; decreto Ministero Agricoltura 8 Settembre 1999, n.º 350 – <http://www.politicheagricole.it/ProdottiTradizionali/ricerca/htm>

23. Es importante señalar que los sistemas de calidad específicos pueden ayudar a los pequeños productores a cumplir más rápidamente con los requisitos de inocuidad de los alimentos mediante el esfuerzo colectivo (y a menudo apoyo en forma de asesoramiento) de los productores concernidos. Este extremo es particularmente importante para que los vendedores informales y directos lleguen al mercado formal e indirecto, y por lo tanto para las economías de transición. En varios casos, el reconocimiento y la protección de un producto requieren una cierta mejora de los aspectos relativos a la inocuidad de los alimentos preservando al mismo tiempo especificidades tradicionales. Esta combinación no siempre es fácil de lograr, particularmente por lo que respecta a los productos alimenticios de origen animal, y merece que se le preste una atención especial mediante programas específicos de investigación y desarrollo de productos.

Recuadro 6: Procedimiento de calidad para el queso Livno de Bosnia y Herzegovina

El Livanjski sir (queso Livno), hecho a base de leche de oveja, tiene una buena reputación en el mercado interior y los mercados de los países vecinos. Sin embargo, el producto original se ve amenazado por copias a base de leche de vaca. La definición y la protección de las características y la denominación del producto favorecerían la preservación del paisaje muy particular del Livanjsko Polje (que requiere un pastoreo a mayor altitud para mantener los pastizales) y dotarían de medios a las pequeñas explotaciones agrícolas y lecherías para competir en sus mercados y beneficiarse de las oportunidades de mercado existentes. El proceso de calificación del queso Livno se inició en 2005 con el proyecto “Sabores de Herzegovina” para ayudar a los productores a modernizar sus instalaciones de elaboración con el fin de adaptarlas a las normas de inocuidad de los alimentos e higiene de la leche. Actualmente la cooperación para lograr una denominación geográfica protegida corre a cargo de Cincar, una asociación de criadores de ovejas y productores de queso apoyada por una organización no gubernamental italiana (UCODEP). La participación del organismo nacional responsable de la inocuidad de los alimentos en este proyecto garantiza que se tomen debidamente en consideración los problemas que el uso de la leche sin pasteurizar plantea desde el punto de vista de la inocuidad de los alimentos.

Fuente: Estudio de caso FAO-Agridea-Seedev, Bernardoni et al. (2008).

B. PROPIEDAD INTELECTUAL

24. A nivel internacional, la indicación geográfica (IG) hace referencia a la dimensión geográfica de un producto tradicional y permite reconocer y proteger la reputación del producto como una categoría de derechos de propiedad intelectual. En virtud del Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (TRIPS), “indicaciones geográficas son las que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico” (artículo 22.1).

25. También se considera que el derecho de propiedad intelectual es un marco jurídico pertinente para proteger los conocimientos tradicionales en el marco del Comité Intergubernamental sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore de la Organización Internacional de la Propiedad Intelectual (OMPI). Las disposiciones incluyen, como objetivos de las políticas, la prevención del uso por partes no autorizadas, la conservación de los conocimientos tradicionales con la promoción del desarrollo comunitario relacionado y la legitimidad del comercio.

26. La legislación de la UE hace referencia a tradiciones en dos reglamentos. Aunque el Reglamento de la CE sobre las especialidades tradicionales garantizadas (ETG) (Reglamento (CE) n.º 509/06, artículo 2.1 b)) no requiere ningún origen geográfico específico, utiliza “tradicional” como criterio aplicable a los productos agroalimentarios, entendido como “*el uso demostrado en el mercado comunitario a lo largo de un período cuya duración suponga la transmisión de una generación a otra*”. La denominación de origen protegida europea (DOP) y la indicación geográfica protegida (IGP) (Reglamento (CE) n.º 510/2006, de 20 de marzo de 2006) corresponden a un sistema *sui generis* para indicaciones geográficas con arreglo a la definición del TRIPS, que incluye dimensiones tradicionales y regionales de los productos (por ejemplo los requisitos del art. 4.2 e) sobre “*métodos locales, cabales y constantes*”).

27. Los fundamentos de las normas pertinentes pueden ser múltiples y diversos, pudiendo ser no solo económicos y comerciales, sino también estar relacionados con políticas de desarrollo rural, la biodiversidad o la preservación y promoción de la tradición.

Recuadro 7: Justificaciones relacionadas con las políticas – el caso de las DOP y las IGP europeas

Las principales justificaciones para las políticas públicas o las iniciativas privadas colectivas que apoyan el desarrollo de los productos tradicionales se enumeran a continuación:

- necesidad de regular el comercio y la competencia: usurpación (fraude) de indicaciones geográficas por intrusos, generalmente productores grandes cuyos costos de producción son más bajos; delimitación del área de producción y definición de productos mediante códigos de prácticas oficialmente reconocidos;
- regulación de los volúmenes de producción para estabilizar mercados y evitar la competencia meramente basada en los costos de producción, que afecta a la calidad y a la naturaleza tradicional de los alimentos;
- desarrollo rural: mantenimiento de la gente y las actividades en áreas menos favorecidas; resolución de dificultades en el comercio de productos tradicionales originadas por la distribución de la producción entre pequeños actores numerosos; carácter lejano de las áreas afectadas; falta de una calidad estándar para los productos, etc.; las DOP y las IGP representan herramientas valiosas para proteger la reputación de los productos tradicionales gracias a la dimensión colectiva del saber hacer y los vínculos territoriales que figuran entre los requisitos para su registro;
- preservación del patrimonio identitario nacional y regional (cf. registro austríaco de alimentos tradicionales como conocimientos tradicionales), incluidos los propios productos pero también el saber hacer, las variedades vegetales y las razas animales, los biotopos y los paisajes;
- garantía de la inocuidad de los alimentos y requisitos de calidad mínima.

Fuente: Sylvander, Allaire et al. (2006), pág. 47.

28. Hay otra herramienta de interés en el ámbito del derecho de propiedad intelectual en la región europea. El registro austríaco de productos tradicionales es un instrumento que tiene como objetivo la inscripción de los alimentos tradicionales austríacos en un registro oficial administrado por el Ministerio federal de Agricultura, Silvicultura, Medio Ambiente y Gestión del Agua. Goza de reconocimiento por la Organización Internacional de la Propiedad Intelectual (OMPI) en materia de protección de los conocimientos tradicionales. Con ello se logra la protección que otorga una publicidad oficial y uniforme. Del mismo modo, la ley en Italia (artículo 8 del Decreto Legislativo 173/98) contempla el establecimiento y la actualización de una base de datos nacional de productos tradicionales no registrados en el sistema de la UE. La base de datos bávara de productos y recetas tradicionales sigue el mismo principio. Todas las iniciativas existentes pueden contribuir al establecimiento de normas internacionales para la protección de los conocimientos tradicionales vinculados a los productos agroalimentarios.

29. Finalmente, el derecho de propiedad intelectual puede utilizarse para proteger las marcas registradas colectivas y de certificación/garantía que están específicamente dedicadas a los productos tradicionales, en el marco de iniciativas tanto públicas como privadas, en especial para cubrir todos los productos tradicionales de una región determinada. Se dan algunos ejemplos de ello en el recuadro 8.

Recuadro 8: Ejemplos de marcas registradas públicas de certificación/garantía

La marca registrada húngara *HÍR* (Tradiciones – sabores – regiones), de la que es titular el Centro de Marketing Agrícola financiado con fondos públicos (aunque no se ha utilizado todavía), o la marca registrada noruega *Spesialitet Norge* (especialidad noruega), cuyo propietario es Matmerk (Sistema de calidad agrícola y Fundación para el mercado de alimentos de Noruega), o la marca registrada *Paniere dei Prodotti tipici* de la provincia italiana de Turín son ejemplos de marcas registradas públicas. Habitualmente, los productos tradicionales se benefician de marcas registradas abiertas a todos los productos de una región determinada, ya sean de carácter tradicional o innovador, nacional o regional. A título de ejemplo cabe mencionar *Growing green in Latvia*, *Bienvenue en Gourmandie* en Normandía (Francia), *Spécialité du Canton du Jura* en Suiza.

Fuentes:

<http://kslmatmerk.no/merkeordningene/spesialitet>

<http://www.provincia.torino.it/agrimont/sapori/paniere/>

<http://www.ggl.lv/>

<http://www.gourmandie.fr/>

<http://www.terroir-jura.ch/>

C. OTROS SISTEMAS RELACIONADOS CON CALIDADES

30. Los productos tradicionales pueden regularse en función de otras cualidades específicas. En efecto, los productos tradicionales también pueden ser orgánicos, de granja, montaña² o parques naturales³. Los diversos conjuntos de requisitos convergen generalmente pues hay obviamente aspectos comunes entre estas cualidades:

- Los métodos y los recursos tradicionales son similares a menudo a los principios orgánicos;
- La elaboración doméstica y en las explotaciones agrícolas constituye generalmente un depósito de tradiciones;
- Los productos tradicionales podrían sobrevivir más fácilmente en áreas alejadas y menos desarrolladas, tales como las montañas, a causa de las dificultades de la modernización agrícola –un obstáculo puede convertirse en una baza;
- Los productos tradicionales son una manera útil de que los parques naturales mantengan paisajes tradicionales y la biodiversidad sometida a la acción del hombre, así como un recurso valioso para fomentar el turismo.

31. Las sinergias entre los diversos sistemas basados en cualidades pueden reducir los costos de ejecución, en particular los que están relacionados con controles y la certificación. Dado que se han establecido sistemas de producción orgánica en muchos países con economías de transición (debido a la alta demanda de países de Europa Occidental), estos sistemas pueden utilizarse para apoyar los sistemas de cualidades relacionadas con la tradición.

V. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS

A. CUESTIONES RELATIVAS A LA NUTRICIÓN Y LA SANIDAD

32. El interés público actual en la nutrición y la alimentación sana ha contribuido al incremento de la demanda de productos tradicionales, así como al consiguiente interés creciente por los mismos entre los fabricantes de alimentos.

33. Los productos tradicionales están, en sus áreas de origen, integrados en las dietas regionales resultantes de una evolución histórica compleja que refleja la interacción entre los seres humanos y su entorno. Los productos incorporan los conocimientos y la experiencia de las últimas generaciones que optimizaron los recursos e ingredientes locales para fabricar alimentos agradables y sanos (Trichopoulou, A. y otros, 2007). En efecto, algunos elementos interesantes desde el punto de vista nutricional pueden ser fruto de la combinación compleja de elementos locales como el clima y los suelos, la composición de los pastos, los métodos de elaboración, etc. (ejemplo de los pistachos, Bellomo & Fallico, 2007). Por otro lado, una parte de los alimentos tradicionales elaborados son el resultado de una concentración de elementos nutritivos que era necesaria anteriormente para la conservación. Esto podría considerarse problemático hoy día en un contexto de exceso de consumo de calorías. Desde la perspectiva del equilibrio de la dieta y de la diversidad de elementos nutritivos, sigue habiendo una falta de conocimientos en relación con la composición en términos de nutrientes y sustancias bioactivas de los productos tradicionales y se requiere un estudio más preciso de sus efectos en la salud humana.

34. Las prioridades en materia de epidemiología nutricional incluyen la documentación y la supervisión de los hábitos dietéticos en el contexto de la planificación de las políticas nacionales relativas a la alimentación, la nutrición y la agricultura, así como la documentación de los hábitos

² Véanse a título de ejemplo, una norma francesa (Ley de montañas de 9 de enero de 1985, modificada por la Ley de 9 de julio de 1999) y la Carta europea de los productos alimenticios de montaña de calidad (<http://www.mountainproducts-europe.org/sites/euromontana/>).

³ Cf. el ejemplo de la marca francesa registrada de los parques naturales para los productos tradicionales: <http://www.parcs-naturels-regionaux.fr/fr/approfondir/faq.asp?lang=en&p=1&th=4>

dietéticos y la determinación de los modelos dietéticos y nutricionales concretos que pueden incidir en la salud de las personas. La determinación sistemática de la composición de los macronutrientes y los micronutrientes así como de los componentes bioactivos de los productos tradicionales es esencial para aclarar el papel que desempeñan en los alimentos tradicionales y modelos dietéticos. Los datos sobre los efectos saludables de tales alimentos deben incluirse en las bases de datos y tablas nacionales y/o regionales europeas de composición de alimentos. Esta información es necesaria para calcular exactamente la ingesta dietética de los individuos y las poblaciones, así como para el comercio de alimentos y el etiquetado de productos.

B. ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS: CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE

Adición de valor y empleo local en pequeñas empresas

35. La importancia económica de los alimentos tradicionales en el comercio comercial y la generación de empleo puede evaluarse parcialmente mediante el análisis de la información económica sobre las DOP y las IGP, que constituyen una subcategoría bien definida y legalmente reconocida.

Recuadro 9: Algunas cifras relativas a las DOP o IGP

- Según los datos publicados por la CE: las ventas del aceite de oliva italiano “toscano” han aumentado en un 20 % desde que se registró como IG en 1998. El ochenta y cinco por ciento (85 %) de las exportaciones francesas de vino utilizan IG. El ochenta por ciento (80 %) de las bebidas espirituosas de la UE usan IG. Las IG proporcionan sustento a 138 000 explotaciones agrícolas en Francia y empleo a 300 000 italianos.

http://ec.europa.eu/trade/issues/sectoral/intell_property/argu_en.htm

- Los consumidores de la UE aprecian sumamente las IG según demuestra una encuesta realizada entre los consumidores en 1999, que reveló que el 40 % de los consumidores están dispuestos a pagar un 10 % más por los productos cuyo origen está garantizado.

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/sgisnes2006T8.pdf>

- En 2004 los productos franceses registrados como DOP o IGP con arreglo a la legislación europea tuvieron un valor comercial inicial de casi 2 800 millones de euros (los vinos franceses amparados por AOC [Sistema francés de denominación para el vino] representan una cifra de 8 600 millones de euros).

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/primeur182.pdf>

36. El empleo local proporcionado por las pequeñas empresas de alimentación contribuye a mantener actividades económicas y a poblaciones en las zonas rurales, especialmente las áreas alejadas y menos favorecidas. Las cualidades específicas de los productos tradicionales se asocian generalmente con un sistema extensivo de producción y elaboración artesanal. Ello implica un mayor índice de empleo que en los sistemas intensivos e industrializados para productos básicos o innovadores. Esta situación guarda relación no solo con el número de empleos vinculados a los productos tradicionales sino también con el tipo de trabajo, según las cualificaciones, la variedad, el reconocimiento social, etc. La rotación de personal es particularmente elevada en la industria alimentaria a causa de la dureza de las condiciones y el carácter repetitivo de los movimientos físicos, mientras que los trabajos asociados con los productos tradicionales, incluso en las pequeñas fábricas, pueden ser más duraderos.

37. En las áreas en las que la mecanización es difícil o costosa, como las de montaña, los métodos de producción tradicionales son la única manera de mantener actividades y un cierto nivel de empleo. Los costos de producción y suministro de productos tradicionales suelen ser más altos que los de los productos industriales competitivos; por ello, debería reconocerse su calidad específica y se debería informar al consumidor sobre sus características. Debe compartirse correctamente la información sobre la calidad en el mercado (conocimiento del consumidor particular, etiquetas oficiales de calidad y reglamentación declaraciones de cualidades). Los productos tradicionales pueden obtener un buen valor añadido con poca inversión en

promoción/comercialización sin necesidad de crear nuevos productos, y la promoción es colectiva generalmente. Por último, habida cuenta de las diversas estructuras de costos, los productos tradicionales pueden no ser más caros para los consumidores que los productos industriales innovadores, que requieren una inversión elevada en investigación y desarrollo (I+D) así como publicidad para su comercialización.

Aspectos sociales y dinamismo territorial

38. Aparte de las actividades asociadas directamente con las cadenas de suministro de productos tradicionales (comercio, conservación, envase, controles), dichos productos pueden consolidar otras actividades, especialmente en los sectores del turismo y de la gastronomía. Generalmente las actividades turísticas son un incentivo poderoso para el desarrollo de los productos tradicionales, y estos productos también son un elemento importante para el desarrollo del turismo. Esta tendencia se refleja en el número de museos, proyectos de desarrollo turístico, así como actividades propuestas a los turistas centradas en productos tradicionales locales. La tendencia estable del interés turístico por la cultura local en materia de alimentación es evidente, como se desprende de la oferta abundante de rutas, museos temáticos, visitas de explotaciones agrícolas o fábricas, etc., en casi cualquier región. El desarrollo del patrimonio culinario local constituye, en particular, un activo para las regiones que carecen de los elementos que atraen al turismo de masa (nieve, mar y sol).

39. Los derechos colectivos sobre el saber hacer, los recursos, la designación asociada con un producto tradicional justifican la gestión colectiva del sistema. Ello puede brindar una base efectiva para la gobernanza territorial y permitir a los poderes públicos delegar algunas tareas de gestión (controles, cantidades, uso sostenible de recursos, etc.). A cambio, la gestión colectiva es un factor clave para el éxito de la promoción, ya que asegura una mejor comercialización, procedimientos y un reconocimiento uniformes, así como un proceso eficaz de autocontrol/certificación.

40. Como base para una estrategia de calidad territorial, las partes interesadas no son solo los operadores de la cadena de suministro; abarcan también una amplia red que incluye otras actividades económicas y valores culturales (Tregear et al; 2007). La coordinación de los actores a pequeña escala (relaciones horizontales y verticales a lo largo de la cadena de suministro) de un producto tradicional refuerza las organizaciones locales y permite a los actores locales competir con empresas integradas, logrando así otro modelo de reducción de los costos de transacción en vez de la simple integración vertical, y brindando una oportunidad de colaboración entre los sectores público y privado.

41. Los productos y sistemas alimentarios y agrícolas tradicionales también están vinculados a cuestiones de género. Su producción implica un trabajo realizado por mujeres, a menudo en la fase de elaboración o en el punto de la venta (en especial la venta directa a los consumidores finales). Por consiguiente, la promoción, la producción y el comercio de estos productos son maneras de dar un reconocimiento social y económico positivo al trabajo de mujeres, brindándoles una oportunidad de que contribuyan a generar valor añadido en la explotación agrícola o la pequeña fábrica.

42. Otro aspecto social importante es cómo la promoción y adición de valor a los productos tradicionales aumenta la autoestima de los actores locales cuando toman conciencia del valor de sus productos y tradiciones o del modo de vida asociado a los mismos, especialmente en las áreas menos favorecidas y alejadas, reduciendo así su sensación de exclusión.

Vínculos con las cuestiones relativas a la biodiversidad, el medio ambiente y la cultura

Medio ambiente y biodiversidad

43. Por definición, los productos tradicionales se basan en recursos y materias primas locales, por lo que son sostenibles, pues estas prácticas aseguran la continuidad del terruño mediante la gestión colectiva de los recursos, el uso de recursos biológicos específicos a nivel local, la

diversidad de la producción, etc. La conciencia de esta relación especial con el terruño puede contribuir a la resistencia a una evolución hacia la especialización y la racionalización económica que puede poner en peligro las prácticas tradicionales, en especial mediante una especificación del producto que haga referencia a métodos sostenibles para preservar los recursos naturales.

44. La conservación y el uso sostenible de especies y/o variedades y razas tradicionales que constituyen recursos genéticos representa una cuestión importante. En el contexto de los cambios actuales, esto es particularmente relevante en relación con el cambio climático. En efecto, el gradiente Norte/Sur en los modelos dietéticos y los productos tradicionales europeos es ante todo un reflejo de las diferencias existentes en materia de condiciones climáticas así como agrícolas y económicas.

45. Otra dimensión de la biodiversidad se refiere a la diversidad de variedades en un área y puede abordarse mediante exigencias en cuanto a las prácticas extensivas. En algunos casos económicamente satisfactorios, para evitar la tendencia hacia un sistema de monocultivo fomentado mediante incentivos económicos, la convergencia con métodos de producción orgánica es una manera de mantener beneficios ambientales.

46. El reconocimiento y la protección de los productos tradicionales pueden contribuir a la preservación tanto de la biodiversidad de razas/variedades como de sus combinaciones variadas en un área geográfica. En efecto, la variedad o la raza local específica corresponden a menudo a la materia prima o a ingredientes para productos tradicionales, mientras que las prácticas tradicionales reflejan el equilibrio entre los seres humanos y la naturaleza, que lleva a la conservación de ecosistemas sumamente diversos (Kiene, 2006).

Recuadro 10: Ejemplos de preservación de recursos biológicos

Muchos de los productos tradicionales que están registrados como IG han ganado prestigio y están basados, con arreglo a su código de prácticas preceptivo, en la leche de razas locales (como sucede en el caso del queso Livno en Bosnia y Herzegovina), o en variedades vegetales locales (caso de las habas Tetovo en la ex República Yugoslava de Macedonia) (Bernardoni et al; 2008). El reconocimiento de tales productos tradicionales como IG puede haber desempeñado un papel crucial en la preservación de recursos biológicos que casi habían desaparecido: Rheintaler Ribelmais (Suiza), DOP para una variedad de maíz; queso Single Gloucester (Reino Unido), DOP o queso Laguiole para razas de vaca; Schwäbisch Hällisches Landschwein (Alemania), IGP para una raza de cerdo.

Fuentes:

Rheintaler Ribalnais: <http://www.ribelmais.ch/>; *este ejemplo es analizado por Larson (2007), págs. 33-34*

Single Gloucester: http://www.defra.gov.uk/foodrin/foodname/pfn/products/registered/single_g.htm

Queso Laguiole <http://www.patrimoine>

biologique.midipyrenees.fr/fiche.asp?FK_cat_animal=2&page=4Laguiole

Schwäbisch Hällisches Landschwein:

<http://www.besh.de/html/produkte/schweingga.htm>

Patrimonio natural y cultural

47. Al final de los años 80, salieron a la luz las limitaciones relacionadas con la modernización de la agricultura en Europa Occidental, como revelaron las preocupaciones suscitadas por la autenticidad, la diversidad, el medio ambiente y el desarrollo rural. Al mismo tiempo, se observó que en la mayor parte de las regiones, estaban desapareciendo sistemas tradicionales de producción, saber hacer así como paisajes y, por consiguiente, los productos tradicionales así fabricados corrían el riesgo de perderse. Este reconocimiento favoreció la introducción del patrimonio culinario y los productos tradicionales en la tendencia hacia la “patrimonialización” que se estaba desarrollando, por ejemplo, a través de diversos inventarios.

Recuadro 11: Inventarios en Europa

Se hicieron inventarios en muchos países de Europa Occidental conforme al programa Euroterroirs financiado por la UE (1993-97). se pusieron en marcha proyectos apoyados con fondos públicos similares en países que no eran miembros de la UE cuando se inició el programa Euroterroirs, o que aún no son miembros (por ejemplo Hungría, los países bálticos, Bielorrusia, Suiza). Estos programas se beneficiaron generalmente del apoyo científico, y se utilizan como base para el desarrollo de herramientas, al estar centrados en productos (solicitudes de DOP, IGP o ETG, marcas registradas colectivas, promoción general, etc.) o en actividades turísticas relacionadas (por ejemplo, Red europea de regiones con un patrimonio culinario, proyecto austríaco “Genuss“ Region-Österreich).

Fuentes:

<http://www.kertnet.hu/HungarianHorticulture/gb/21fr.htm>

<http://www.bsrinterreg3a.net/templates/detail.php?id=100508>

<http://www.patrimoineculinaire.ch>

<http://www.culinary-heritage.com/>

<http://www.genuss-region.at/index-genuss-region>

48. A nivel internacional, el proyecto sobre los Sistemas Ingeniosos de Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM) persigue establecer una base para el reconocimiento, la conservación y la gestión adaptativa a escala internacional de los sistemas agrícolas tradicionales y los paisajes, la biodiversidad, los sistemas de conocimiento y las culturas conexas en el mundo entero. La FAO puso en marcha la iniciativa en 2002 con el apoyo del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF) por medio del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y en estrecha colaboración con diversas instituciones internacionales y nacionales, tales como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Patrimonio Mundial. El SIPAM cuenta con varios sitios en Europa (véase el recuadro 12).

Recuadro 12: Sitios europeos del SIPAM de la FAO

Existen en todo el mundo sistemas de patrimonio agrícola, ricos en biodiversidad agrícola, que cuentan con una fauna y flora silvestre asociada a los mismos y constituyen recursos importantes del conocimiento y de la cultura indígenas. Se está creando a escala mundial una red de sistemas de patrimonio agrícola, con vistas a que termine abarcando de 100 a 150 Sistemas Ingeniosos de Patrimonio Agrícola Mundial a nivel internacional. En Europa, los SIPAM son los siguientes:

- Jardines de limoneros (Italia meridional)
- Agroecosistemas tradicionales en los Cárpatos (Eslovaquia)
- Sistemas de pastoreo itinerante (Rumanía)
- Pastoreo tradicional de renos en la región del Ártico (Siberia –Rusia)

<http://www.fao.org/sd/giahs/europe.asp>

49. Los productos tradicionales, especialmente cuando se gestionan mediante una estructura colectiva, constituyen un incentivo para una ordenación más sostenible de los paisajes. Los efectos positivos en el paisaje pueden deberse a la aplicación de las disposiciones pertinentes del código de prácticas, como a medidas colectivas relativas al paisaje en el proyecto territorial (INRA [Instituto Nacional de Investigación Agronómica], 2006).

VI. LA SITUACIÓN EN EUROPA

50. Los productos tradicionales son fruto de las especificidades culturales y naturales locales. Los países europeos tienen una gran diversidad de tales productos, que refuerzan los distintos marcos reguladores y situaciones socioeconómicas. Sin embargo, pueden distinguirse algunas tendencias generales por áreas: Oeste, Europa del Norte y del Sur, Europa del Este y Asia central.

51. Como regla general, cuanto menos tradicional es una sociedad, más reconoce el valor de los elementos tradicionales, incluidos los alimentos de esa naturaleza. En otras palabras, la modernización agrícola y el desarrollo de la industria de elaboración agroalimentaria se asocian generalmente con la pérdida de los productos tradicionales (en número así como en volumen producido).

52. El potencial, el mercado y las políticas relacionados con los productos tradicionales son diferentes pues dependen de la situación geográfica de la región o país así como de la evolución histórica. Las preocupaciones sociales pueden ir, por lo tanto, desde el deseo de diversidad, sabor, tradición y raíces expresado por los consumidores ricos de los países del norte de Europa, hasta la necesidad de inocuidad y seguridad alimentaria de los consumidores pobres de los países del Asia central. Esta diversidad de necesidades puede observarse también a distintos niveles de la sociedad en un país determinado.

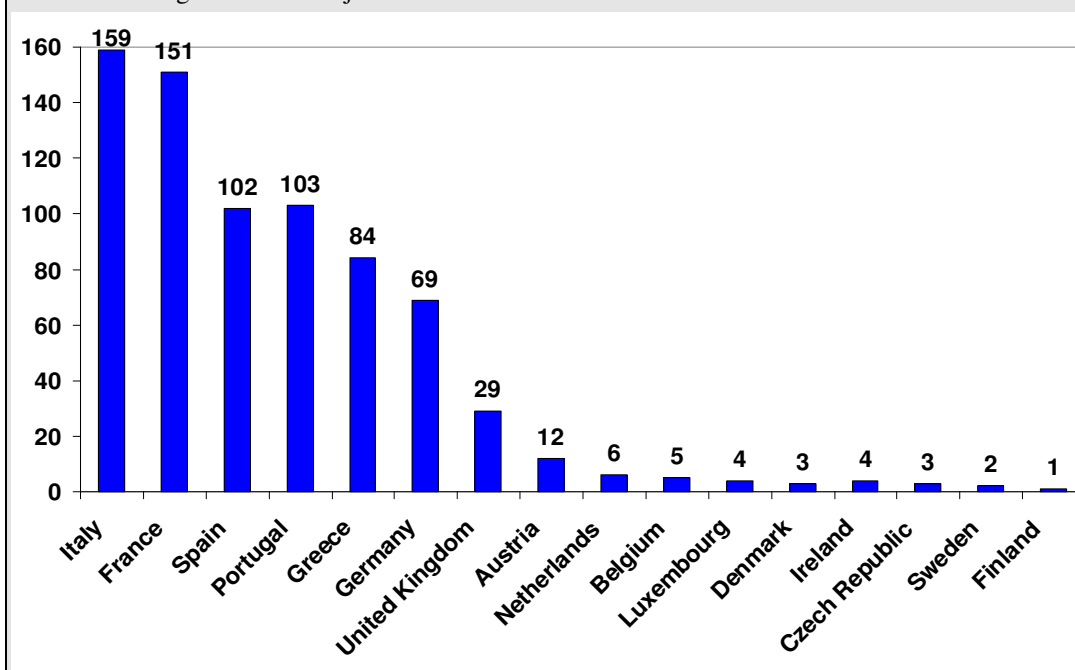
53. Para simplificar, puede observarse una gradación entre los países del Noroeste de Europa, donde se promueven como tales algunos productos tradicionales, y los países del sudeste de Europa, donde los productos tradicionales reconocidos son numerosos (véanse las cifras del recuadro más abajo). Lo mismo puede decirse en relación con la aplicación del sistema de la UE para las DOP, las IGP y las ETG, que correspondían inicialmente a un sistema que ya existía en los países del sur de Europa y que fue adoptado por los países del norte de Europa; posteriormente lo fue por los nuevos miembros de la UE y previsiblemente lo será también por los países candidatos.

A. PAÍSES DE EUROPA OCCIDENTAL

54. Como se ha mencionado previamente, los países de Europa Occidental gozan de un marco regulador que apoya el reconocimiento y la protección de los productos tradicionales mediante ETG, DOP o IGPI el número de inscripciones da una indicación de la importancia de estos productos.

Recuadro 13: Número de denominaciones de origen protegidas (DOP) y de indicaciones geográficas protegidas (IGP) registradas en Europa (octubre de 2007)

A octubre de 2007, había 439 DOP y 323 IGP (vinos y bebidas espirituosas excluidos) registradas en la Unión Europea. La distribución varía según los países miembros. Por ejemplo, Dinamarca, Finlandia, Suecia, Letonia, Lituania y Estonia juntas tienen 6 DOP o IGP registradas, mientras que Portugal tiene 105 DOP e IGP. El gráfico más abajo ilustra esta distribución:



Fuente:

Presentación de la CE para la FAO-Ministerio de agricultura de Marruecos, Seminario regional sobre calida de los alimentos vinculada al origen geográfico en el Mediterráneo, Casablanca, 8-9 de noviembre de 2007 (en francés):

<http://www.mp-discussion.org/casa/>

B. PAÍSES DE EUROPA CENTRO-ORIENTAL

55. En los países de Europa Centro-oriental, tras los importantes cambios políticos acaecidos y la reestructuración de las actividades agrícolas y de elaboración, aumentó la demanda de alimentos de calidad y artesanales en las zonas urbanas. En muchas regiones, hay aún muchas explotaciones agrícolas que elaboran productos tradicionales para el consumo doméstico o para mercados muy limitados, aunque se prevé que su número disminuya muy rápidamente debido a la modernización de la agricultura y a la migración hacia los centros urbanos.

56. La demanda urbana crea incentivos para preservar los productos tradicionales; pero la preferencia por los productos occidentales puede ser una amenaza. En efecto, debe considerarse que por lo que se refiere a la demanda de los consumidores, algunos de ellos pueden desear huir de la dieta y de los productos tradicionales (especialmente si éstos se asocian con situaciones de escasez de alimentos, falta de elección, calidad mediocre, etc.) y preferir los alimentos industriales importados (asociados con la modernidad, el desarrollo económico, el estilo de vida “occidental”, etc.) o los productos tradicionales de lujo importados.

57. Los cambios en la agricultura y el sector alimentario se producen mucho más rápidamente que en los países de Europa Occidental en los años 50, 60 y 70. Ello es debido, entre otras cosas, a que se trata de una transición rápida, no solo del pasado a la post-modernidad, sino también a menudo de estructuras colectivas públicas a estructuras privadas. En la modernización de todo el

sector agrícola, los desafíos están relacionados igualmente con el desarrollo de productos de calidad locales tanto para los mercados nacionales como para los de Europa Occidental.

58. Los países que se han adherido recientemente a la UE o que tienen esta perspectiva en un futuro próximo están preparando su integración con políticas relativas a productos tradicionales; su característica principal es la aplicación con carácter previo del marco de la UE para las DOP, las IGP y las ETG. Varios proyectos de desarrollo pretenden mantener ahora este potencial de valor disponible para los pequeños productores. En este ámbito, una inscripción como IG o una marca registrada colectiva suelen ser generalmente marcos favorables para apoyar el acceso de los pequeños productores a los mercados, cumplir con los requisitos de inocuidad de los alimentos, y asegurar el valor añadido vinculado a las especificidades del producto (Bernardoni et al; 2008).

Recuadro 14: Sistema esloveno de protección y certificación

La AFNOR (Agencia francesa para la Normalización) y el INAO (Instituto francés para las Denominaciones de Origen) ejecutaron un programa de cooperación en Eslovenia (2001-03), con el fin de aplicar un sistema de protección y certificación para los productos alimenticios tradicionales eslovenos. Sus objetivos principales eran los siguientes: i) presentar diversas opciones y proponer una solución para que se gestione el ámbito relacionado en un marco institucional; ii) involucrar a todos los actores públicos y privados pertinentes; iii) proporcionar información técnica de referencia a todos los actores concernidos. Este programa dio lugar a la presentación de 13 solicitudes de DOP, IGP o ETG a la Comisión Europea. Como ejemplo de un producto tradicional reconocido en Eslovenia, con un cierto impacto en el mercado, se ha observado que el registro de la salchicha seca eslovena Zgornjesavinjski želodec como IG * contribuyó a que la demanda del mercado aumentara a un ritmo superior incluso a la capacidad de oferta de los productores.

Fuente: Slokan & Udovč (2005)

* Se realizó en el marco jurídico de Eslovenia previo a la adhesión de este país a la UE; este producto todavía no se ha registrado como IGP en el sistema de la UE.

59. Los productos tradicionales pueden reconocerse como un activo incluso en contextos caracterizados por la inestabilidad política, la pobreza, la necesidad de infraestructuras básicas, actividades agrícolas impulsadas por el Estado, etc. Por ejemplo, no solo puede evitarse la desaparición del método georgiano muy especial de vinificación (tipo Marani, con tinajas de arcilla subterránea), sino que también puede valorizarse vinculándolo al turismo rural.

C. PAÍSES DEL ASIA CENTRAL

60. En los países del Asia central, la producción doméstica de alimentos es muy importante, hay muchos pequeños agricultores, y los mercados urbanos interiores son relativamente pequeños. El mantenimiento de la cuota de productos tradicionales locales en los mercados interiores es un desafío, ya que tienen que competir con los alimentos importados debido a sus características específicas culturalmente aceptadas. La producción local tradicional conserva a menudo su función de suministro de alimentos a las poblaciones locales aisladas.

61. Por otra parte, la promoción de los productos tradicionales podría contribuir al desarrollo del potencial de exportación de productos de alto valor añadido. Por ejemplo, el desarrollo de la producción orgánica certificada puede integrarse con la comercialización de productos tradicionales.

62. Actualmente, debido a prioridades contrapuestas, la atención en estos países está centrada globalmente en la inocuidad de los alimentos y la seguridad alimentaria, y cabe que los productos tradicionales no reciban la debida prioridad en los programas de desarrollo. Por lo tanto, es necesario lograr un equilibrio razonable entre las necesidades de inocuidad de los alimentos y las características tradicionales que garantizan la especificidad de estos productos y preservan su potencial de oportunidades (futuras) de mercado. Como ejemplo de estas oportunidades, y los

desafíos correspondientes, cabe mencionar la producción de caviar en el Mar Caspio, que gozó de una reputación mundial cuando los recursos locales estaban seriamente amenazados⁴.

63. En conclusión, puede afirmarse que en los últimos veinte años, los productos tradicionales en Europa que anteriormente se consideraban vestigios del pasado en los países cuyos sectores agrícola y agroalimentario se habían modernizado pronto, se consideran ahora activos que responden a nuevas demandas de consumidores. Esta actitud debería guiar a los países cuyo potencial de productos tradicionales no resulta evidente actualmente debido a necesidades más urgentes y a cambios socioeconómicos profundos, pero que podría ser interesante desarrollar tan pronto como la urbanización y la industrialización agroalimentaria a escala nacional, así como las oportunidades de los mercados de exportación, abran nuevas perspectivas para estos productos.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A. CONCLUSIONES

64. A condición de que se mantengan los vínculos con un “terruño” concreto mediante marcos reguladores apropiados y/o prácticas facultativas, los productos alimenticios y agrícolas tradicionales tienen un potencial para generar ingresos con regularidad así como para contribuir a la preservación de los paisajes regionales, la diversidad biológica, el saber hacer y la identidad cultural. Estos productos pueden desempeñar un papel esencial para lograr la seguridad alimentaria y nutricional así como para luchar contra la pobreza, especialmente en los países en “transición” de Europa.

65. Los productos regionales tradicionales pueden considerarse como una dimensión del desarrollo local sostenible, apoyada desde un enfoque sistémico. La promoción de los productos tradicionales en un país debería formar parte de un marco más amplio de políticas agrícolas y alimentarias que abarquen otros aspectos importantes. Desde la perspectiva del consumidor, los productos tradicionales proporcionan opciones más amplias, aunque no todos los consumidores pueden permitirse comprar estos productos.

B. RECOMENDACIONES

66. Para apoyar esta contribución al desarrollo sostenible y rural, la Conferencia podría examinar las siguientes recomendaciones.

Recomendaciones a la FAO

Productos tradicionales en los programas de desarrollo

67. Los programas y los proyectos de la FAO deberían apoyar los productos tradicionales y contribuir a preservarlos:

- Las actividades relacionadas directamente con productos tradicionales deberían incluirse en los proyectos como contribuciones a los objetivos generales relacionados con la seguridad alimentaria y la pobreza rural, tales como: desarrollo sostenible, promoción de la equidad de género, preservación del medio ambiente y de la biodiversidad, comercialización de productos agrícolas y alimenticios, incluidos los pesqueros y forestales, mejora de las semillas, protección de las áreas de montaña y los paisajes destacados, etc.
- deberían promoverse programas específicos para ayudar a los Estados Miembros a ejecutar políticas en apoyo de los productos tradicionales.

⁴La FAO dirige un proyecto sobre la ordenación sostenible de los recursos: "Refuerzo de capacidades para la recuperación y ordenación de las pesquerías de esturión del Mar Caspio" (2006-09), TCP/INT/3101.

Conocimiento de los productos tradicionales desde el punto de vista nutricional

68. La FAO podría ayudar a mejorar los conocimientos sobre nutrición y a difundir información:

- elaborando y recopilando datos sobre el contenido en nutrientes de productos tradicionales y su relación con la salud humana mediante la Secretaría de la Red Internacional de Sistemas de Datos sobre Alimentos y la Iniciativa intersectorial sobre la diversidad biológica para la alimentación y la nutrición;
- promoviendo dietas regionales equilibradas que integren productos alimenticios tradicionales sabrosos y culturalmente valiosos;
- integrando información y conocimientos sobre los alimentos tradicionales y los hábitos alimentarios en los planes de estudio sobre nutrición y alimentación en las escuelas, incluidas actividades de aprendizaje práctico en los huertos (a saber, iniciativa de la FAO sobre los huertos escolares), así como en los programas de educación comunitarios y los que están dirigidos al público en general.

Impacto potencial y socioeconómico de los productos tradicionales

69. La FAO debería ayudar a que haya una mayor concienciación sobre la importancia de los productos tradicionales y su papel en el desarrollo agrícola y rural así como la preservación de la diversidad, en particular en los países de Europa central y oriental.

70. La FAO debería mejorar la generación, recogida y distribución de información y conocimientos relativos a la situación y el impacto socioeconómico de los productos tradicionales en la región de Europa.

Recomendaciones a los poderes públicos

Preservación del potencial de los productos tradicionales

71. Los países europeos, y en especial los países del Asia central y oriental, deberían tomar en consideración el potencial de los productos tradicionales desde la perspectiva del acceso a nuevos mercados y la adición de valor en los mercados interiores y de exportación. Los gobiernos deberían tomar medidas para impedir la desaparición de estos valiosos productos:

- inventario científico, registro y protección de productos tradicionales tomando en consideración los aspectos relativos a los derechos de propiedad intelectual;
- apoyo a la evaluación y al refuerzo de los aspectos relativos a la inocuidad de los alimentos, preservando al mismo tiempo las especificidades tradicionales para tener acceso a mercados formales mediante programas específicos de investigación y desarrollo de productos;
- prestación de apoyo y asistencia técnica a los grupos de pequeños productores y comunidades rurales, para potenciar la comercialización, preservar las tradiciones y la diversidad así como mejorar los medios de vida de las personas.

Mejorar el conocimiento de los productos tradicionales por parte de los interesados y los consumidores

72. Dado que los productos tradicionales están relacionados con la cultura y el territorio, se requieren conocimientos y sensibilización para facilitar la valoración y evitar confusiones por lo que se refiere al etiquetado. Por lo tanto, la educación y la información son necesarias, y pueden orientarse hacia los siguientes públicos:

- consumidores en general (por ejemplo etiquetas, sitios web que proporcionan amplia información sobre cada producto, campañas de información de carácter general, lucha contra el fraude);
- niños, en el marco de la educación general sobre nutrición y en relación con la diversidad, el gusto y la cultura;

- partes interesadas en el ámbito de la producción y el mercado, tanto al nivel local para apoyar la transmisión de la tradición y reforzar el orgullo de los productos tradicionales como para los mercados de exportación, involucrando a los interesados en marcos participativos.

Protección de los productos tradicionales

73. Entre las principales opciones para aumentar la protección de los productores y consumidores respecto a las características auténticas de los productos tradicionales mediante normas específicos cabe destacar las siguientes:

- apoyo al registro de productos tradicionales con sistema exclusivo ligado a la indicación geográfica (ello requeriría el establecimiento de un marco jurídico específico allí donde no exista todavía);
- elaboración, actualización, publicación de inventarios nacionales de productos tradicionales reconocidos oficialmente, incluida una base de datos para derechos de propiedad intelectual a escala local colectiva;
- examen de las posibilidades de protección de los consumidores contra declaraciones engañosas o que inducen a error en relación con la naturaleza tradicional de alimentos, tales como “original”, “antigua usanza”, “auténtico”.

Recomendaciones a otros interesados

74. Los productores de productos tradicionales deberían ser conscientes de que sus productos y prácticas tradicionales son valiosos. Los aspectos de los métodos que se han considerado como obstáculos pueden convertirse en oportunidades: los sistemas de producción denominados “arcaicos” están relacionados a menudo con las características específicas y la unicidad del producto y pueden convertirse en ventajas a la hora de venderlos a consumidores que buscan autenticidad. Los productores deberían analizar colectivamente el potencial de sus productos que presentan características tradicionales, consolidando así sus organizaciones locales para promover y preservar estas especificidades y sus correspondientes recursos humanos y naturales.

Referencias bibliográficas

BARJOLLE Dominique & THÉVENOD-MOTTET Erik, 2004. "Ancrage territorial des systèmes de production, Le cas des Appellations d'Origine contrôlée", *Industries alimentaires et agricoles*, 121^{ème} année, n°6, juin 2004, págs. 19-27.

BELLOMO M.G. & FALLICO B., 2007. "Anthocyanins, chlorophylls and xanthophylls in pistachio nuts (*Pistacia vera*) of different geographic origin", *in Journal of Food Composition and Analysis*, 20 (2007), págs. 352-359.

BERNARDONI Pascal, ESTEVE Magali, PAUS Marguerite & REYMANN Rémy, 2008. *Case studies on Products with Quality Signs in the Balkans*, FAO – AGRIDEA – SEEDDEV, Specific Quality Program, 141 págs.

CHATELLIER Vincent, 2003. "La production laitière dans les montagnes françaises : une dynamique particulière pour les Alpes du Nord", *in INRA Productions animales*, 16(1), pp.61 -76 ; disponible en <http://www.inra.fr/productions-animales/an2003/tap2003/vc231.pdf>.

Consumers International, *Green Food Claims*, 2004 (págs. 25-26); disponible en http://www.consumersinternational.org/Shared_ASP_Files/UploadedFiles/C2A0C218-1399-4FC7-9EA9-34E73EA45C77_Doc1156.pdf.

DESBOIS Dominique & NEFUSSI Jacques, 2007. "Signes de qualité: prix du lait et rentabilité des exploitations", *in Agreste Cahiers* n°3, págs. 3-18 ; disponible en <http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/articles07113A1.pdf>.

FAO, 2004. "Inocuidad y calidad de los alimentos en Europa: aspectos relacionados con la calidad, el equilibrio nutricional, la importancia de los terrenos agrícolas y el patrimonio cultural ("terroirs")", 24.^a Conferencia Regional para Europa, Montpellier, Francia, 14 págs.

INAO – Institut National des Appellations d'Origine, 2006. *Appellations d'Origine Contrôlée et paysages*, 75 p.; disponible en http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/inaoetpaysage_0207.pdf.

KIENE Tobias, 2006. "Traditional knowledge in the European context", *IDDDRI, Idées pour le débat*, n. 2, 5 págs.

KOP (VAN DE) Petra & SAUTIER Denis, 2006. "Regional identity: an overview", *in van de Kop P., Sautier D. & Gerz A. (eds), Origin-based products, Lessons for pro-poor market development*, *Bulletin of the Royal Tropical Institute* n° 372, Amsterdam, 96 págs.; disponible en http://www.kit.nl/net/KIT_Publicaties_output/ShowFile2.aspx?e=921.

LARSON Jorge, 2007. "Relevance of geographical indications and designations of origin for the sustainable use of genetic resources", *Global Facilitation Unit for Underutilized Species*, 95 págs.; disponible en http://www.underutilized-species.org/Documents/PUBLICATIONS/gi_larson_lr.pdf.

LENCLUD Gérard, 1987. "La tradition n'est plus ce qu'elle était... Sur la notion de "tradition" et de "société traditionnelle" en ethnologie", *in Terrain*, n° 9, págs. 110-123 ; disponible en <http://terrain.revues.org/document3195.html>.

RASTOIN Jean-Louis, 2004. "Quelle stratégie pour les produits de terroir dans un contexte de globalisation des marchés?", *Cycle "Comprendre les agricultures du monde"*, mission Agrobiosciences, 15 págs.; disponible en <http://www.agrobiosciences.org/IMG/pdf/05048 MPunivMaaTER.pdf>.

RICARD Daniel, 1998. "Produits de terroir et normes de fabrication. Les fromages d'AOC face aux nouvelles exigences sanitaires", *in Revue de Géographie alpine*, 1998(4), págs. 103-114; disponible en https://dSPACE.msh-alpes.prd.fr/bitstream/1801/324/2/RGA_1998-4_11-Ricard.pdf.

SLOKAN Polona & UDOVČ Andrej, 2005. "Zgornjesavinjski Želodec (Upper Savinja valley stomach sausage) – Slovene PGI product", in *Roots of Quality, Origin Labelled Products: The Importance of Food Quality and Safety in Central and Eastern Europe*, KOVÁCS B. (ed.), Universidad Corvinus de Budapest, págs. 86-94.

SYLVANDER Bertil, ALLAIRE Gilles, THÉVENOD-MOTTET Erik, 2006. "Qualité, origine et globalisation: Justifications générales et contextes nationaux, le cas des Indications Géographiques", in *Revue canadienne des sciences régionales*, XXIX :1, printemps 2006, págs. 43-54.

THÉVENOD-MOTTET Erik, 2006. "Legal and institutional issues related to GIs", SINER-GI WP1 Report, 67 p.; disponible en <http://www.origin-food.org/2005/upload/SIN-WP1-report-131006.pdf>.

TREGEAR Angela, ARFINI Filippo, BELLETTI Giovanni & MARESCOTTI Andrea, 2007. "Regional foods and rural development: The role of product qualification", in *Journal of Rural Studies* 23 (2007), págs. 12-22.

TREGEAR Angela, 2003. "From Stilton to Vimto: Using Food History to Re-think Typical Products in Rural Development", in *Sociologia Ruralis*, 43-2, 2003, págs. 91-107.

TRICHOPOULOU Antonia, SOUKARA Stavroula & VASILOPOULOU Effie, 2007. "Traditional foods: a science and society perspective", in *Trends in Food Science and Technology*, 18(2007), págs. 420-427.

WILSON Natasha & FEARNE Andrew, 2000. "A link between modernity and tradition: the case of several regional food products", in *The Socio-economics of Origin Labelled Products in Agri-food Supply Chains: Spatial, Institutional and Coordination Aspects*, Sylvander B., Barjolle D. & Arfini F. (eds), *Économie et sociologie rurales*, Actes et communications n°17-2, INRA, págs. 277-294.

Vínculos útiles pertinentes:

Red europea de fuentes de información sobre los alimentos (Red europea de excelencia en materia de sistemas de bancos de datos sobre composición de alimentos): www.eurofir.net

Proyecto Truefood: <http://www.truefood.eu>

Página web de la FAO sobre el programa para la calidad de los alimentos vinculada al origen geográfico: www.foodquality-origin.org

IGD, Local Sourcing Guides, 2001; disponible en <http://www.gisd.com/cir.asp?menuid=113&cirid=787>

Arca del Gusto y Presìdi: <http://www.slowfoodfoundation.org/eng/presidi/lista.lasso>

Chablais Gourmands: <http://www.chablais-gourmands.com>

Algunos tipos de productos alimenticios y agrícolas tradicionales :

- Steirisches Kürbiskernöl (Austria): <http://www.steirisches-kuerbiskernoel-gga.ar>
- Lentejas verdes de Le Puy: <http://www.lalentillevertedupuy.com>
- Patata Lapin Puikula de Laponia (Finlandia): <http://www.maaseutukeskus.fi/lappi/puikula/english.html>
- Crema cuajada Kajmak (Balcanes y Asia central): <http://en.wikipedia.org/wiki/Kajmak>
- Paprika Kalocsa (Hungría): <http://www.orgin-food.org/2005/upload/SIN%20-%20case%20presentations%20-%20Paprika.pdf>
- Pilav (diversas recetas en numerosos países, principalmente a base de arroz - Asia central): <http://uzbekistan.progetti.informest.it/english/cucina.HTM>

Reglamento (CE) n° 2074/2005 normas relativas a la inocuidad de los alimentos: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:338:0027:0059:ES:PDF>

Puede consultarse más información sobre el procedimiento de excepciones para los elaboradores en el documento (en francés) disponible en: [http://rhone-alpes.synagri.com/synagri/pj.nsf/TECHPJPARCLEF/04433/\\$File/Fiche%20paquet%20hygiène%20V%20finale-30-10-07.pdf?OpenElement](http://rhone-alpes.synagri.com/synagri/pj.nsf/TECHPJPARCLEF/04433/$File/Fiche%20paquet%20hygiène%20V%20finale-30-10-07.pdf?OpenElement)

Reglamento n° 509/06 del Consejo sobre las especialidades tradicionales garantizadas: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0001:0011:ES:PDF>

Reglamento (CE) n° 510/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:ES:PDF>

Registro austríaco de alimentos tradicionales administrado por el Ministerio de Agricultura: <http://traditionelleswissen.lebensministerium.at/>

Base de datos nacional italiana de productos tradicionales (artículo 8 del Decreto Legislativo 173/98): <http://www.politicheagricole.it/ProdottiQualita/ProdottiTradizionali/ricerca.htm>

Base de datos bávara de productos y recetas tradicionales: http://www.foodde-bavaria.de/en/reg_spez/

Euromontana Carta europea de productos alimenticios de montaña de calidad: <http://www.mountainproducts-europe.org/sites/euromontana/>

Marca francesa registrada “parque natural” para los productos tradicionales: <http://www.parc-naturels-regionaux.fr/fr/approfondir/faq.asp?lang=en&p=1&th=4>

Ejemplos de marcas registradas públicas de certificación/garantía:

- marca registrada húngara HÍR (regiones – sabores – tradiciones) detentada por el Centro de Marketing Agrícola financiado con fondos públicos (no utilizada hasta ahora);
- marca registrada noruega Spesialitet Norge (especialidad noruega) detentada por Matmerk (Sistema de calidad agrícola y Fundación para el mercado de alimentos de Noruega): <http://kslmatmerk.no/merkeordningene/spesialitet>
- marca registrada Paniere dei Prodotti tipici de la provincia italiana de Turín: <http://www.provincia.torino.it/agrimont/sapori/paniere/>
- Growing Green in Latvia: <http://www.ggl.lv/>
- Bienvenue en Gourmandie en Normandie (Francia): <http://www.gourmandie.fr/>
- Especialidad del Canton du Jura en Suiza: <http://www.terroir-jura.ch/>

Cifras relativas a DOP o IGP:

http://ec.europa.eu/trade/issues/sectoral/intell_property/argu_en.htm

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/signes2006T8.pdf>

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/primeur182.pdf>

Ejemplos de preservación de recursos biológicos:

- Queso Laguiole: http://www.patrimoine-biologique.midipyrenees.fr/fiche.asp?FK_cat_animal=2&page=4Laguiole
- Rheintaler Ribelmais, DOP (Suiza) para una variedad de maíz: <http://www.ribelmais.ch/>
- Queso Single Gloucester (UK), DOP, para una raza de vaca: http://www.defra.gov.uk/foodrin/foodname/pfn/products/registered/single_g.htm
- Schwäbisch Hällisches Landschwein (Alemania), IGP para una raza de cerdo: <http://www.besh.de/html/produkte/schweingga.htm>

Inventarios de Euroterroirs para los países de Europa Occidental:

<http://www.kertnet.hu/HungarianHorticulture/gb/21fr.htm>

<http://www.bsrinterreg3a.net/templates/detail.php?id=100508>

<http://www.patrimoineculinaire.ch>

<http://www.culinary-heritage.com/>

<http://www.genuss-region.at/index-genuss-region>

<http://www.fao.org/sd/giahs/>

Sistemas Ingeniosos de Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM): <http://www.fao.org/sd/giahs/>

FAO-Ministerio de de Agricultura, Marruecos; Seminario regional sobre la calidad de los alimentos vinculada al origen geográfico en el Mediterráneo, Casablanca, 8 y 9 de noviembre de 2007 (en francés): <http://www.mp-discussion.org/casa/>

Turismo rural en Georgia: <http://www.ruraltourism.ge/index.php?lang=en>

Red Internacional de Sistemas de Datos sobre Alimentos: <http://www.fao.org/infoods>

Iniciativa intersectorial sobre la diversidad biológica para la alimentación y la nutrición: <http://www.cbd.int/agro/food-nutricion/partners.shtml>