

INDICACIONES  
GEOGRÁFICAS  
UTILIZADAS COMO  
INGREDIENTES

ANÁLISIS BASADO EN  
LAS EXPERIENCIAS  
DE LAS REGIONES DE  
AREPO Y DE SUS  
ASOCIACIONES DE  
PRODUCTORES

**CONTENIDO**

<b>FIGURAS, TABLAS Y CUADROS .....</b>	<b>2</b>
Figuras.....	2
Tablas.....	3
<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>PRIMERA PARTE: ANÁLISIS DE LA LEGISLACIÓN Y DE LA JURISPRUDENCIA EUROPEA Y NACIONAL .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Análisis de la legislación y de la jurisprudencia europeas .....</b>	<b>7</b>
1.1.1 Contexto .....	7
1.1.2 Marco legislativo de la UE.....	8
1.1.3 Directrices de la UE.....	10
1.1.4 Jurisprudencia de la UE: Caso del Sorbete Champagner .....	12
1.1.5 Marcas e indicaciones geográficas utilizadas como ingredientes .....	13
<b>1.2. Legislación nacional.....</b>	<b>16</b>
1.2.1 Italia .....	16
1.2.2 Francia .....	19
<b>SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS DE LA ENCUESTA.....</b>	<b>23</b>
<b>2. Análisis de la encuesta .....</b>	<b>24</b>
2.1 Metodología y análisis del perfil de los encuestados .....	24
2.2 Análisis de la encuesta .....	27
<b>TERCERA PARTE: RECOMENDACIONES .....</b>	<b>49</b>
<b>3. Recomendaciones .....</b>	<b>50</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>53</b>

FIGURAS

Figura 1 Marco legislativo de la UE.....	9
Figura 2 Directrices de la CE sobre el etiquetado de productos alimenticios que utilizan DOP o IGP como ingredientes. .....	11
Figura 3 Etiqueta del sorbete Champagner. ....	12
Figura 4 Participantes en la encuesta divididos por DOP/IGP/ETG (parte 2 y 3).....	25
Figura 5 Participantes en la encuesta divididos por categoría de producto.....	26
Figura 6 Participantes en la encuesta divididos por categoría de producto y país (parte 2).....	26
Figura 7 Agrupaciones de productores que adoptaron normas o directrices específicas y/o un procedimiento de autorización. ....	27
Figura 8 Sello para productos compuestos, procesados o transformados que no están contenidos en latas.....	33
Figura 9 Sello para productos compuestos, elaborados o procesados en latas. ....	33
Figura 10 Sello para jamones.....	33
Figura 11 Logotipo de la marca registrada por la asociación de productores de lait de foin.....	36
Figura 12 Productos elaborados con el logotipo de la marca "Lait de foin".....	36
Figura 13 Lasagne alla Bolognese con Grana Padano DOP.....	37
Figura 14 Logotipo de Parmigiano Reggiano para productos transformados.....	37
Figura 15 Pesto alla Genovese con Parmigiano Reggiano DOP.....	37
Figura 16 Guiso de alubias de Asturias elaborado con Faba Asturiana IGP.....	37
Figura 17 Quenelles elaboradas con Compté AOP.....	39
Figura 18 Marcas colectivas privadas creadas por PALS para identificar con precisión la zona de origen.....	40
Figura 19 Logotipo "A base de" Canard du Sud-Ouest.....	40
Figura 20 Magret du Canard du Sud-Ouest fourré au Foie Gras de Canard.....	41
Figura 21 Cassoulet au confit de canard du Sud-Ouest.....	42

---

## TABLAS

Tabla 1 Ejemplos de productos transformados que utilizan una IG como ingrediente relevante y que requieren una restricción en la lista de productos finales. ....	14
Tabla 2 Lista de ejemplos de productos transformados que utilizan una IG como ingrediente secundario y que no requieren una restricción en la lista de productos finales. ....	15
Tabla 3 Participantes en la encuesta divididos por DOP/IGP/ETG (parte 1).....	24
Tabla 4 Participantes en la encuesta divididos por categoría de producto y país (parte 1).....	25
Tabla 5 Agrupaciones de productores que adoptaron normas o directrices específicas por país. ....	28
Tabla 6 Lista de directrices examinadas divididas por categoría de productos.....	29
Tabla 7 Lista de requisitos para los productos finales transformados por categoría de producto. ....	32
Tabla 8 Número de empresas que utilizan la IG como ingrediente y número de permisos concedidos en 2019.....	34

## AGRADECIMIENTOS

Este informe ha sido coordinado y redactado por Giulia Scaglioni, policy officer de la Asociación de Regiones Europeas de Productos de Origen (AREPO). El trabajo se ha beneficiado de las aportaciones de Elisa Aleotti, estudiante de la Universidad de Parma, que realizó una práctica de 5 meses en AREPO con el objetivo de elaborar su tesis sobre el uso de las IG como ingredientes en los productos transformados.

## CONTACTOS

La [Asociación de Regiones Europeas de Productos de Origen \(AREPO\)](#) reúne a 33 regiones europeas y a más de 700 asociaciones de productores, representando a más del 50% de las IG europeas. AREPO tiene como objetivo promover y defender los intereses de los productores y consumidores de las regiones europeas comprometidas con la promoción de productos agroalimentarios de calidad.

Para más información, póngase en contacto con

Giulia Scaglioni, **policy officer**, [policyofficer@arepoquality.eu](mailto:policyofficer@arepoquality.eu)

Francesca Alampi, **policy officer**, [info@arepoquality.eu](mailto:info@arepoquality.eu)

## INTRODUCCIÓN

El uso de las Indicaciones Geográficas (IG) como ingredientes en los productos transformados representa una oportunidad para ampliar la producción, y su impacto, a un nivel superior. De hecho, la diversificación de las salidas al mercado tiene un impacto positivo en términos de mayores cantidades de productos con IG utilizados. Esto, a su vez, ayuda a mantener o, en algunos casos, incluso a aumentar los volúmenes de producción.

Al mismo tiempo, la identificación de los productos con IG utilizados como ingredientes en los envases de los productos transformados ofrece una oportunidad de valorización y promoción de las producciones con IG. Cuando se utiliza como ingrediente y se menciona correctamente en el etiquetado del producto transformado, una IG puede acceder a una forma alternativa y adicional de valorización y promoción, aumentando su propia notoriedad y visibilidad, gracias a la promoción y la publicidad realizadas para el producto transformado.

No obstante, la referencia a los productos con IG utilizados como ingredientes en los envases de los productos transformados puede causar dificultades a los productores o a los consumidores. Por parte de los productores, existe el riesgo de que se produzcan daños a la reputación, si la calidad del producto final no es lo suficientemente alta. Además, los grupos de consumidores con IG encuentran cada vez más dificultades para establecer un sistema eficaz de control y vigilancia de los productos con IG utilizados como ingredientes. Desde el punto de vista de los consumidores, el riesgo es crear confusión entre la IG protegida y el producto procesado que la contiene como ingrediente.

Ante este fenómeno creciente, es cada vez más importante definir hasta qué punto un producto con IG puede mencionarse en el envase de un producto transformado que no se beneficia de una IG. Además, es imperativo analizar si las IG salen reforzadas o si, por el contrario, los productos transformados se aprovechan de la reputación de las IG.

Partiendo de estas preguntas, el **objetivo principal** del estudio es analizar la **legislación existente a nivel de la UE y nacional**, así como identificar las **buenas prácticas y los problemas** relacionados con la mención de un producto con IG en la etiqueta de un producto transformado que lo utiliza como ingrediente.

Los **objetivos específicos** incluyen la identificación de lo que puede (y no puede) figurar en la etiqueta de un producto transformado que utiliza una IG como ingrediente, así como el tipo de control que pueden y deben ejercer las agrupaciones de productores con IG sobre las industrias transformadoras (de estos productos sin IG). ¿Hasta dónde puede llegar el control de las agrupaciones de productores, teniendo en cuenta los planteamientos de las directrices de la Comisión Europea y las legislaciones nacionales?

Para ello, el presente informe comienza analizando el marco legislativo general de la UE, las directrices definidas por la Comisión Europea y la jurisprudencia de la UE sobre el uso de las IG como ingredientes en los productos transformados. Además, se ha llevado a cabo un análisis de las legislaciones nacionales existentes, centrándose en Italia y Francia como los únicos Estados miembros que han abordado la cuestión, aunque a diferentes niveles.

La segunda parte del informe se centra en los resultados de la encuesta enviada a las agrupaciones de productores de IG de las regiones de AREPO. A partir de las respuestas, se han realizado entrevistas en profundidad sobre los estudios de caso más interesantes y los resultados se han elaborado en un análisis cualitativo.

Finalmente, basándose en las conclusiones de las dos primeras partes, la última parte del estudio presenta algunas recomendaciones políticas para mejorar el sistema actual y reforzar la protección de las IG.

**PRIMERA PARTE: ANÁLISIS DE LA LEGISLACIÓN Y DE LA JURISPRUDENCIA EUROPEA Y NACIONAL**

## 1.1 ANÁLISIS DE LA LEGISLACIÓN Y DE LA JURISPRUDENCIA EUROPEAS

### 1.1.1 CONTEXTO

A nivel de la UE, la cuestión de las indicaciones geográficas utilizadas como ingredientes en los productos transformados se ha abordado por primera vez durante la última revisión de la política de calidad de la UE que condujo a la adopción del [Reglamento UE 1151/12 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios](#)<sup>1</sup>.

En 2008, el [Libro Verde sobre la calidad de los productos agrícolas](#)<sup>2</sup> y los resultados de la [evaluación de la política de la PAC en materia de DOP e IGP](#)<sup>3</sup> marcaron el inicio de la revisión de la reglamentación de la política de calidad de la UE. Ambos documentos trataron de abordar la cuestión de los productos con IG utilizados como ingredientes, con el objetivo de identificar las posibles dificultades derivadas de la publicidad de los ingredientes con IG en los envases de los productos finales transformados. Se prestó especial atención a los elementos que inducen a error a los consumidores (por ejemplo, cuando un producto transformado incluye tanto un producto con IG como un producto convencional de la misma categoría) o que crean una competencia desleal para los productores, cuando existen prácticas diferentes en relación con la mención del nombre de la IG utilizada como ingrediente en el etiquetado, la presentación y la publicidad de un producto transformado.

**Por un lado, la evaluación de la política de calidad de la UE no identificó ningún problema concreto.** No se encontraron pruebas de que la mención de los ingredientes con IG en el etiquetado en los productos transformados indujera a los consumidores a la confusión. Además, en el momento de la evaluación, no había sentencias ni casos pendientes del Tribunal de Justicia de la Unión Europea o del Tribunal de Primera Instancia.

Sin embargo, varios Estados miembros han sido capaces de abordar el problema a nivel nacional, adoptando enfoques específicos para gestionar y regular esta cuestión, por ejemplo:

- Italia fue el único Estado miembro que adoptó, ya en 2004, una legislación nacional (Decreto Legislativo 297/04) relativa a la identificación de productos con IG como ingredientes en el etiquetado, la presentación o la publicidad de un producto compuesto, preparado o transformado ([véase el siguiente apartado 1.2.1 sobre la legislación italiana](#));
- En otros Estados miembros, como España y el Reino Unido, se han establecido acuerdos entre las asociaciones de productores y las empresas de transformación que utilizan productos con IG como ingredientes;
- En Alemania, en 2005, tras un litigio, se llegó a un acuerdo temporal sobre la publicidad de un producto con IGP (Spreewälder Gurken IGP) en el envase de un producto transformado que utiliza la IGP como ingrediente.

Por otro lado, la mayoría de las partes interesadas del sector de las IG, consultadas **a través de la consulta del Libro Verde, pidieron un marco para regular el uso de los productos con IG como ingredientes.** Sin embargo, los transformadores afirmaron que este uso debería ser libre y, por tanto, no estar sujeto a un acuerdo de licencia.

**A la vista de estos resultados, la Comisión Europea no consideró necesario adoptar legislación vinculante.** No obstante, consideró oportuno ofrecer orientaciones, **adoptando directrices voluntarias sobre el uso de las IG como ingredientes anunciados en las etiquetas de los productos transformados**<sup>4</sup>.



## 1.1.2 MARCO LEGISLATIVO DE LA UE

Tras la introducción, este apartado establecerá el marco legislativo más amplio de la UE en el que se sitúan las directrices de la Comisión, antes de pasar a un análisis detallado de las mismas.

Entrando en vigor en 2012 como resultado de la revisión de la política de calidad de la UE, [el Reglamento \(UE\) nº 1151/2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios](#)<sup>5</sup> estableció por primera vez la **necesidad de conceder una protección específica a las IG registradas** frente a cualquier uso comercial directo o indirecto de una denominación registrada, en la medida en que dicho uso explote la reputación de la IG, e "***incluso cuando esos productos se utilicen como ingrediente***" en productos transformados (Art. 13 (a), Reg. 1151/12).

Además, la **protección contra cualquier uso indebido, imitación o evocación** se extiende también a los casos en los que las IG registradas se utilizan como **ingrediente** (Art. 13 (b), Reg. 1151/12).

Asimismo, para el **sector vitivinícola** el Reglamento (UE) nº 1308/2013 de la Organización Común de Mercados (OCM), establece que los vinos con DOP e IGP "*estarán protegidos de todo uso comercial directo o indirecto de un nombre protegido [...] en la medida en que ese uso aproveche la reputación de una denominación de origen o una indicación geográfica*" (art. 103, apartado 2).

A diferencia del Reglamento 1151/12, el Reglamento de la OCM no establece expresamente que la protección se aplique también a los vinos con IG utilizados como ingrediente. Sin embargo, en el [caso Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne contra Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co OHG \(C-393/16\)](#)<sup>6</sup>, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) ha aclarado que el ámbito de aplicación de las disposiciones de protección contenidas en el artículo 103 (Reg. 1308/13) abarca también las situaciones en las que un vino IG se utiliza como ingrediente en un producto transformado.

**Así, tanto las IG de los alimentos como las del vino deberían beneficiarse de la misma protección también cuando se utilizan como ingredientes.**

Aunque se trata de una disposición crucial que amplía la protección de las IG, los reglamentos de la UE no establecen ninguna norma clara sobre el uso de las IG como ingredientes publicitados en las etiquetas de los productos transformados. Lo que produce resultados inciertos tanto en términos de interpretación como de aplicación. En consecuencia, y a pesar de la primacía de las normas específicas sobre el etiquetado de los productos con DOP, IGP y ETG<sup>7</sup>, las **normas horizontales de etiquetado de la UE** se aplican a esta cuestión.

En concreto, el [Reglamento \(UE\) nº 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor](#)<sup>8</sup> contiene las normas básicas aplicables al etiquetado, la presentación y la publicidad de todos los productos alimenticios comercializados en el mercado europeo. Los pilares fundamentales del Reglamento son la **información precisa, clara y comprensible a los consumidores** y la **prohibición de cualquier práctica que pueda inducirles a error**, especialmente en lo que se refiere a la "*naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, país de origen o lugar de procedencia, y modo de fabricación o de obtención*" de los alimentos (artículo 7, Reglamento 1169/2011).

En cuanto a la utilización de las IG como ingredientes mencionados en las etiquetas de los productos transformados, se aplican las siguientes disposiciones:

- Un **ingrediente** se define como "*cualquier sustancia o producto, incluidos los aromas, los aditivos alimentarios y las enzimas alimentarias y cualquier componente de un ingrediente compuesto que se utilice en la fabricación o la elaboración de un alimento y siga estando presente en el producto*"

acabado, aunque sea en una forma modificada; los residuos no se considerarán ingredientes" (Art. 2, par. 2.f).

- Un **ingrediente primario** se define como "un ingrediente o ingredientes de un alimento que representen más del 50 % del mismo o que el consumidor asocia generalmente con su denominación y respecto al cual se requiere normalmente una indicación cuantitativa" (Art. 2, par. 2.q).
- Es obligatorio enumerar todos los ingredientes (art. 9), en orden descendente de peso (art. 18, apartado 1);
- Además, el ingrediente deberá ser **designado por su nombre específico**, es decir, en el caso de las IG, la denominación oficial registrada (art. 18, par. 2).
- No es obligatorio indicar la cantidad de un ingrediente cuando sólo se menciona en la lista de ingredientes (art. 22);
- No obstante, la **cantidad** del ingrediente debe indicarse **como porcentaje del total** (Anexo VII, apartado 3) cuando el ingrediente en cuestión:
  - **aparece** o se asocia habitualmente al **nombre** del alimento;
  - se **destaca en el etiquetado con palabras, imágenes o gráficos**; o
  - es **esencial para caracterizar un alimento** y distinguirlo (art. 22).

## REGLAMENTO (UE) Nº 1169/2011 SOBRE LA INFORMACIÓN ALIMENTARIA FACILITADA AL CONSUMIDOR

Definición de ingrediente

Ingrediente primario (> 50%)

Obligación de listar todos los ingredientes

Obligación de designar los ingredientes por su nombre

La **cantidad** del ingrediente debe indicarse **en % del total** si:

- **Aparece en el nombre** del alimento o se asocia generalmente con él;
- Se destaca en la **etiqueta mediante palabras, imágenes o gráficos**; o
- Es esencial para **caracterizar y distinguir un alimento**.

### REGLAMENTOS SOBRE LAS IG DE LA UE

Las **IG alimenticias** de la UE están protegidas contra el abuso de la reputación, "**incluso cuando esos productos se utilicen como ingredientes**" en productos transformados.

Reg. (EU) No 1151/2012 Art. 13 (a)

**VINO:** El **Reg. 1308/2013** no lo indica explícitamente, pero el ámbito de aplicación de la protección incluye las situaciones en las que un vino IG se utilice como ingrediente en un producto transformado ("**caso Champagner Sorbet**").

Figura 1 Marco legislativo de la UE.

### 1.1.3 DIRECTRICES DE LA UE

En 2010, la Comisión Europea adoptó una Comunicación denominada "[Directrices sobre el etiquetado de productos alimenticios que utilizan denominaciones de origen protegidas \(DOP\) o indicaciones geográficas protegidas \(IGP\) como ingredientes](#)"<sup>9</sup>. El objetivo era garantizar que la mención de la IG utilizada como ingrediente en la etiqueta de los productos transformados se haga de buena fe y no induzca a error a los consumidores.

Además, estas directrices pretenden **ilustrar las disposiciones legislativas aplicables en este ámbito** y ayudar a los operadores a definir su margen de maniobra. No obstante, **la adopción de las directrices es voluntaria**: los operadores de la cadena alimentaria no están obligados a aplicarlas si no lo desean.

En particular, las Directrices aclaran las condiciones en las que se pueden utilizar las denominaciones con IG en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios que las contengan como ingredientes:

1. El nombre de una IG registrada puede **mencionarse legítimamente en la lista de ingredientes de un producto alimentario**.
2. Por otro lado, cuando el nombre de una IG registrada se **menciona cerca del nombre comercial, o en el etiquetado, la presentación, la publicidad de un producto alimenticio que lo utiliza como ingrediente**, deben cumplirse las siguientes condiciones:
  - En primer lugar, **el producto transformado no debe contener ningún otro "ingrediente comparable"**, definido como ingrediente(s) o que puedan sustituir total o parcialmente a la IG.
  - En segundo lugar, *"este ingrediente debe utilizarse también en cantidades suficientes para conferir una característica esencial al producto alimenticio en cuestión"*.
  - En tercer lugar, *"el porcentaje de incorporación de un ingrediente con DOP o IGP debería indicarse idealmente en la denominación comercial del producto alimenticio correspondiente o, en su defecto, en la lista de ingredientes, en relación directa con el ingrediente en cuestión"*.
3. Si se cumplen las condiciones anteriores, otro requisito para poder utilizar las **menciones, abreviaturas (DOP e IGP) o símbolos (logotipos) de la UE** que acompañan al nombre registrado, en el etiquetado o en la lista de ingredientes de un producto transformado, sería dejar **claro que dicho producto no es en sí mismo una IG registrada**. Esta condición es fundamental para evitar la explotación indebida de la reputación de la IG, así como para evitar engañar a los consumidores.
4. **Si se ha incorporado un ingrediente comparable**, el nombre de la IG deberá aparecer **sólo en la lista de ingredientes**, y no en la parte frontal del envase. Además, para evitar un aprovechamiento indebido de la reputación de la IG, el nombre de la IG y el ingrediente comparable deberán figurar en la lista con **caracteres idénticos en cuanto a tipo de letra, tamaño y color**.
5. Por último, las disposiciones sobre el uso del nombre de una IG en el etiquetado de otros productos alimenticios **sólo deben incluirse excepcionalmente en el pliego de condiciones de la IG**, es decir, para resolver una dificultad específica y claramente identificada y siempre que sean objetivas, proporcionadas y no discriminatorias.

Estas condiciones marcan una dirección pero, al mismo tiempo, crean incertidumbre en cuanto a su aplicación, ya que se dejan abiertas a un gran margen de interpretación. En efecto, si bien el Reglamento (UE) nº 1169/2011 define la noción de ingrediente y de ingrediente primario, no puede decirse lo mismo de la noción de "ingrediente comparable" y de "ingrediente caracterizador".

## DIRECTRICES SOBRE EL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS QUE UTILIZAN COMO INGREDIENTES DOP E IGP

Las condiciones de uso de las denominaciones registradas como IG en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios que contienen como ingredientes estas denominaciones



### LISTA DE LOS INGREDIENTES

Una denominación registrada como IG puede indicarse legítimamente en la **lista de los ingredientes de un producto alimenticio**.

## ETIQUETADO, PRESENTACIÓN Y PUBLICIDAD

**CONDICIONES para mencionar correctamente el nombre de una IG registrada** en el etiquetado, la presentación y la publicidad de un producto alimenticio que lo utilice como ingrediente:



### 1. NINGÚN OTRO INGREDIENTE COMPARABLE

El producto transformado **no debería contener ningún otro «ingrediente comparable»**, es decir, ningún otro ingrediente que pueda sustituir total o parcialmente al ingrediente que se beneficia de una DOP o IGP.

### 2. CARACTERÍSTICA ESENCIAL

Este ingrediente debería utilizarse en **cantidad suficiente** con el fin de conferir una **característica esencial** al producto alimenticio en cuestión.



### 3. INDICAR EL PORCENTAJE

El **porcentaje** de incorporación de un ingrediente que se beneficia de una DOP o una IGP **debería, idealmente, indicarse dentro o justo al lado de la denominación de venta** del producto alimenticio de que se trate, o en su defecto **en la lista de ingredientes**.



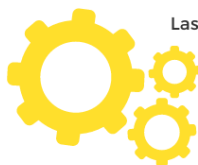
## MENCIONES, ABREVIATURAS O SÍMBOLOS DE LA UE

Si se cumplen las condiciones anteriores, **las menciones, las abreviaturas o los símbolos de la UE pueden acompañar la denominación registrada**, en el etiquetado o en la lista de ingredientes de un producto transformado **SÓLO SI se deduce claramente que dicho producto no es en sí mismo una IG registrada**.

**Es fundamental evitar la explotación indebida de la reputación de la IG, así como evitar engañar a los consumidores.**



## PLIEGO DE CONDICIONES



Las **disposiciones** sobre el uso del nombre de una IG en el etiquetado de otros productos alimenticios **sólo deben incluirse excepcionalmente en el pliego de condiciones de la IG**, es decir, para resolver una dificultad específica y claramente identificada y siempre que sean objetivas, proporcionadas y no discriminatorias.

En cuanto a la primera condición, la Comisión considera que un queso azul es comparable al "Roquefort", a modo de ejemplo. Sin embargo, la CE no aclara el concepto de ingrediente comparable. Por el contrario, el ejemplo dado es "*indicativo y no limitativo*", es decir, es específico para cada caso y no constituye una referencia precisa y obligatoria.

En cuanto a la segunda condición, la Comisión admite igualmente que no es posible sugerir una cantidad mínima uniformemente aplicable para definir un ingrediente como "característica esencial" del producto transformado, dada la heterogeneidad de los casos.

La noción de "ingrediente **característico**" sólo se menciona en el Reg. 1169/11, Art. 22, que establece que la cantidad de un ingrediente debe indicarse en la etiqueta cuando el ingrediente en cuestión es esencial para caracterizar un producto alimenticio y distinguirlo de otros productos. Esta disposición no proporciona una definición exacta de "ingrediente caracterizador" y deja **margen para la interpretación sobre el porcentaje de un ingrediente necesario para caracterizar un alimento**.

Reconociendo la extrema variabilidad y diversidad entre las IG, en términos de sus características intrínsecas, reputación, difusión y penetración en el mercado, la Comisión prefirió no establecer normas generales válidas en todos los casos. No obstante, las condiciones no vinculantes definidas en las Directrices han inspirado, por un lado, **reglamentos nacionales** que establecen criterios más específicos y vinculantes y, por otro, **reglamentos internos adoptados por las asociaciones de productores de IG**, que adaptan las condiciones generales de las Directrices a su IG específica.

#### 1.1.4 JURISPRUDENCIA DE LA UE: CASO DEL SORBETE CHAMPAGNER

La cuestión de las IG utilizadas como ingredientes ha adquirido mayor relevancia tras ser objeto de una sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) relativa al [caso Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne Vs Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH& Co OHG \(C-393/16\)](#).



Figura 3 Etiqueta del sorbete Champagner.

Fuente: [eur-lex.europa.eu](http://eur-lex.europa.eu)

El caso implicaba a Aldi Süd, una conocida cadena de supermercados de descuento alemana, y al Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC) francés, la asociación de productores de champán. En concreto, en 2012 Aldi comenzó a vender un producto congelado, fabricado por la empresa belga Galana NV, y distribuido con el nombre de "**Champagner Sorbet**". El producto elaborado contenía entre sus ingredientes **un 12% de champán**.

En un primer momento, el CIVC interpuso un recurso ante el Tribunal Regional de Múnich solicitando que se prohibiera a Aldi utilizar la denominación "Champagner Sorbet", con el fin de evitar una explotación desleal de la reputación de la DOP. El Tribunal Regional estimó la solicitud, pero la decisión fue revocada por el Tribunal Regional Superior. Este último falló a favor de Aldi por considerar que la cadena de supermercados tenía un interés legítimo en utilizar la denominación "Champagner Sorbet", al considerar que el champán era un ingrediente esencial del producto elaborado. Por lo tanto, no había ninguna indicación engañosa.

Frente a esta decisión, el CIVC remitió el asunto al Tribunal Federal de Justicia de Alemania, que a su vez consideró necesario plantear **una cuestión prejudicial al TJUE**, solicitando que se determinara si el uso del nombre de una DOP constituye una explotación ilícita de la reputación de dicha DOP <sup>10</sup>.

- En primer lugar, el Tribunal consideró que la utilización de una DOP como parte del nombre de un producto transformado **no puede considerarse un uso desleal per se**.
- En efecto, para determinar si la utilización de una denominación DOP como parte del nombre de un producto transformado constituye una **explotación ilícita** de la reputación de una DOP, es necesario examinar si dicha **utilización pretende aprovecharse indebidamente de su reputación**.
- La **cantidad** de producto DOP utilizado como ingrediente es una **prueba relevante**, pero **no es un factor suficiente** si se considera por sí solo, ya que debe realizarse una evaluación esencialmente cualitativa.
- A la luz de esto, el uso de un nombre de una DOP como parte del nombre de un producto transformado es **legal, incluso sin el consentimiento de las agrupaciones de productores de IG**, si el producto final tiene, como una de sus características, "**un sabor atribuible principalmente a la presencia de ese ingrediente en la composición del producto alimenticio**".
- Por último, **corresponde a los tribunales nacionales determinar**, caso por caso, si ese uso tiene por objeto aprovecharse indebidamente de la reputación de una DOP.

En resumen, la sentencia "Champagner Sorbet" afirma que, para determinar si una IG contenida en un producto transformado le confiere una de sus características esenciales, debe comprobarse si el sabor del producto es atribuible principalmente a la presencia de la IG en la composición del producto. Si no es así, puede concluirse que la utilización del nombre de la IG en el envase del producto final constituye una indicación falsa o engañosa y, por tanto, es ilegal.



Aunque establece un cierto nivel de protección para las IG utilizadas como ingrediente de un producto transformado, la sentencia parece liberalizar, bajo ciertas condiciones, el uso de DOP e IGP en el nombre de productos compuestos, **independientemente de la autorización de los consorcios de protección o de las disposiciones del pliego de condiciones**. Además, no define el concepto de "sabor", dejando que los tribunales nacionales analicen y decidan caso por caso.

#### 1.1.5 MARCAS E INDICACIONES GEOGRÁFICAS UTILIZADAS COMO INGREDIENTES

El caso del Champagner Sorbet ha puesto de manifiesto la evolución de las prácticas de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) en relación con los conflictos entre las marcas y las IG.

Las prácticas de la EUIPO en materia de marcas, dibujos y modelos se recogen en una serie de [directrices](#)<sup>11</sup> cuyo objetivo es aumentar la eficacia y la coherencia de las decisiones de la EUIPO, así como informar a los usuarios de los servicios de la EUIPO. Las directrices se actualizan sistemáticamente para recoger los principios de la práctica derivados de la jurisprudencia del TJCE, la jurisprudencia de las Salas de Recurso de la EUIPO y las decisiones del Departamento de Operaciones de la EUIPO.

La Parte B de las Directrices de la EUIPO describe el procedimiento de examen de una solicitud de marca de la Unión Europea (EUTM) desde su presentación hasta su publicación. Durante los procedimientos de examen, la Oficina examina diversos datos relativos a la solicitud, **incluidos los motivos de denegación absolutos**<sup>12</sup>.

En particular, el capítulo diez de la sección cuatro de las Directrices establece los motivos absolutos de denegación de una marca en caso de **conflicto con una indicación geográfica registrada** (DOP o IGP) **existente** a nivel de la UE<sup>13</sup>.

De acuerdo con la normativa de la UE sobre indicaciones geográficas, las IG están protegidas frente a diferentes situaciones:

1. cualquier uso de una IG (directo o indirecto):
  - a. con respecto a los productos que no se ajustan al pliego de condiciones de una IG; o
  - b. en la medida en que dicho uso se aprovecha de la reputación de una IG;
2. cualquier uso indebido, imitación o evocación;
3. cualquier otra indicación o práctica falsa o engañosa.

En lo que respecta a la **explotación de la reputación de las IG**, la EUIPO incluye bajo la protección también **los "productos en los que la IG es un ingrediente relevante"**.

#### EUIPO

La Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), con sede en Alicante, es responsable del registro de las marcas de la Unión Europea (EUTM) y de los dibujos y modelos comunitarios registrados (RCD) en virtud del Reglamento sobre la marca de la Unión Europea (RMUE) y del Reglamento 6/02 del Consejo, de 12 de diciembre de 2001.

El objetivo del Reglamento sobre la marca de la Unión Europea (RMUE) es permitir a los titulares registrar un derecho cuya validez se extienda a toda la Unión Europea, siempre que no infrinja los derechos de terceros.

De acuerdo con el RMUE, la EUIPO se encarga de los procedimientos de registro, incluido el examen de las solicitudes por motivos absolutos de denegación y, cuando se ha presentado oposición a una solicitud de marca comunitaria, por motivos relativos de denegación.

Basándose en esto, al analizar una solicitud de registro de una nueva marca de fábrica o de comercio, la EUIPO planteará una objeción no sólo a una marca de fábrica o de comercio que cubra el producto exacto de una IG existente, sino también a una marca de fábrica o de comercio que cubra **cualquier otro producto en el que el producto con IG pueda considerarse el ingrediente comercialmente relevante**. La EUIPO define un ingrediente como comercialmente relevante "*si puede determinar la elección del producto principal*", es decir, si la decisión de los consumidores de comprar el producto se basa principalmente en la presencia de dicho ingrediente.

En otras palabras, si una IG registrada se utiliza como ingrediente relevante en un producto procesado incluido en la solicitud de una marca europea, **puede ser necesaria una restricción en la lista de productos**, con el fin de superar una objeción por motivos absolutos. Esto significa que la lista de productos incluidos en la solicitud deberá limitarse a los productos finales que incluyan como ingrediente comercialmente relevante la IG registrada (*véanse los ejemplos del cuadro 1*).

Tabla 1 Ejemplos de productos transformados que utilizan una IG como ingrediente relevante y que requieren una restricción en la lista de productos finales.

IG y marcas europeas	Especificación original (no aceptable)	Lista de productos aceptables	Explicación
<b>POMME DU LIMOUSIN</b> (FR/PDO/0005/0442)	<i>Mermeladas y compotas</i>	<i>Mermeladas y compotas de manzanas que cumplen el pliego de condiciones de la DOP "Pomme du Limousin".</i>	La fruta es el principal ingrediente de mermeladas y compotas.
<b>PROSCIUTTO DI PARMA</b> (IT/PDO/0117/0067)	<i>Pizzas</i>	<i>Pizzas con jamón que cumplen el pliego de condiciones de la DOP "Prosciutto di Parma".</i>	Este topping es el ingrediente principal de una pizza y el que determina la elección del consumidor.
<b>RIOJA</b> (PDO-ES-A0117)	<i>Vinagre de vino</i>	<i>Vinagre de vino elaborado con vino que cumple el pliego de condiciones de la DOP "Rioja".</i>	La EUTM puede ser aceptada para el vinagre de vino que cumpla el pliego de condiciones de la DOP. El vino es un ingrediente del vinagre (el vinagre de vino está hecho de vino).
<b>TURRÓN DE AGRAMUNT</b> (ES/PGI/0005/0167)	<i>Hielos</i>	<i>Helados comestibles a base de turrón que cumplen el pliego de condiciones de la IGP "Turrón de Agramunt; Torró d'Agramunt".</i>	El turrón es un ingrediente comercialmente relevante para los helados.
<b>BERGAMOTTO DI REGGIO CALABRIA-OLIO ESSENZIALE</b> (IT/PDO/0005/0105)	<i>Perfumes</i>	<i>Perfumes con bergamota que cumplen el pliego de condiciones de la DOP "Bergamotto di Reggio Calabria - Olio essenziale".</i>	La bergamota es un aceite esencial que proporciona un aroma particular al perfume. Este aroma es el que impulsa la elección de los consumidores y, por tanto, es el ingrediente comercialmente relevante.
<b>SCOTCH WHISKY</b>	<i>Cócteles.</i>	<i>Cócteles que contienen whisky que cumple el pliego de condiciones de la IGP "Scotch Whisky".</i>	La EUTM puede ser aceptada para cócteles elaborados con whisky que cumplan las especificaciones de la IG. Al contrario de lo que ocurre con los vinos, los cócteles que no sean a base de whisky no son aceptables en la medida en que puedan resultar engañosos.

Por el contrario, cuando el producto con IG se utiliza como ingrediente secundario, no relevante desde el punto de vista comercial, no será necesaria la restricción en la lista de productos (véase el ejemplo relativo al Aceite de la Alcarra).

Tabla 2 Lista de ejemplos de productos transformados que utilizan una IG como ingrediente secundario y que no requieren una restricción en la lista de productos finales.

IG y marcas europeas	Especificación original	Lista de productos aceptables	Explicación
ACEITE DE LA ALCARRIA (ES/PDO/0005/0562)	Pastelería	Pastelería	No es necesario restringir los productos por el mero hecho de que se utilice aceite en su elaboración. El aceite es un ingrediente secundario que no tiene relevancia comercial.

Fuente: Directrices para el examen en la Oficina, Parte B Examen, Sección 4 Motivos absolutos de denegación - Capítulo 10 Marcas en conflicto con denominaciones de origen e indicaciones geográficas, páginas 593-594.



## 1.2. LEGISLACIÓN NACIONAL

Italia es el único Estado miembro que ha adoptado una legislación nacional específica en la que se definen las condiciones en las que se pueden mencionar las denominaciones con IG en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios que las contengan como ingredientes.

En la siguiente sección se analiza el **Decreto Legislativo italiano nº 297 de 2004**, que es bastante único a nivel europeo, ya que establece el derecho y el deber de los consorcios de IG de autorizar a los operadores a utilizar el nombre de su IG en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios que contengan dicho nombre como ingredientes.

Además, el análisis incluirá también las **circulares del Ministerio de Políticas Agrícolas y Forestales (MIPAAF)** que, en ausencia de un Consorcio reconocido, identifican los criterios gráficos y administrativos que deben respetarse para hacer referencia a una IG en el etiquetado, la presentación o la publicidad de un producto compuesto, preparado o transformado.

Por último, el **caso francés** se analizará con más detalle en el [apartado 1.2.2](#). Francia ha optado por no adoptar una legislación vinculante. No obstante, la Dirección General de Competencia, Consumo y Lucha contra el Fraude (**DGCCRF**), en colaboración con el Instituto Nacional de Origen y Calidad (INAO), ha definido **principios específicos** sobre la cuestión del uso de las IG como ingredientes.

### 1.2.1 ITALIA

El hecho de que Italia, uno de los principales productores de IG, haya visto la necesidad de desarrollar una legislación nacional demuestra que existe un vacío legal a nivel de la UE. Italia ha preferido aclarar con la legislación nacional cuándo es lícito el uso de un nombre de DOP/IGP, en lugar de dejar que esta cuestión se resuelva en los tribunales.

[El Decreto Legislativo nº 297 de 2004](#)<sup>14</sup> contiene disposiciones sancionadoras para proteger y salvaguardar las indicaciones geográficas de productos agrícolas y alimenticios registradas a nivel europeo. En particular, la primera parte del decreto regula la aplicación de sanciones administrativas contra los operadores económicos en caso de uso indebido del nombre, el signo distintivo o la marca de una IG (art. 1.1).

Entre los casos sancionados por el decreto, uno se refiere a la **utilización de la denominación de una IG protegida en el etiquetado, la presentación y la publicidad de productos alimenticios que contengan dicha denominación como ingrediente** (art. 1.1.c). Esta infracción está sujeta a una sanción administrativa pecuniaria que oscila entre 2.500 y 16.000 mil euros.

Además, el decreto sigue estableciendo las condiciones en las que se considera legal el uso de la denominación de una IG protegida en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios que contengan dicha denominación como ingrediente:

- 1.a. el Consorcio **responsable de la IG ha emitido una autorización** y ha inscrito al usuario del producto en un registro especial, que el Consorcio debe mantener actualizado;
- 1.b. o, en ausencia de un Consorcio reconocido, el Ministerio de Políticas Agrícolas y Forestales (MIPAAF) **ha emitido la autorización** (en este caso el MIPAAF es también responsable de la gestión del registro);
- 2. o la referencia a la IG aparece únicamente en la **lista de ingredientes** del producto transformado que la contiene.

## CONSORCIOS DE PROTECCIÓN DE LAS IG

En Italia, una asociación de productores de IG debe obtener el reconocimiento del MIPAAF para poder asumir las funciones de Consorcio de protección. Para ello, la asociación debe cumplir un criterio de representatividad equivalente a al menos 2/3 de la producción verificada por el organismo de control y considerada apta para la certificación.

Los Consorcios nacen como asociaciones voluntarias, sin fines lucrativos, promovidas por los operadores económicos implicados en el sector con la función precisa de protección, promoción, valorización, información al consumidor y cuidado general de las Indicaciones Geográficas.

Los Consorcios tienen asignadas esencialmente importantes tareas institucionales, e intervienen en la representación y protección de todas las empresas que participan en la producción de la IG, sean o no miembros del consorcio.

En ausencia de un Consorcio reconocido, es la Asociación de Productores la que se encarga de la promoción y protección del producto reconocido como IG, aunque con competencias más limitadas que el Consorcio. Por ejemplo, en el caso que nos interesa en este estudio, a falta de un Consorcio reconocido, no es la Asociación de Productores la que autoriza el uso de la IG como ingrediente, sino el Ministerio.

### RECUADRO 1

Cabe señalar que el texto original del decreto también incluía un criterio que exigía que el producto transformado no contuviera ningún otro ingrediente comparable al producto con IG. Este criterio ha sido eliminado y **en el texto actual no se incluye ningún criterio que defina las características del producto final.**

En cuanto a los **productos vitivinícolas**, la referencia a una IG en el etiquetado, la presentación o la publicidad de los productos transformados está regulada por el [Texto Único sobre la viña y el vino, Ley nº 238 de 12/12/2016](#)<sup>15</sup>. En concreto, las **mismas condiciones** descritas anteriormente para los productos agroalimentarios **se aplican también al vino** (véase el art. 44, apartados 9 y 10), con la adición de dos casos específicos para los que no se requiere autorización:

- Para los **productos derivados no preenvasados** preparados en laboratorios anexos a un punto de **venta directa** al consumidor final (art. 44.10.a);
- Y en los casos en que se haga referencia a la IG "*en el etiquetado y la presentación de las **bebidas espirituosas** con derecho a ella en virtud del Reglamento (CE) nº 110/2008 y de los **vinagres de vino***" (art.44.10.b).

La legislación italiana es bastante singular a nivel europeo, ya que establece **el derecho y el deber de los consorcios de IG** de autorizar a los operadores a utilizar el nombre de su IG en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios que contengan dicha IG como ingrediente.

Esta legislación parece estar en consonancia con el artículo 13 del Reglamento 1151/2012, que amplía la protección a los productos con IG utilizados como ingredientes, y confiere también a los Estados miembros la obligación de adoptar "*las medidas administrativas y judiciales pertinentes para, en aplicación del apartado 1, prevenir o detener cualquier uso ilegal de denominaciones de origen protegidas y de indicaciones geográficas protegidas, producidas o comercializadas en el Estado miembro de que se trate*".

Por el contrario, el Decreto no está totalmente en línea con la sentencia del TJUE en el caso "Champagner Sorbet", que no considera la **autorización de las agrupaciones de productores de IG un requisito previo para determinar el uso (ilegal) del nombre de una IG en la**

**denominación de venta de un producto final.**

Volviendo a las particularidades del caso italiano, como se anticipó, **en ausencia de un Consorcio reconocido, el MIPAAF es el encargado de emitir la autorización.**

Para ello, en 2007, el MIPAAF publicó dos **circulares**, respectivamente para los [productos agroalimentarios](#)<sup>16</sup> y [los productos vitivinícolas](#)<sup>17</sup>, que identifican los **criterios gráficos y administrativos que deben cumplirse** para hacer referencia a una IG en el etiquetado, la presentación o la publicidad de un producto compuesto, preparado o transformado.

Hay que subrayar que las **Circulares se aplican a los casos en los que, en ausencia de un consorcio reconocido, la autorización la concede el Ministerio**. Por lo tanto, los criterios no tienen que ser aplicados por los Consorcios, que tienen más libertad para definir normas específicas para conceder la autorización de uso de su producto. No obstante, como se verá con más detalle en la [parte 2.2](#), **muchos Consorcios siguen parcial o totalmente los mismos criterios**.

Los criterios definidos en las Circulares se dividen en trece puntos. Los mismos se aplican a los productos alimentarios y vinícolas. En cuanto a la referencia a una IG en el etiquetado, la presentación o la publicidad de un producto compuesto, los **criterios gráficos** que deben respetarse son los siguientes:

- Las siglas "DOP" e "IGP" o las indicaciones correspondientes deben ir **entre comillas, y deben seguir al nombre de la IG utilizada como ingrediente**, para evitar que el consumidor crea que se refieren al producto compuesto.
- El **tamaño de la letra utilizada** para la referencia a la IG debe ser **menor** que el de la letra utilizada para el nombre del producto compuesto, el operador responsable y las marcas.
- Además, deberá utilizarse el **mismo tipo de letra del mismo tamaño** para el nombre de la IG, la mención (Denominación de Origen Protegida o Indicación Geográfica Protegida) o los respectivos acrónimos.
- Está **prohibido utilizar los logotipos de la UE así como el logotipo de la IG protegida**.

Se establecen criterios similares para la introducción en la etiqueta de la **traducción** del nombre de la IG a un idioma distinto del italiano.

Estos criterios se ajustan completamente a las directrices de la CE, con la excepción del uso del logotipo. De hecho, las directrices de la CE están abiertas a la posibilidad de utilizar logotipos (*símbolos*) de la UE que acompañen al nombre registrado en el etiquetado de un producto transformado, a condición de que quede claro que dicho producto no es en sí mismo una IG registrada. Sin embargo, **el MiPAAF cree firmemente que el uso de logotipos de la UE en un producto transformado es en sí mismo engañoso para los consumidores y prefiere prohibirlo por completo**.

Las Circulares también detallan los **requisitos y criterios administrativos** específicos que deben cumplir los operadores una vez que hayan recibido la autorización del MiPAAF. En particular, los operadores deben comprometerse a:

- Asegurar que el producto con IG se adquiere de un proveedor o envasador que ha sido verificado bajo el sistema de control del sistema de calidad.
- **Registrar la cantidad de producto IG utilizado** en el producto compuesto para demostrar, a petición del Ministerio, que dicha cantidad corresponde a la cantidad de producto IG adquirido. Con el compromiso de presentar los documentos pertinentes, a petición del Ministerio.
- **Registrar mensualmente el número de envases de producto transformado producidos**.
- Enviar al MiPAAF una **ficha técnica** que describa el compuesto, el producto procesado o transformado.
- Comunicar la **ubicación de la planta donde se realizará la producción**, así como cualquier cambio posterior.
- Declarar que, antes de la transformación, el **producto con IG se almacenará por separado de otros productos** pertenecientes a la misma categoría.

- Declarar que la **autorización concedida no será transferida**, ni siquiera en subconcesión, a terceros.

Para obtener la autorización, el operador debe solicitarla al Ministerio incluyendo entre los documentos un **proyecto de etiqueta**, para verificar el cumplimiento de los criterios gráficos descritos anteriormente, y la **ficha técnica** que describa el producto para el que se utilizará la etiqueta.

Como ya se ha mencionado, los criterios descritos se refieren principalmente al procedimiento de solicitud (criterios gráficos y administrativos). No se especifican las características que debe reunir el producto final para obtener la autorización.

La situación es diferente en lo que respecta a las autorizaciones emitidas por los consorcios, que pueden codificar criterios que incluyen **normas relativas al producto final**. Por ejemplo, en algunos casos se prohíbe la inclusión de productos comparables a la IG; en otros casos, el consorcio establece un porcentaje mínimo del producto con IG que debe utilizarse en el producto transformado.

Aunque los requisitos establecidos en la Comunicación de la Comisión relativa a las directrices de etiquetado son voluntarios (2010/C 341/03) y los criterios identificados por el MIPAAF se aplican únicamente en ausencia de un consorcio de IG reconocido, muchos consorcios extraen al menos parte de sus reglamentos internos de estos documentos. *Para más detalles sobre los criterios adoptados por los consorcios, véase la [segunda parte](#) del informe.*

---

### 1.2.2 FRANCIA

En el contexto francés, la Dirección General de Competencia, Consumo y Represión del Fraude (DGCCRF), en colaboración con el Instituto Nacional de Origen y Calidad (INAO), ha definido los principios relativos a la utilización de productos de calidad (DOP, IGP y Label Rouge) como ingredientes.

Estos criterios tienen en cuenta las directrices de la Comisión Europea, así como:

- **Normas de protección del consumidor:** *"El etiquetado y la forma en que se realice no deben ser tales que puedan crear confusión en la mente del comprador o del consumidor, especialmente en lo que se refiere a las características del producto alimenticio y, en particular, a la naturaleza, la identidad, las cualidades, la composición, la cantidad, la duración, el origen o la procedencia y el modo de fabricación o de producción. El etiquetado no debe incluir ninguna indicación que pueda hacer creer al consumidor que el producto alimenticio tiene características especiales cuando todos los productos alimenticios similares tienen las mismas características"* - Artículo R112-7 del [Código del Consumidor](#)<sup>18</sup>.
- **Normas relativas a la protección de los regímenes de calidad:** *"El nombre que constituye la denominación de origen o cualquier otra referencia a la misma no podrá utilizarse para productos similares, sin perjuicio de las disposiciones legales y reglamentarias vigentes el 6 de julio de 1990. No podrá ser utilizada por ningún establecimiento ni por ningún otro producto o servicio si dicha utilización puede comprometer o debilitar la reputación de la denominación"* - art. L643-1 al2 del [Código Rural](#)<sup>19</sup>.

Los principios definidos por la DGCCRF y el INAO identifican los **criterios de los productos transformados** que deben cumplirse para incluir legítimamente un nombre con IG en la denominación de venta del producto final. En particular:

- El producto utilizado como ingrediente **debe beneficiarse realmente de la IG** y
- Debe ser el **único producto de su categoría** incorporado a la preparación.

- Al mismo tiempo, los criterios no establecen una cantidad mínima, sino que especifican que la IG debe incorporarse en una **cantidad suficiente** para dar al producto final un **carácter particular**.

Además de estos criterios relativos al producto final, los principios también describen varios criterios gráficos:

- La presencia de la IG no debe enfatizarse en exceso mediante el uso de **caracteres** sobredimensionados y contrastados para atraer la atención del consumidor.
- Los **términos DOP/IGP/ETG** pueden mencionarse después del nombre, siempre que estén vinculados a la denominación protegida y no al producto que la incorpora.
- Por último, el **logotipo** correspondiente (**DOP, IGP, ETG**) **no puede utilizarse en ningún caso**.

**Si no se cumplen estos criterios para los productos transformados, el nombre de la IG sólo puede aparecer en la lista de ingredientes.**

En este caso, hay que remitirse a las normas relativas a los productos alimenticios. Puede mencionarse la IG, así como la cantidad introducida (en porcentaje), y los caracteres utilizados deben ser del mismo tamaño y color que el resto de los ingredientes.

Estos criterios se ajustan completamente a las directrices de la CE, con la excepción del uso del logotipo. De hecho, las directrices de la CE están abiertas a la posibilidad de utilizar logotipos (*símbolos*) de la UE que acompañen al nombre registrado en el etiquetado de un producto transformado, a condición de que quede claro que dicho producto no es en sí mismo una IG registrada. No obstante, el INAO cree firmemente que el uso de logotipos de la UE en un producto transformado es en sí mismo engañoso para los consumidores y prefiere prohibirlo por completo.

Aunque en Francia las agrupaciones de productores con IG no tienen la obligación reconocida de autorizar a los transformadores a utilizar el nombre de su IG en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios que contienen dicha IG como ingredientes, varias agrupaciones de productores han adoptado criterios específicos para adaptar estos principios a las necesidades de sus productos. Las prácticas existentes se analizarán en el siguiente capítulo.

Por último, es importante destacar que, aunque estos principios no son recomendaciones vinculantes, están respaldados por la jurisprudencia. Especialmente:

1. En el [caso en el que se opuso el Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne \(CIVC\)](#) a una empresa transformadora que fabricaba, entre otros, "foie gras de pato entero con dos pimientos y champán"<sup>20</sup> (25 de noviembre de 2014), el Tribunal Supremo francés (*Cour de cassation*) reconoció el principio de "ingrediente caracterizador", así como la importancia de **respetar los criterios gráficos**, es decir, el nombre de la IG no debe aparecer en caracteres distintivos en comparación con el nombre de los productos transformados que utilizan la IG como ingrediente.
2. En el caso "Champagner Sorbet", el TJUE confirmó además el principio de que la **IG debe conferir una característica esencial** al producto transformado para que pueda ser mencionada correctamente en su etiquetado ([véase el apartado 1.1.4](#)).
3. Por último, en el caso "Pizza Hut Vs Comté"<sup>21</sup>, el Tribunal de Apelación de París recordó en su decisión (28 de febrero de 2017) que la promoción de una DOP en la receta de un producto transformado debe cumplir con reglas estrictas, entre otras, con el principio de que el **producto transformado no debe contener ningún otro "ingrediente comparable"**.

## NOTAS PARTE 1

<sup>1</sup> Reglamento (UE) nº 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32012R1151>

<sup>2</sup> Comisión Europea, (2008), "Libro Verde sobre la calidad de los productos agrícolas: normas de comercialización, requisitos de producción y regímenes de calidad", 3.4. Indicaciones geográficas como ingredientes de productos transformados <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX:52008DC0641>

<sup>3</sup> Evaluación de la política de la PAC en materia de denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones geográficas protegidas (IGP), London Economics noviembre de 2008, <http://londoneconomics.co.uk/blog/publication/evaluation-of-the-cap-policy-on-protected-designations-of-origin-pdo-and-protected-geographical-indications-pgi/>

<sup>4</sup> Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre la política de calidad de los productos agrícolas, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52009DC0234>

DOCUMENTO DE TRABAJO DE LA COMISIÓN que acompaña a la COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES sobre la política de calidad de los productos agrícolas [https://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/ia\\_carried\\_out/docs/ia\\_2009/sec\\_2009\\_0670\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/ia_carried_out/docs/ia_2009/sec_2009_0670_en.pdf)

<sup>5</sup> Reglamento (UE) nº 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32012R1151>

<sup>6</sup> Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne Vs Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co OHG (C-393/16), <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=198044&pageIndex=0&doclang=ES&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=16291477>

<sup>7</sup> El Art. 26 del Reglamento 1169/2011 establece claramente la primacía de las normas específicas sobre el etiquetado de los productos DOP, IGP y ETG en relación con otros productos alimenticios, en lo que respecta a la indicación del país de origen o lugar de procedencia.

<sup>8</sup> Reglamento (UE) nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L\\_.2011.304.01.0018.01.ENG&toc=OJ:L:2011:304:FULL](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2011.304.01.0018.01.ENG&toc=OJ:L:2011:304:FULL)

<sup>9</sup> Comunicación de la Comisión - Directrices sobre el etiquetado de los productos alimenticios que utilizan como ingredientes denominaciones de origen protegidas (DOP) o indicaciones geográficas protegidas (IGP), [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216(01))

<sup>10</sup> En concreto, la solicitud de interpretación prejudicial se refiere al artículo 118 quaterdecies del Reglamento nº 1234/2007, vigente en el momento de los hechos, y al artículo 103 del Reglamento nº 1308/2013, que lo sustituyó con efectos a partir del 1 de enero de 2014.

<sup>11</sup> Directrices para el examen de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (Euipo) <https://guidelines.euipo.europa.eu/binary/1922895/2000000000>

<sup>12</sup> Artículo 7(1) RMUE

<sup>13</sup> Directrices de Examen en la Oficina, Parte B Examen, Sección 4 Motivos de denegación absolutos - Capítulo 10 Marcas en conflicto con denominaciones de origen e indicaciones geográficas (artículo 7, apartado 1, letra j) del RMC).

---

<sup>14</sup> DECRETO LEGISLATIVO 19 novembre 2004, n. 297 - Disposizioni sanzionatorie in applicazione del regolamento (CEE) n. 2081/92, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli e alimentari <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2004-11-19;297!vig=>

<sup>15</sup> Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino legge 238/2016 <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2016-12-12;238!vig=>

<sup>16</sup> Circolare - dg Sviluppo Agroalimentare e Qualità - MipAAF (2007) sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato dei prodotti agricoli o alimentari. <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/b%252Fa%252Fd%252FD.2fe3bec7250507ce1287/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

<sup>17</sup> Circolare - dg Sviluppo Agroalimentare e Qualità - MipAAF sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nella etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato. <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/3%252F2%252F5%252FD.3c80c044216aa507091f/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

<sup>18</sup> \_ Code de la consommation - Artículo R112-7 [https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do;jsessionid=AF6F79C5D2CE6CFF4ED44C3EE2C7C0B2.tplgfr27s\\_2?i dArticle=LEGIARTI000006292768&cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20091009](https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do;jsessionid=AF6F79C5D2CE6CFF4ED44C3EE2C7C0B2.tplgfr27s_2?i dArticle=LEGIARTI000006292768&cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20091009)

<sup>19</sup> \_ Code rural et de la pêche maritime - Artículo L643-1 <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006584783&cidTexte=LEGITEXT000006071367&dateTexte=20070101>

<sup>20</sup> Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 25 novembre 2014, 13-19.870 <https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?idTexte=JURITEXT000029819758&fastReqId=1578813876&fastPos=3&oldAction=rechJuriJudi>

<sup>21</sup> <http://qualite.groupe-cerclevert.fr/pizza-hut-condamne-en-justice-pour-lusage-dun-nom-daop/>

## SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS DE LA ENCUESTA



## 2. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

La segunda parte del estudio trata del **análisis de la encuesta** presentada a las agrupaciones de productores de IG, con el objetivo de **identificar las buenas prácticas y los problemas** relacionados con la mención de un producto IG en la etiqueta de un producto transformado que lo utiliza como ingrediente.

### 2.1 METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DEL PERFIL DE LOS ENCUESTADOS

La encuesta, compuesta por un total de veintiséis preguntas, estaba estructurada en tres partes:

1. La primera se refiere a la información sobre las **agrupaciones de productores de IG y los productos protegidos**;
2. La segunda recoge **datos económicos** sobre los grupos de productores de IG, así como datos referidos al uso de la IG como ingrediente (volumen de producto con IG utilizado como ingrediente, número de empresas que utilizan la IG como ingrediente).
3. Por último, la tercera parte contiene **preguntas cualitativas y abiertas** centradas en las estrategias, las experiencias y los problemas experimentados por las agrupaciones de productores sobre el uso de las IG como ingredientes.

La encuesta fue enviada a los grupos de productores de IG de las regiones socias de AREPO a través de la plataforma de formularios de Google durante unos dos meses (julio y agosto de 2020). **Cien grupos de productores de IG respondieron a la encuesta**, de seis países diferentes, divididos de la siguiente manera: **Francia (44), Italia (34), España (11), Alemania (7), Grecia (2) y Portugal (2)**.

Las respuestas se han analizado diferenciando las preguntas cuantitativas y cualitativas. Además, para permitir una evaluación fiable y objetiva, se ha tenido en cuenta en el análisis el contexto legislativo nacional de los distintos países.

La tabla (3) y la figura (4) que aparecen a continuación muestran en detalle la distribución por país y tipo de producto (DOP/IGP/ETG).

Tabla 3 Participantes en la encuesta divididos por DOP/IGP/ETG (parte 1)

	Francia	Italia	España	Alemania	Portugal	Grecia	Total
<b>DOP</b>	24	20	8	2	1	0	55
<b>IGP</b>	19	14	3	4	1	2	43
<b>ETG</b>	1	0	0	1	0	0	2
<b>Total</b>	44	34	11	7	2	2	100

En general, el 55% de las agrupaciones de productores con IG que participaron en la encuesta representan un producto con DOP, el 43% una IGP y sólo el 2% una ETG.

Las respuestas pueden dividirse en **10 categorías de productos**, a saber Frutas y hortalizas y cereales frescos o elaborados (27), Quesos (22), Carne fresca (15), Vinos (12), Aceites y grasas (7), Productos cárnicos (5), Pan, pastelería, confitería, galletas y otros productos de panadería (3), Otros productos de origen animal (2), Cervezas (1) y Otros productos (6).

Figura 4 Participantes en la encuesta divididos por DOP/IGP/ETG (parte 2 y 3)

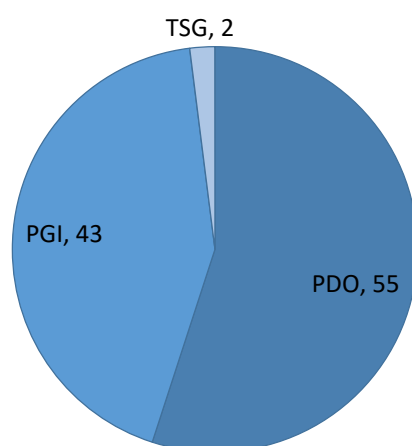
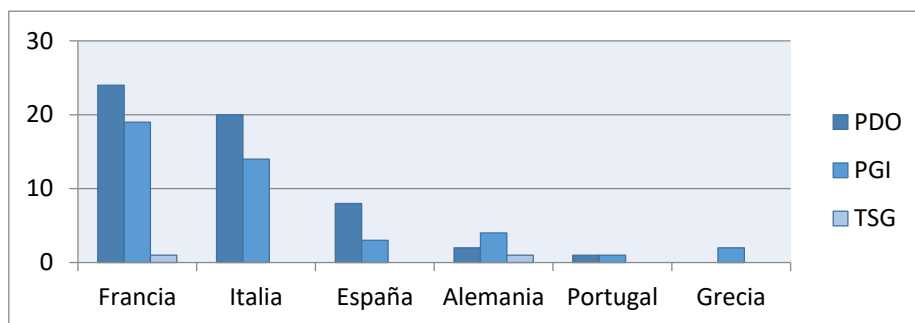
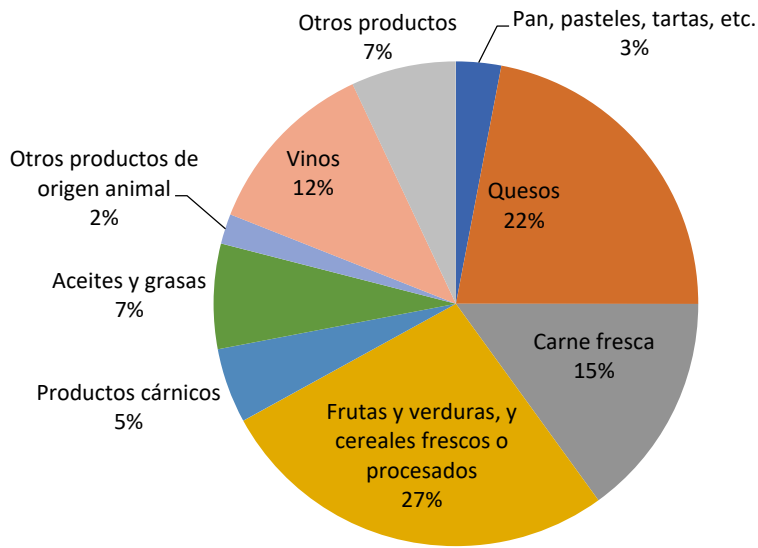


Tabla 4 Participantes en la encuesta divididos por categoría de producto y país (parte 1)

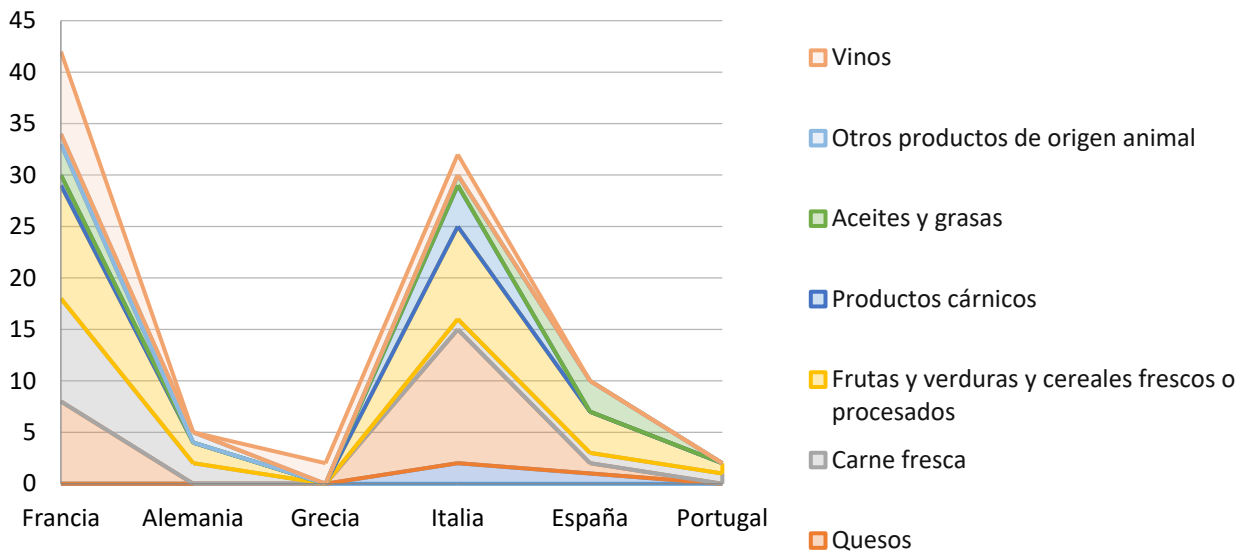
Categoría	Francia	Alemania	Grecia	Italia	España	Portugal	Total
Productos de panadería, pastelería, repostería, galletas y otros productos de panadería	-	-	-	2	1	-	3
Quesos	8	-	-	13	1	-	22
Carne fresca	10	2	-	1	1	1	15
Frutas y verduras, y cereales frescos o procesados	11	2	-	9	4	1	27
Productos cárnicos	1	-	-	4	-	-	5
Aceites y grasas	3	-	-	1	3	-	7
Otros productos de origen animal	1	1	-	-	-	-	2
Vinos	8	-	2	2	-	-	12
Otros productos	2	2	-	2	1	-	7
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>34</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

Figura 5 Participantes en la encuesta divididos por categoría de producto



En general, los productos con IG de frutas y hortalizas son la categoría más numerosa entre los encuestados, seguida de los quesos, la carne fresca y los vinos. Analizando más detalladamente las respuestas de los dos países con mayor número de respuestas, se observa que en el caso de Francia los productos con IG de frutas y hortalizas (11) son seguidos de cerca por la carne fresca (10) y los vinos (8), mientras que en el caso de Italia la mayoría de los encuestados pertenecen al sector de los quesos (13).

Figura 6 Participantes en la encuesta divididos por categoría de producto y país (parte 2)



## 2.2 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

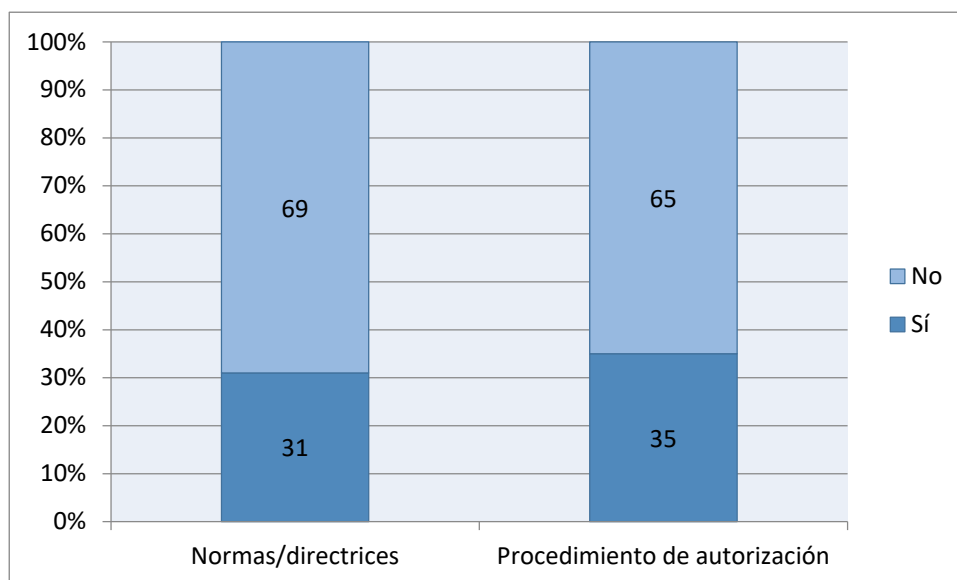
El análisis de la encuesta se centrará en los resultados recogidos en la tercera parte del cuestionario, dedicada a las estrategias de las agrupaciones de productores de IG para proteger sus indicaciones geográficas cuando se utilizan como ingrediente de un producto alimenticio procesado o compuesto.

### DIRECTRICES INTERNAS Y PROCEDIMIENTO DE AUTORIZACIÓN

A la luz del análisis de la reglamentación y a nivel nacional y de la UE, la encuesta tenía por objeto evaluar si la práctica de adoptar **directrices o normas** está extendida entre las agrupaciones de productores de IG de diferentes países. A efectos de este estudio, las "*normas o directrices*" se definen como un documento, interno o público, que especifica y regula el uso de la IG como ingrediente.

Además, para tener una visión completa de la situación, la encuesta también evaluó la existencia de un **procedimiento de autorización** específico para el uso de la IG como ingrediente, independientemente de la existencia de normas o directrices de la agrupación de productores.

Figura 7 Agrupaciones de productores que adoptaron normas o directrices específicas y/o un procedimiento de autorización.



Del total de agrupaciones de productores de IG que respondieron a la encuesta (100), 31 declararon haber adoptado normas o directrices internas relativas al uso de su IG como ingrediente, mientras que 35 confirmaron tener un procedimiento de autorización específico para el uso de la IG como ingrediente.

Para permitir la simplificación y la representación gráfica, las respuestas a esta pregunta se han resumido en "sí" o "no". Al tratarse de una pregunta abierta, la respuesta se considera positiva si el documento o las directrices existen en el momento del análisis en curso. Las respuestas ausentes se consideran negativas (7 en total). Además, la respuesta se ha considerado como negativa si la agrupación de productores ha contestado que la elaboración de normas/directrices internas está en curso pero no se ha completado (4 en total). Asimismo, la respuesta se ha considerado negativa si las agrupaciones de productores declararon seguir las directrices nacionales de su propio país (es decir, la circular del MIPAAF para Italia, o las directrices del INAO y la DGCCRF para Francia) o las directrices de la CE, sin crear normas *ad hoc* basadas en las necesidades específicas del producto con IG protegida.

Tabla 5 Agrupaciones de productores que adoptaron normas o directrices específicas por país.

	Italia	Francia	España	Alemania	Portugal	Grecia	Total
<b>Sí</b>	18	9	4	0	0	0	31
<b>No</b>	16	35	7	7	2	2	69
<b>Total</b>	34	44	11	7	2	2	100

Un análisis de las respuestas por país muestra que **Italia tiene el mayor índice de agrupaciones de productores con IG que han adoptado normas o directrices internas**. Este dato no sorprende, ya que la legislación italiana en la materia establece el derecho y el deber de los consorcios con IG de autorizar el uso de su IG como ingrediente.

Entre las agrupaciones de productores italianas que respondieron a la encuesta, 31 son consorcios reconocidos, mientras que 3 son asociaciones de productores (véase el [Recuadro 1](#)). Estas últimas no adoptaron directrices específicas, ya que no tienen el derecho/deber de autorizar el uso de su IG como ingrediente. De hecho, como se explica en el [apartado 1.2.1](#), en estos casos el propio Ministerio de Agricultura italiano examina directamente las solicitudes de autorización. A efectos de este análisis, sólo se tendrán en cuenta los consorcios.

A modo de recordatorio, aunque el **Decreto Legislativo italiano nº 297 de 2004** establece que es obligación de los consorcios autorizar el uso de la denominación de su IG en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios que contengan dicha denominación como ingrediente, no describe el procedimiento a seguir ni introduce la obligación de adoptar normas/directrices internas para aclarar el procedimiento elegido por cada consorcio. La única obligación que menciona el decreto es que los consorcios lleven un **registro de los usuarios autorizados**.

Por ello, el análisis encontró diferencias entre los consorcios en cuanto a la adopción de normas o directrices internas y, más en general, en cuanto al procedimiento de autorización. En **concreto, más de la mitad de los consorcios italianos que respondieron a la encuesta han elaborado directrices o reglamentos internos (18 de 31)**. Los 13 consorcios restantes que declararon no haber adoptado normas o directrices específicas siguen en general la disciplina establecida por el Ministerio de Agricultura italiano en sus circulares (véase el [apartado 1.2.1](#)).

En un caso concreto, la Farina di Neccio della Garfagnano DOP (harina de castañas), la cuestión se ha **regulado en el pliego de condiciones del producto**. De hecho, en Italia esta era una práctica habitual antes de la publicación de las directrices de la UE sobre el etiquetado de productos alimenticios que utilizan DOP o IGP como ingredientes (2010). Como se explica en el [apartado 1.1.3](#), la Comisión Europea sólo acepta, en circunstancias excepcionales, incluir en el pliego de condiciones del producto con IG disposiciones sobre el uso del nombre de una IG en el etiquetado de otros productos alimenticios, a saber, para resolver una dificultad específica y claramente identificada y siempre que sean objetivas, proporcionadas y no discriminatorias.

En el caso de la Farina di Neccio della Garfagnana DOP, el pliego de condiciones regula la cuestión en el artículo 8. El texto utiliza la redacción del Decreto Legislativo italiano nº 297/2004 original, a saber, para poder utilizar el nombre de la DOP en el etiquetado, la presentación y la publicidad de un producto transformado que utilice la harina como ingrediente:

1. el producto transformado no debe contener ningún ingrediente comparable a la DOP;
2. el procesador debe ser autorizado por el Consorcio.

Para profundizar en el contenido de las directrices o normas internas, se han **analizado 14 documentos**. El cuadro 6 que figura a continuación contiene la lista de las directrices examinadas, divididas por categorías de productos.

Tabla 6 Lista de directrices examinadas divididas por categoría de productos.

Pan, pasteles, tartas, etc. (1)	Quesos (5)	Carne fresca (1)	Frutas y verduras (3)	Productos cárnicos (1)	Aceites y grasas (1)	Otros productos (1)
Piadina Romagnola IGP	Asiago DOP Formaggio Piave DOP Grana Padano DOP Parmigiano Reggiano DOP Provolone DOP	Cinta senese DOP	Pere dell'Emilia Romagna IGP Pesca y pesca en red de Romaña IGP Asparago verde di Altedo IGP	Prosciutto di Parma DOP	Olio Toscano IGP	Aceto tradizionale di Reggio Emilia DOP

Estos documentos pueden clasificarse además según su contenido: **cinco de las catorce directrices<sup>22</sup>** citan total o parcialmente los **criterios definidos por la circular del Ministerio de Agricultura**.

Las otras, en cambio, profundizan en los detalles relativos a las normas impuestas para el uso de la IG como ingrediente. Estas directrices o normas internas establecen criterios adaptados a cada IG, de forma transparente y pública, con el fin de informar al transformador interesado en utilizar la IG en cuestión sobre las normas que debe seguir para solicitar la autorización y mencionar correctamente la IG utilizada como ingrediente en la etiqueta del producto final. Como ya se ha visto en el análisis de la legislación nacional italiana y francesa, estos criterios pueden dividirse en **tres categorías** 1) criterios relativos al **producto**, 2) **criterios gráficos** y 3) **criterios administrativos** relativos al proceso de autorización.

La finalidad de los **criterios relativos al producto** es definir claramente **cómo debe incorporarse la IG como ingrediente en el producto transformado**, estableciendo normas objetivas y claras aplicables por cualquier transformador, forme o no parte de la cadena de suministro de la IG. Se trata de un instrumento utilizado por los consorcios para **controlar la calidad del producto final y asegurar que la IG se utiliza como ingrediente característico** y es percibida por el consumidor.

Como se explica en el [apartado 1.2.1](#), en el que se analiza la legislación italiana, no se incluyen criterios relativos al producto final en el texto actual del Decreto Legislativo nº 297 de 2004. Sin embargo, es una práctica común entre los consorcios adoptar este tipo de criterios. En concreto, entre los 14 documentos analizados, **9 incluyen criterios de producto en sus directrices o normas internas**.

Entre estos criterios, el más común exige que el producto transformado **no contenga ningún otro ingrediente comparable al producto con IG, es decir, de la misma categoría de productos**. Los 9 documentos analizados contienen este criterio. Las directrices de la DOP Cinta Senese son especialmente interesantes, ya que definen con detalle normas específicas para las distintas categorías de productos ([véase el Recuadro 3](#)).

En algunos casos, las directrices van más allá definiendo también la **cantidad mínima** del IG que debe utilizarse como ingrediente (expresada en **porcentaje**)<sup>23</sup> y la **relación cuantitativa** entre la IG y los demás componentes<sup>24</sup>.

#### ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI REGGIO EMILIA DOP

Las directrices definidas por el Consorcio del Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia DOP son bastante singulares al establecer criterios geográficos relativos a la procedencia de otros ingredientes y al lugar de producción y embotellado.

La DOP debe ser el ingrediente característico de los aliños que la utilizan como ingrediente. Es decir, la DOP debe ser el componente exclusivo de su categoría de producto.

La cantidad de la DOP incorporada al producto final no debe ser inferior al 5% del total de los ingredientes, y debe ser acordada por las partes.

Por último, como anticipado, las materias primas distintas del Vinagre Balsámico Tradicional de Reggio Emilia DOP deben proceder exclusivamente de la región de Emilia-Romaña.

En la misma línea, el lugar de producción y embotellado de los productos transformados debe estar dentro de la provincia de Reggio Emilia.

#### RECUADRO 2

Por último, otros criterios de producto encontrados en las directrices analizadas establecen **límites** relativos al uso de **otros ingredientes** en el producto final (por ejemplo, aromas), la **calidad de la IG** utilizada como ingrediente (por ejemplo, la DOP Cinta Senese exige que el producto utilizado como ingrediente no haya sido sometido a ningún proceso de congelación/descongelación) y la **procedencia** de otros ingredientes (véase el recuadro 2 sobre la DOP Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia).

Los **criterios gráficos** definen cómo hacer referencia a una IG en el etiquetado, la presentación o la publicidad de un producto compuesto, preparado o transformado. Los 14 documentos analizados incluyen estos criterios, que siguen los requisitos definidos por el MIPAAF ([véase el apartado 1.2.1](#)).

Por lo tanto, estos criterios describen con detalle cómo debe escribirse el nombre de la IG utilizada como ingrediente en la etiqueta del producto final (tamaño y tipo de letra del carácter, posición en la etiqueta). Algunas de las directrices también definen meticulosamente qué expresiones pueden utilizarse y cómo. El consorcio de la DOP Cinta Senese, por ejemplo, describe en las directrices cuándo y cómo pueden utilizarse las expresiones "de" y "con" Cinta Senese DOP (para más detalles, consulte el [recuadro 3](#)).

Tal y como decidió el MIPAAF, todas las directrices reiteran la **prohibición de utilizar los logotipos de las IG de la UE** en el producto final. No obstante, algunos consorcios han elaborado un **logotipo específico** para ser utilizado en los productos transformados que utilizan su IG como ingrediente. Este tema se analizará en detalle en el [siguiente apartado](#).

Finalmente, el último criterio se refiere a las obligaciones administrativas y legales y se analizará desde la perspectiva del

proceso de **autorización**. Entre los 34 encuestados italianos, 23 han declarado haber adoptado un procedimiento de autorización. Los 18 consorcios que declararon haber adoptado directrices también han definido un procedimiento de autorización. Además, hay 5 consorcios que han adoptado un procedimiento de autorización, aunque no tengan directrices internas.

Los 8 consorcios restantes que declararon no haber adoptado un procedimiento de autorización específico siguen en general la disciplina establecida por el Ministerio de Agricultura italiano en sus circulares (véase el [apartado 1.2.1](#)) y deciden **caso por caso**.

El análisis de las directrices disponibles permite conocer mejor las principales características del procedimiento de autorización. De hecho, los criterios administrativos o jurídicos esenciales están presentes en los 14 documentos recibidos.

En los casos analizados, la autorización la concede el consorcio al transformador mediante la firma de un **acuerdo**, en el que se definen los compromisos que deben cumplir los transformadores. Además de los criterios gráficos y de producto, los requisitos administrativos más comunes se inspiran en la circular MIPAAF (véase el [apartado 1.2.1](#)) y se comprometen a:

- Asegúrese de que el producto con IG se adquiere de un proveedor o envasador que ha sido verificado bajo el sistema de control del esquema de calidad.
- **Registrar la cantidad de producto con IG utilizada** en el producto compuesto para demostrar, a petición del Consorcio, que dicha cantidad corresponde a la cantidad de producto con IG.
- **Registrar mensualmente el número de envases de producto transformado producidos.**
- Aceptar los controles e inspecciones que el Consorcio pretende realizar tanto a nivel de empresa como con los proveedores, sobre el correcto uso de la IG;
- Presentar al Consorcio las etiquetas y/o envases y sus posteriores modificaciones, con el fin de verificar el correcto uso de la IG;
- Comunicar la **ubicación de la planta donde se realizará la producción**, así como cualquier cambio posterior.
- Declarar que, antes de la transformación, el **producto con IG se almacenará por separado de otros productos** pertenecientes a la misma categoría.
- Declarar que la **autorización concedida no será transferida**, ni siquiera en subconcesión, a terceros.

Además, el acuerdo suele incluir las modalidades y plazos para **renovar la autorización**, así como su **retirada**, si el transformador no respeta todas las cláusulas impuestas por el consorcio.

En algunos casos, el proyecto de acuerdo se refiere explícitamente a una **contribución financiera o un reembolso** que debe pagar el transformador al consorcio. Algunos consorcios justifican la solicitud de este importe como un aumento de los costes de funcionamiento y gestión de sus actividades ordinarias, incluidas las actividades de vigilancia del etiquetado de los productos transformados. Esta contribución puede ser una tasa administrativa anual fija<sup>25</sup>, un reembolso de los gastos de control realizados por el organismo de inspección certificado sobre los productos finales transformados<sup>26</sup>, o una suma calculada sobre la cantidad total de la IG utilizada en el producto transformado<sup>27</sup>.

Como se preveía, los demás países tienen un menor índice de respuestas positivas en lo que respecta a la adopción de directrices/normas internas y a la definición del procedimiento de autorización. En particular, sólo 9 agrupaciones **francesas** de productores de IG (organismes de défense et de gestion - ODG), de un total de 44, confirmaron haber adoptado directrices sobre el uso de la IG como ingrediente en productos alimentarios transformados. Además, sólo 6 ODG declararon haber desarrollado una autorización para utilizar la IG como ingrediente. En las siguientes páginas se analizarán en profundidad **tres casos prácticos**: [la ETG Lait de foin](#), [la IGP Canard à foie gras du Sud-Ouest](#) y [la DOP Comté](#).

Entre los 11 encuestados de **España**, sólo 4 agrupaciones de productores de IG (Consejos Reguladores) confirmaron haber adoptado directrices o normas internas, mientras que 6 declararon haber desarrollado un procedimiento de autorización.

Por último, **ninguna de las agrupaciones de productores con IG de Grecia, Portugal y Alemania** que participaron en el cuestionario adoptó directrices ni un procedimiento de autorización en relación con el uso de las IG como ingredientes en los productos transformados.



Reconocida a nivel de la UE en 2012, la DOP Cinta Senese se refiere a todas las partes comestibles obtenidas de las canales de cerdos pertenecientes a la raza Cinta Senese, nacidos, criados y sacrificados en Toscana según el correspondiente pliego de condiciones. Más concretamente, la zona de producción comprende los territorios administrativos de la Región de Toscana que alcanzan una altitud máxima de 1.200 metros sobre el nivel del mar.

Como carne fresca, la DOP Cinta Senese es un producto muy versátil y puede utilizarse no sólo en su forma cruda, sino también como ingrediente de una amplia gama de productos preparados, procesados o compuestos. De hecho, el sector de los procesados representa un mercado fundamental para la DOP.

De acuerdo con las disposiciones de la legislación italiana ([decreto legislativo n. 297/2004](#)), el Consorcio ha elaborado unas directrices específicas para la concesión de la autorización para mencionar la DOP en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos transformados que la utilizan como ingrediente. En particular, estas directrices describen tanto las características del producto transformado como los requisitos gráficos previos.

En cuanto a los requisitos para los productos finales transformados, el Consorcio ha considerado 3 categorías de productos que pueden utilizar la DOP como ingrediente (embutidos, pastas rellenas y productos distintos de los embutidos y las pastas rellenas), estableciendo para cada una de ellas las condiciones que deben cumplirse para obtener la autorización (para más detalles, véase la [tabla 7](#)).

Tabla 7 Lista de requisitos para los productos finales transformados por categoría de producto.

Carnes curadas	Pasta rellena	Productos distintos de los embutidos y las pastas rellenas	
La DOP Cinta Senese debe ser el único ingrediente cárnico	La DOP Cinta Senese debe ser el único ingrediente cárnico  Excepción: carne fresca que no sea de cerdo	La DOP Cinta Senese debe ser el único ingrediente cárnico	La DOP Cinta Senese debe ser el único ingrediente cárnico  Excepción: carne fresca que no sea de cerdo  Al menos el 50% (en peso) del total de cortes utilizados

La DOP Cinta Senese utilizada no ha sido congelada ni ultracongelada.

*Fuente: Directrices para la utilización de la DOP "Cinta Senese" en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos compuestos, elaborados o transformados (Linee Guida per l'uso della DOP "Cinta Senese" nell'etichettatura, nella presentazione e nella pubblicità di prodotti composti, elaborati o trasformati ai sensi dell'articolo 1, comma 1, lettera "C" del Decreto Legislativo n. 297/2004).*

Entre los criterios que se aplican a las tres categorías de productos transformados, el Consorcio exige que la **DOP Cinta Senese esté presente como único ingrediente cárnico**. La presencia de otros productos cárnicos sólo se acepta en el caso de las pastas rellenas y de los productos distintos de los embutidos y las pastas rellenas (*véase la tabla*), respetando únicamente la condición de que no pueda utilizarse en cantidades superiores a la DOP Cinta Senese.

Para lograr un equilibrio entre la necesidad de proteger la DOP de posibles abusos y la necesidad vital de promover su valorización en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos transformados y compuestos, el Consorcio ha optado por no especificar una cantidad mínima como condición para obtener la autorización. Por lo tanto, es responsabilidad del operador evaluar caso por caso si la cantidad incorporada al producto final es suficiente para considerar la DOP como un ingrediente caracterizador esencial y, en consecuencia, para justificar la mención de la DOP en la etiqueta del producto, de acuerdo con el Reglamento de la UE 1169 sobre información al consumidor (artículo 7). La autorización del Consorcio, por tanto, sólo certifica que la etiqueta, la presentación o la publicidad se

ajustan a las directrices mencionadas y no al resto de los principios establecidos por la legislación sobre información alimentaria a los consumidores.

Un segundo criterio contenido en las directrices relativas a las características del producto exige que la **DOP Cinta Senese utilizada como ingrediente no haya sido sometida a ningún proceso de congelación o ultracongelación.**

La segunda parte de las directrices se centra en los criterios de carácter gráfico. El documento va más allá de los criterios contenidos en las circulares del MIPAAF, llegando a regular el uso de varias fórmulas: "**de Cinta Senese DOP**" y "**con Cinta Senese DOP**".

Los operadores interesados en obtener la autorización deben firmar previamente un acuerdo con el Consorcio en el que se comprometen a respetar las condiciones establecidas en las directrices y a someter sus etiquetas a la autorización del Consorcio.

Además de cumplir con los métodos gráficos descritos en las directrices, los operadores deben integrar la referencia a la DOP "Cinta Senese" colocando en el envase del producto final el sello proporcionado por el propio Consorcio. Se trata de un sello que incorpora el logotipo que identifica la DOP (según el art. 9 del pliego de condiciones) y un código alfanumérico que permite identificar los cerdos de los que procede la materia prima utilizada en el producto final.



Figura 8 Sello para productos compuestos, procesados o transformados que no están contenidos en latas.



Figura 9 Sello para productos compuestos, elaborados o procesados en latas.



Figura 10 Sello para jamones

**Fuente:** Directrices para la utilización de la DOP Cinta Senese en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos compuestos, preparados o transformados

El siguiente cuadro resume, para cada producto, el **número de empresas que utilizan la IG como ingrediente, así como el número de permisos concedidos en 2019**, cuando los datos están disponibles (solo treinta y dos agrupaciones de productores respondieron con un número preciso). Los productos se enumeran en orden ascendente según el número de permisos concedidos en 2019.

Tabla 8 Número de empresas que utilizan la IG como ingrediente y número de permisos concedidos en 2019.

País	DOP, IGP o STG	Nombre del producto	N empresas que utilizan la IG como ingrediente	Permisos concedidos en 2019
Francia	DOP	Agneau du Quercy	171	-
Francia	IGP	Charolais de Bourgogne	2	-
Francia	DOP	Crémant de Bourgogne	1	1
Francia	DOP	Fourme d'Ambert	6	-
Francia	DOP	Laguiole	1	-
Francia	TSG	Lait de foin	7	14
Francia	IGP	Landes	-	14
Francia	DOP	Oignon doux de Cévennes	5	-
Francia	IGP	Petit épeautre de Haute Provence	1	-
Francia	DOP	Porc Noir de Bigorre & Jambon Noir de Bigorre	5	-
Francia	DOP	Pruneaux d'Agen	26	-
Francia	IGP	Rosée des Pyrénées Catalanes		42
Francia	IGP	Sel de Salies de Bearn	60	34
Francia	IGP	Veau d'Aveyron et du Ségala	10	3
Alemania	IGP	Münchner Bier	4	-
Alemania	DOP	Spalt Spalter	200	-
Alemania	IGP	Schwäbisch-Hällisches Qualitätsschweinefleisch g.g.A.	276	-
Alemania	IGP	Weideochse vom Limpurger Rind g.U.	5	-
Alemania	DOP	Filderkraut/Filder-Spitzkraut	2	-
Italia	IGP	Aceto Balsamico di Modena	113	1076
Italia	DOP	Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia	0	0
Italia	DOP	Asiago	31	35
Italia	IGP	Asparago verde de Altedo	1	1
Italia	DOP	Bitto	2	2
Italia	IGP	Bresaola della Valtellina	3	10
Italia	IGP	Cantuccini Toscani	1	-
Italia	DOP	Cinta senesa	70	112
Italia	DOP	DOC Colli Berici, DOC Vicenza	1	1
Italia	DOP	Fontina	21	44
Italia	DOP	Formaggio Piave	4	6
Italia	DOP	Gorgonzola	184	184
Italia	DOP	Grana Padano	39	43
Italia	IGP	Marrone del Mugello	4	-
Italia	DOP	Parmigiano Reggiano	400	200
Italia	DOP	Pecorino Toscano	3	3
Italia	IGP	Pera dell'Emilia-Romagna	3	4

Italia	IGP	Pesca y pesca submarina en Romaña	5	10
Italia	IGP	Piadina Romagnola	3	7
Italia	DOP	Prosciutto di Parma	10	37
Italia	DOP	Provolone Valpadana	8	8
Italia	DOP	Quartirolo Lombardo	4	4
Italia	IGP	Radicchio di Chioggia	6	-
Italia	IGP	Scalognò di Romagna	7	-
Italia	DOP	Taleggio	22	28
Italia	IGP	Toscano	13	33
Italia	DOP	Valtellina Casera	2	-
España	DOP	Cereza del Jerte	2	2
España	IGP	Pa de Pagès Català	1	1
España	IGP	Patates de Prades	1	1
España	DOP	Pera de Lleida	1	1
España	DOP	Pimentón de La Vera	7	7

#### LAIT DE FOIN TSG

#### RECUADRO 4

La especialidad tradicional garantizada (ETG) Leche de Heno fue reconocida por la UE en marzo de 2016, tras la solicitud de la Asociación Austriaca de Heumilch. Una ETG es un producto o alimento vinculado al saber hacer y a la tradición, pero no necesariamente a una zona de producción restringida, como ocurre con las DOP y las IGP. Así, la ETG utilizada por primera vez en Austria, a partir de 2019 se ha aplicado activamente en Francia (*Lait the foin*) a todos los productos lácteos que siguen los métodos de producción descritos en el pliego de condiciones aprobado por la UE<sup>28</sup>.

La [asociación de productores de Lait de foin](#), creada en 2016 y acreditada por el INAO en 2018, tiene como objetivo crear un sector de producción diferente en el país, para diferenciar la leche de heno de otros tipos de leche. Se ha encargado de aplicar el pliego de condiciones del producto, así como de redactar un plan de control específico para la ETG en Francia. La asociación no es un agente económico directo, pero representa a los productores de leche de heno certificados y establecidos en Francia<sup>29</sup>. Además, en su calidad de organización para la defensa y la gestión (ODG) de la especialidad tradicional garantizada de la leche de heno en Francia, la Asociación Lait de foin se encarga de la defensa y la promoción de este producto y gestiona las solicitudes de certificación de los productores asociados.

La asociación Lait de foin ha colaborado en el pasado con la agrupación de productores austriacos con el fin de crear los estatutos y la estructura de la organización, así como de aplicar el pliego de condiciones del producto en Francia. Además, la asociación Lait de foin creó y registró un logotipo de marca específico para los productos lácteos del heno ([véase la figura 12](#)).

Los productores de leche cruda, así como los transformadores y elaboradores, deben solicitar una autorización y firmar un acuerdo para poder utilizarlo en sus productos transformados. La asociación examina el etiquetado del producto final para comprobar que el logotipo se utiliza respetando las normas de etiquetado pertinentes.

La Asociación Lait de foin ha recogido y descrito claramente las normas de etiquetado existentes en un documento que contiene las directrices relativas al uso de su logotipo para el producto transformado que utiliza la ETG de leche de heno como ingrediente. Estas directrices se inspiran en el documento creado por el consorcio austriaco de la leche de heno relativo al etiquetado "Information zur Erstellung von Kennzeichnungsetiketten gemäß der Lebensmittelinformationsverordnung" y se definen siguiendo los principios del INAO y la DGCCRF ([véase el apartado 1.2.2](#)).

En particular, para recibir la autorización de uso del logotipo "Lait de foin", así como para poder mencionar el nombre de la ETG en un producto transformado que contenga la leche de heno como ingredientes, deben respetarse algunas condiciones relativas a las características de los productos finales:

1. En primer lugar, la leche de heno **debe ser la única leche contenida en el producto procesado**, para evitar el uso de ingredientes comparables. Así, toda la leche utilizada en el producto final debe estar certificada como leche de heno ETG;

2. En segundo lugar, la leche de heno debe estar presente en una **cantidad suficiente** para conferir sus características esenciales al producto final.

Si se respetan estas condiciones, el logotipo de la marca y el nombre de la ETG pueden incluirse en el etiquetado del producto transformado, siempre que se cumplan los criterios gráficos establecidos por las directrices de la UE, así como los principios del INAO y la DGCCRF.

La asociación controla el etiquetado de los productos para verificar el uso correcto del logotipo y el nombre de la ETG. Informa a los transformadores sobre las normas de etiquetado que deben seguir para evitar posibles errores.

Si no se cumplen algunas de estas condiciones, la denominación "Lait de foin" sólo puede incluirse en la lista de ingredientes.



Figura 11 Logotipo de la marca registrada por la asociación de productores de lait de foin.



Figura 12 Productos elaborados con el logotipo de la marca "Lait de foin" para destacar la presencia de la leche de heno ETG como ingrediente

## UTILIZACIÓN DE LOGOTIPOS EN LOS PRODUCTOS TRANSFORMADOS

Como se anticipó en el análisis relativo a la legislación nacional, en Italia y Francia está prohibido el uso de los logotipos de las IG de la UE y de las ETG en los productos transformados. No obstante, para dar más visibilidad a las IG utilizadas como ingrediente en el envase del producto transformado, algunas agrupaciones de productores con IG (17 más de 100) exigen a los transformadores que utilicen un logotipo específico.

En algunos casos, la agrupación de productores de la IG autoriza a los transformadores a utilizar el logotipo de la marca de la IG registrado en el pliego de condiciones, mientras que otros han creado un logotipo específico para los productos transformados. Este último es el caso de la DOP Cinta Senese ([véase el recuadro 3](#)), la IGP Canard à foie gras du Sud-Ouest, que ha desarrollado una marca colectiva destinada a la valorización de la IGP utilizada como ingrediente en los productos transformados ([véase el recuadro 6](#)), y la IGP Schwäbisch-Hällisches Qualitätsschweinefleisch (carne de cerdo).

Las figuras siguientes muestran algunos ejemplos de logotipos de marcas de IG utilizados en el producto final procesado para destacar la presencia de la IG específica como ingrediente.



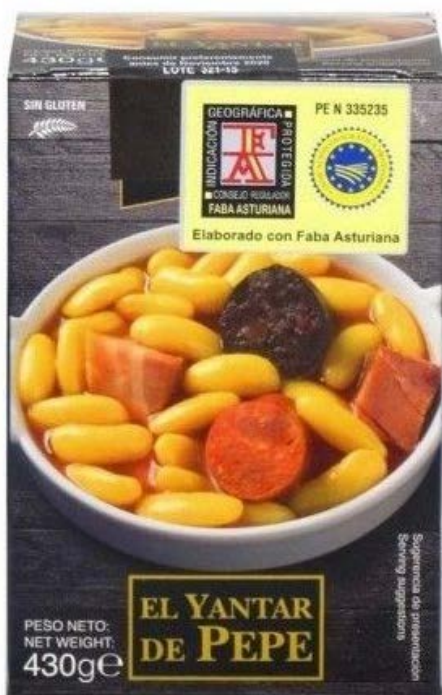


Figura 13 Lasagne alla Bolognese con Grana Padano DOP. Fuente: <https://www.findus.it/la-nostra-gamma/primi-piatti/pasta-e-riso/lasagne-alla-bolognese> (consultado el 28/04 21)



Figura 14 Logotipo de Parmigiano Reggiano para productos transformados. Fuente: <https://www.canuti.com/en/product/delizie-with-parmigiano-reggiano/> (consultado el 28 de abril de 2021)

Figura 15 Pesto alla Genovese con Parmigiano Reggiano DOP. Fuente: <https://www.barilla.com/en-sq/products/sauces/barilla-pesto-alla-genovese> (consultado el 28/04/21)



Mientras que en Italia y Francia el uso de los logotipos de las IG de la UE en los productos transformados está prohibido por la legislación nacional vigente, otros países de la UE están abiertos a esta práctica, si sigue las directrices de la CE y, por lo tanto, si no corre el riesgo de confundir al consumidor. La figura 16 muestra un ejemplo: un guiso de judías de Asturias elaborado con Faba Asturiana IGP. El envase del producto muestra una etiqueta amarilla que destaca que el producto elaborado está hecho con Faba Asturiana IGP. Además, la etiqueta muestra el logotipo oficial de la UE de la IGP, asociado al logotipo de la marca de la IGP.

Figura 16 Guiso de alubias de Asturias elaborado con Faba Asturiana IGP. Fuente: <https://www.aqu-conservas.com/platos-preparados/fabada-asturiana-el-yantar-de-pepe-430gr.html> (consultado el 28/04/21)

El Comté DOP es un queso de leche cruda de pasta cocida y prensada. Se produce en Francia, en la región montañosa del Macizo del Jura, situada principalmente en Bourgogne-Franche-Comté. Registrado como DOP en 1996, su producción se remonta al siglo XIII. Es el primer queso DOP por producción en Francia (para más información, [consulte el sitio web del Comté](#)).

La reputación del Comté es de larga data y llega también a los mercados y consumidores internacionales. Por ello, la DOP se ha utilizado ampliamente como ingrediente de productos transformados. De hecho, a lo largo de los años, el *Comité Interprofesional de Gruyère y Comté* (CIGC) ha colaborado con muchas empresas y también ha participado en juicios por el uso indebido de su DOP como ingrediente. Por ello, el CIGC ha considerado esencial definir criterios estrictos para los transformadores que deseen mencionar el nombre de la DOP en la denominación comercial de un producto transformado o compuesto, con el fin de proteger su reputación.

En particular, de acuerdo con las directrices de la Comisión Europea y las del INAO, el CIGC exige que se cumplan los siguientes criterios:

1. El Comté, transformado en su estado crudo, debe ser el **único ingrediente quesero** del producto transformado o compuesto: no se admiten ingredientes comparables;
2. La expresión que debe utilizarse en la denominación comercial del producto transformado o compuesto es **"au Comté" (con Comté)**;
3. El **porcentaje** de Comté utilizado como materia prima debe indicarse justo después de la denominación Comté (o Comté DOP);
4. El **tamaño** de la palabra "Comté" debe ser inferior a 2/3 de los caracteres más grandes del envase;
5. La denominación Comté **no puede utilizarse** en la designación comercial de **aditivos alimentarios e intermedios industriales** (por ejemplo, en polvo, congelados, extruidos, fundidos, aromatizados, etc. ....). Además, no puede utilizarse en la denominación comercial de platos preparados que incorporen aditivos alimentarios e intermedios industriales;
6. La etiqueta y el envase del producto transformado o compuesto que contenga DOP Comté como ingrediente **no pueden reproducir el logotipo de Comté ni el logotipo oficial de la DOP de la UE**. No obstante, pueden incluir una imagen de Comté (entero o cortado) con su etiqueta visible que contenga el logotipo de la DOP y el de Comté (véase el [ejemplo mostrado en la figura 17](#)). Para evitar una comunicación incorrecta, no se permiten imágenes en primer plano que muestren el logotipo de la DOP y el de Comté.

En 2011 y 2013, McDonald creó un menú especial denominado "*Grandes Envies de Fromage*" en colaboración con varias agrupaciones de productores con IG, entre ellas el CIGC. Para ello, McDonald y el CIGC estipularon un acuerdo de colaboración con el fin de definir claramente la cantidad de Comté que debía utilizarse en la hamburguesa, así como las normas de etiquetado para mencionar la DOP en el envase, la presentación y la publicidad del producto final.

El Comté DOP era el único queso presente en la hamburguesa y representaba alrededor del 10% del peso total del producto final, con una loncha de 25 gramos más 5 gramos de salsa<sup>30</sup>. Cada paso, desde la comunicación hasta el envasado final, se definió en estricta colaboración con el CIGC, para respetar todas sus condiciones. Para el CIGC fue una estrategia eficaz para atraer a los consumidores jóvenes y acceder a una nueva salida al mercado.

En otro orden de cosas, en 2013, Pizza Topco (el franquiciado principal exclusivo de Pizza Hut Delivery en Francia) produjo cinco pizzas diferentes denominadas "*Sensation Comté*" y que contenían una mezcla de diferentes quesos. Entre ellos, el Comté DOP representaba un porcentaje variable del peso total de los quesos utilizados como ingredientes, que oscilaba entre el 20,91% y el 67,05%. En un primer momento, el CIGC informó a Pizza Topco mediante una comunicación escrita formal de que para poder mencionar el Comté en el envase, la presentación y la publicidad de las pizzas, el DOP debería haber sido el único queso utilizado como ingrediente.

La empresa se negó a cumplir esa norma, por lo que el CIGC interpuso un recurso ante el Tribunal de Gran Instancia de París con el apoyo del INAO. El 28 de febrero de 2017, el Tribunal de Apelación de París confirmó la sentencia dictada

en 2015 por el Tribunal de Grande Instance de París. En particular, el Tribunal de Apelación recordó que el uso del nombre de una DOP en la publicidad de un producto compuesto que contenga la DOP como ingrediente debe cumplir normas estrictas. A saber, el producto elaborado **no debe contener ningún otro "ingrediente comparable" y la IG debe ser un ingrediente característico del producto final.**

Al no poder demostrarse que el Comté atribuyera una característica esencial al producto final y debido a la mezcla con otros quesos, el Tribunal de Apelación dictaminó que Pizza Topco no tenía derecho a utilizar el nombre de la DOP en la publicidad de sus pizzas. Pizza Topco cometió una falta, al apropiarse indebidamente y debilitar la reputación de la DOP Comté. Así, la empresa fue condenada a pagar 150.000 euros al INAO y al CIGC en concepto de indemnización por los daños sufridos.

El caso de Pizza Topco muestra cómo, en ausencia de una legislación vinculante nacional y de la UE, las agrupaciones de productores de IG no disponen de herramientas para controlar a los transformadores. No tienen que autorizar a los transformadores (el caso de McDonald's es una excepción basada en la buena voluntad de la multinacional), por lo que dependen de la buena voluntad de las empresas transformadoras y de los controles a posteriori, que son muy caros y, por tanto, no pueden realizarse de forma sistemática, sino sólo como controles puntuales.

Basándose en estas experiencias pasadas, el CIGC considera fundamental aumentar el nivel de protección de la DOP cuando se utiliza como ingrediente, codificando formalmente los criterios descritos anteriormente en el pliego de condiciones. Así, en 2019 el CIGC ha solicitado una [revisión del pliego de condiciones del Comté](#)<sup>31</sup>, que actualmente está siendo examinada por el INAO. De aprobarse esta modificación, tendrá un impacto considerable, ya que los transformadores y procesadores estarán obligados a seguir las normas establecidas en el pliego de condiciones, y estarán sujetos al sistema de control de Comté, como los productores. Esta estrategia podría desincentivar a los transformadores que quieran utilizar la DOP como ingrediente, con la consiguiente pérdida de oportunidades para los productores de Comté. No obstante, el CIGC ha sopesado esta posibilidad y ha optado por abordar el mayor riesgo de uso indebido y evasión.

Además, como miembro del *Conseil national des appellations d'origine laitières* (CNAOL), el CIGC está debatiendo con otros miembros la posibilidad de crear un sistema cooperativo de vigilancia y control para comprobar, entre otras cosas, la correcta utilización de los quesos con DOP como ingrediente. Esto daría la posibilidad de controlar más sistemáticamente los productos transformados, compartiendo al mismo tiempo el coste de la actividad de vigilancia.

Estas prácticas tienen por objeto reforzar las competencias del CIGC en materia de protección de la DOP contra cualquier uso indebido o evasión.



Figura 17 Quenelles elaboradas con Comté AOP.

Fuente: <https://catalogue.organic-alliance.com/produit/quenelles-au-comt%C3%A9-A9-x-4> (consultado el 28/04/21)



## CANARD A FOIE GRAS DU SUD-OUEST (CHALOSSE, GASCOGNE, GERS, LANDES, PERIGORD, QUERCY) IGP

### RECUADRO 6

Registrada a nivel de la UE en el año 2000, la IGP Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy) reúne una amplia gama de productos crudos y transformados, procedentes de patos criados, alimentados a mano, despiezados, transformados y envasados en el suroeste de Francia, concretamente en la mitad de las regiones de Nouvelle-Aquitaine y Occitanie.

En particular, la zona de origen abarca todas las cuencas tradicionales de cría, alimentación manual y transformación del foie gras: Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord y Quercy. Para poder mencionar en la etiqueta una de estas zonas geográficas específicas, los productos deben proceder de patos criados, alimentados a mano, despiezados, transformados y envasados en la zona geográfica en cuestión.

La Asociación para la defensa y promoción de los productos de foie gras del suroeste de Francia (PALSO) ha creado varias marcas colectivas privadas para identificar con precisión la zona de origen. La presencia de uno de estos logotipos en un producto garantiza que procede de un pato criado y transformado en la zona geográfica indicada.

Figura 18 Marcas colectivas privadas creadas por PALSO para identificar con precisión la zona de origen.

Fuente: <http://www.foie-gras-du-sud-ouest.fr/IGP/> (consultado el 28/04/21)



Como se ha anticipado, la peculiaridad de esta IGP es que el pliego de condiciones abarca dos categorías diferentes de productos:

**Carne fresca y despojos:** pato entero (con o sin hígado) y canal eviscerado, foie gras, magret, muslo, aiguillette, corazón, manchón, molleja;

**Productos cárnicos:** foie gras entero, foie gras, bloque de foie gras (con o sin trozos), magret (seco o ahumado), confit (alas, muslos, pechugas de pato, manchón, mollejas).

Dada la notoria reputación y la variedad de productos cubiertos por la IGP, PALSO ha definido, en colaboración con el INAO y la DGCCRF, normas y directrices para su uso como ingrediente al margen del pliego de condiciones. Sobre la base de estas normas, PALSO ha registrado marcas colectivas que sólo pueden ser utilizadas por los transformadores miembros de la Asociación. Los logotipos utilizados para las marcas colectivas se basan en el diseño gráfico de los logotipos geográficos (véase la figura 19) con la adición de la mención "A base de" (producto que contiene).



Figura 19 Logotipo "A base de" Canard du Sud-Ouest. Fuente: PALSO.

Cabe señalar que hoy en día la IGP Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy) representa más del 50% de la producción francesa de foie gras. Por ello, la mayoría de las empresas de transformación están situadas en la zona de producción de la IGP. Además, muchas de ellas son miembros de PALSO y elaboran tanto productos cárnicos con la certificación de la IGP como productos transformados que utilizan la IGP como ingrediente.

Por ello, PALSO optó por reservar las marcas colectivas a sus miembros para ofrecerles un instrumento más de promoción y valorización, así como para mantener un estricto control y un sistema de trazabilidad eficaz con la cadena de suministro.

Para utilizar las marcas colectivas y los respectivos logotipos, los transformadores deben cumplir las siguientes normas de etiquetado:

1) En primer lugar, la denominación registrada "Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy)" debe figurar en la lista de ingredientes (con el mismo tipo de letra y tamaño que los demás ingredientes) o después de la lista de ingredientes, en forma de referencia

1.a en asociación con los ingredientes cubiertos por la IGP;

1.b en asociación con los ingredientes diferentes de los cubiertos por la IGP, pero que resultan al 100% de un pato que se beneficia de la IGP.

2 ) En segundo lugar, el porcentaje de carne y/o despojos y/o grasa de pato con IGP incluido como ingrediente debe indicarse en la lista de ingredientes.

3 ) En tercer lugar, el término geográfico "*Sud-Ouest*" no debe utilizarse en la denominación legal o comercial del producto transformado, si es comparable a una denominación de producto cubierta por el pliego de condiciones de la IGP. No obstante, incluso en este caso, el producto transformado en cuestión puede utilizar la marca colectiva.

En cambio, se autoriza la utilización del término geográfico "*Sud-Ouest*" en la denominación legal o comercial del producto transformado, si no es comparable a los contemplados en el pliego de condiciones de la IGP, en las siguientes condiciones

**3.1 Puede utilizarse para designar el producto alimenticio, si el 100 % de las carnes y/o despojos de pato utilizados en el producto alimenticio se benefician de la IGP.**

Ejemplo (véase la figura 20): Magret de canard du Sud-Ouest relleno de foie gras de canard du Sud-Ouest - Ingredientes: pechuga de pato (especificar %), foie gras de pato del suroeste\* (especificar %), sal, pimienta. \*Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy).



Figura 20 Magret du Canard du Sud-Ouest fourré au Foie Gras de Canard. Fuente: <https://www.maison-occitane.com/fr/produit/magret-de-canard-du-sud-ouest-fourre-au-foie-gras-de-canard-20.php> (consultado el 28/04/21)

**3.2 Puede utilizarse para designar específicamente uno de los ingredientes del pato de un producto transformado, si está estrictamente asociado al nombre del ingrediente que se beneficia de la IGP.**

Ejemplo: Cassoulet au confit de canard du Sud-Ouest (véase la figura 21). Ingredientes: alubias, confit de manchons de canard du Sud-Ouest\*(especificar %), grasa, sal, pimienta. \*Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy).



Figura 21 Cassoulet au confit de canard du Sud-Ouest. Fuente: PALS0.

**3.3 Puede utilizarse como mención "au canard du Sud-Ouest", si el producto final contiene ingredientes procedentes de un pato con IGP.**

Para no inducir a error a los consumidores, está prohibido disociar las marcas colectivas de los productos elaborados con ingredientes que se benefician de la IGP.

Por último, se prohíbe el uso del logotipo europeo en los productos transformados que utilizan la IGP. PALS0 está en contra de esta práctica, ya que podría confundir al consumidor final. Dado que la IGP incluye también productos transformados, el consumidor no podría distinguir entre los productos transformados cubiertos por el pliego de condiciones o los productos transformados que utilizan la IGP como ingrediente fuera del pliego de condiciones.

Para garantizar el respeto de estas normas de etiquetado, los transformadores deben presentar las etiquetas y los envases a la PALS0 para obtener su aprobación y autorización.

Para ello, deben llevar un registro de todos los documentos relativos a la IGP utilizada como ingrediente. En particular, llevar un registro de existencias es fundamental cuando se realiza un control para comprobar la correspondencia entre la cantidad de IGP utilizada como ingrediente y la cantidad del producto final.

Gracias a este sistema de seguimiento y control, PALS0 ha establecido una sólida trazabilidad a lo largo de la cadena de suministro.

Por otro lado, los transformadores externos pueden utilizar la IGP como ingrediente en el producto transformado. Para ello, deben seguir las mismas normas de etiquetado. Sin embargo, al ser imposible someterlos a los mismos controles, no pueden utilizar las marcas colectivas.

De hecho, los transformadores externos sólo se someten a controles antifraude si se denuncia un producto que no se ajusta a las directrices definidas por PALS0. Dado que el coste de un sistema de control estructurado para identificar estos usos indebidos por parte de los transformadores externos sería demasiado elevado, se realizan controles puntuales en las tiendas con la ayuda de los miembros de PALS0. En lo que respecta al comercio electrónico o a los restaurantes, los controles y la supervisión del uso correcto de la IG como ingrediente son aún más difíciles de llevar a cabo, dado el número de productos en circulación.

## SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS PRODUCTOS TRANSFORMADOS QUE CONTIENEN UNA IG

---

Al preguntar si la agrupación de productores de IG ha adoptado un sistema de control específico para comprobar que los transformadores cumplen las normas, 33 de los 100 encuestados respondieron afirmativamente. Además, un grupo de productores respondió que la aplicación de un sistema de control está en curso.

**La mayoría (20 sobre 33 respuestas positivas) son consorcios italianos.** De hecho, debido a su derecho y deber de autorizar a los operadores a utilizar el nombre de su IG en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios que contienen dicho nombre como ingredientes, los consorcios italianos han integrado los controles sobre los productos transformados en sus planes de control definidos con la Inspección Central de Prevención del Fraude del Mipaaf (ICQRF). Así, la actividad de control y supervisión de los productos transformados la realizan los agentes de los consorcios encargados de las actividades de vigilancia, principalmente sobre las empresas que recibieron la autorización y sobre los puntos de producción y venta relacionados. Como se anticipó en el análisis de las directrices de los consorcios, se trata sobre todo de controles documentales realizados sobre los documentos de compra y sobre el registro que cada operador autorizado debe elaborar para demostrar, a petición del Consorcio, que la cantidad de IG contenida en el producto final corresponde a la cantidad de producto con IG adquirida. El agente supervisor del consorcio también verifica la correcta mención de la IG una vez comercializados los productos. Además, algunos consorcios están implementando controles en línea, así como plataformas digitales para permitir los controles a distancia.

Entre las 13 respuestas positivas restantes, 5 son agrupaciones de productores de IG francesas, 4 españolas, 1 griega y 3 alemanas. El hecho de que en estos países las agrupaciones de productores de IG no tengan la obligación formal de autorizar a los operadores se refleja en la falta o debilidad de los sistemas de seguimiento y en la dificultad para aplicar un sistema de control. Esto también se refleja en el hecho de que entre las agrupaciones de productores que no tienen un procedimiento de autorización específico, una gran mayoría no tiene una idea clara de cuántas y qué empresas de transformación utilizan su IG como ingrediente.

Por cierto, un problema compartido por todas las agrupaciones de productores, incluidos los consorcios italianos, es la imposibilidad de cubrir todas las posibles infracciones. Según la mayoría de los encuestados, los planes de control cubren especialmente a los operadores autorizados, mientras que es más difícil, si no imposible, supervisar y mantener bajo control el uso no autorizado de una IG en los productos transformados. Estos casos suelen descubrirse mediante controles aleatorios y puntuales en los supermercados.

## PRINCIPALES PROBLEMAS RELACIONADOS CON EL USO ILÍCITO DE LAS IG COMO INGREDIENTES

---

Del total de 100 encuestados, 47 grupos de productores de IG afirmaron no haber experimentado ningún problema, mientras que sólo 22 declararon haber incurrido en algún tipo de uso ilícito de su IG como ingrediente. Sin embargo, 5 encuestados respondieron que no tenían conocimiento del uso ilícito de su IG como ingrediente, mientras que 26 no respondieron. Sobre esta base, cabe suponer que los problemas están más extendidos de lo que la encuesta ha podido recoger y describir.

Varias agrupaciones de productores han tenido problemas con el **uso no autorizado de sus IG**. Debido a la especificidad de la legislación italiana, estos casos se concentran principalmente, aunque no exclusivamente, en los consorcios italianos. De hecho, señalan que muchos transformadores y

procesadores no conocen la legislación italiana en la materia y utilizan la IG como ingrediente, sin pedir la autorización al consorcio.

En particular, algunos consorcios italianos declararon que tenían problemas de uso no autorizado principalmente fuera del mercado nacional, en otros países de la UE y en terceros países, donde no se aplica la obligación italiana de solicitar la autorización del consorcio.

Como ya se ha descrito, el procedimiento de autorización facilita el control *a priori* de las empresas que están dispuestas a cumplir el plazo de los acuerdos de los consorcios. Por eso, en general, no hay problemas con los productos regularmente autorizados.

Analizando todas las respuestas procedentes de los diferentes países, los principales problemas relacionados con el uso ilícito de las IG como ingredientes pueden resumirse como sigue:

- utilización y mención incorrectas de la denominación de la IG en el etiquetado de los productos transformados;
- evocación del nombre de la IG por parte de los procesadores;
- la cantidad de IG utilizada como ingrediente no respeta el requisito mínimo establecido por las agrupaciones de productores para ser considerada como ingrediente característico;
- uso de otros productos comparables además del ingrediente IG;
- productos comparables, semielaborados y productos no certificados utilizados como ingrediente en lugar de la IG certificada;
- explotación indebida de la reputación de la IG;
- explotación indebida de la identidad visual de la IG (por ejemplo, imágenes de paisajes que hacen referencia a la zona geográfica de origen del producto) en la etiqueta de un producto transformado que no contiene la IG como ingrediente.

## IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS / VENTAJAS Y DESVENTAJAS

---

Para analizar el impacto potencial y real del uso de las IG como ingrediente en los alimentos procesados, la encuesta también indagó sobre sus **ventajas y desventajas**.

En total, 69 grupos de productores de IG confirmaron que existe algún tipo de **ventaja** en el uso de las IG como ingrediente en los productos procesados, mientras que 28 encuestados no expresaron ninguna opinión. Sólo 3 encuestados afirmaron claramente que el uso de las IG como ingredientes no tiene ningún tipo de ventaja ni impacto positivo.

El análisis tiene en cuenta las especificidades de algunas **categorías de productos** (por ejemplo, carne fresca y frutas y verduras). La nacionalidad no parece influir en términos de diferencias relevantes entre los encuestados.

Para facilitar la lectura de los resultados, las respuestas se analizarán a través de **tres macrocategorías de ventajas** identificadas en las respuestas. Las categorías se enumeran desde la más hasta la menos común:

1. Valorización y promoción de las IG (47 respuestas);
2. Diversificación de las salidas al mercado y de la demanda de los consumidores (19 respuestas);
3. Valorización y diversificación de los productos transformados, aumentando su calidad y trazabilidad (12 respuestas).

Como era de esperar, la ventaja más reconocida y citada por los encuestados (47 respuestas), en todas las categorías de productos, es la **valorización y promoción de las IG**.

De hecho, cuando se utiliza como ingrediente y se menciona correctamente en el etiquetado del producto transformado, una IG puede acceder a una forma alternativa y adicional de valorización y promoción, aumentando su propia notoriedad y visibilidad, gracias a la promoción y publicidad del producto transformado.

Especialmente para las producciones de IG menos conocidas y más pequeñas, la combinación con marcas famosas y populares representa una fuerza motriz importante para aumentar el conocimiento y la reputación de la IG. El producto puede beneficiarse de la publicidad y la promoción gratuitas en diferentes plataformas (por ejemplo, las redes sociales y los medios de comunicación), llegando a un público más amplio y a una variedad de consumidores. Estos objetivos heterogéneos serían difíciles de alcanzar de otro modo, sobre todo por parte de las pequeñas agrupaciones de productores de IG con menos capital para invertir en promoción.

Además, cuando se utiliza como ingrediente en un producto procesado, una IG muestra su versatilidad y la posibilidad de ser utilizada en una forma innovadora, distinta de su forma bruta. Esto representa una gran posibilidad de aumentar la reputación de la IG.

Por último, la valorización de los productos con IG como ingredientes podría fomentar y promover el uso gastronómico correcto de las IG en los productos transformados y compuestos, creando una red de empresas que produzcan según un proceso similar.

La segunda respuesta más común (19 respuestas) se refiere a las oportunidades generadas en términos de **diversificación de las salidas al mercado y de la demanda de los consumidores**.

La diversificación en el uso del producto aumenta la versatilidad de las IG. Esto es especialmente relevante en el caso de productos crudos como la carne fresca, las frutas y las hortalizas, que presentan características específicas en términos de conservación y estacionalidad, lo que a su vez crea límites y dificultades en las estrategias de comercialización.

En este sentido, varias agrupaciones de productores de IG pertenecientes a la categoría de frutas y hortalizas afirman que para los productos de temporada es clave colaborar con la industria transformadora para que el producto esté disponible en el mercado en diferentes formatos durante todo el año. Así, el procesado y la transformación de las frutas y hortalizas es fundamental para mantener una producción estable de la IG.

Del mismo modo, es importante que las IG pertenecientes a la categoría de carne fresca se introduzcan en el mercado de los productos transformados, ya que el procesamiento y la transformación dan lugar a productos con una vida útil más larga que la de la carne cruda. Además, como la demanda de estos productos es cada vez mayor, puede ayudar a la IG a lograr la sostenibilidad económica y a mantener viva la producción.

A la luz de estas consideraciones, puede decirse que esta práctica permite superar los límites de la comercialización de productos en bruto, llegando a nuevos consumidores y abriendo nuevas salidas comerciales para las producciones con IG.

Más en general, esto es cierto para todas las IG: la diversificación de las salidas al mercado tiene un impacto positivo en términos de mayores cantidades de productos con IG utilizados. Esto, a su vez, ayuda a mantener o, en algunos casos, incluso a aumentar los volúmenes de producción.

Los alimentos procesados y preparados están más cerca del consumo. Dado que la demanda de alimentos procesados no deja de crecer, varios encuestados coinciden en que colocar IG como ingredientes en estos productos podría ayudar a diversificar la demanda de productos con IG por parte de los consumidores e incluso a atraer a nuevos consumidores.

No obstante, el valor añadido que genera el uso de una IG como ingrediente no se limita a la propia IG. Por el contrario, repercute positivamente en el producto transformado que contiene la IG como ingrediente. De hecho, varios encuestados reconocen que esta práctica contribuye a la **diversificación de la oferta de productos transformados, así como a su valorización, asegurando una mayor calidad y trazabilidad** (12 respuestas).

Las agrupaciones de productores de IG coinciden en que el uso de las IG como ingredientes en los alimentos procesados aumenta las garantías para los consumidores, en términos de información y trazabilidad del producto.

Además, algunos encuestados afirman que esta práctica puede contribuir a diversificar el producto final aumentando su calidad. De hecho, cuando se utiliza correctamente como ingrediente caracterizador, un producto con IG debería transferir su característica única al producto final, aumentando su calidad general y diferenciándolo de otros productos similares que no contienen la IG. Esto también responde a la demanda de los consumidores de productos de mayor calidad.

En conclusión, esta práctica añade valor al producto procesado, generando una ventaja para todas las empresas implicadas, tanto dentro como fuera del sistema de calidad. Esto, a su vez, ayuda a crear un sector virtuoso, con garantías para toda la cadena de suministro y ventajas para todos los agentes económicos implicados.

En cuanto a los **riesgos** del uso de las IG como ingredientes, 14 encuestados afirmaron que esta práctica no tiene ningún tipo de desventaja ni impacto negativo, mientras que 24 encuestados no expresaron ninguna opinión. Las 62 agrupaciones de productores de IG restantes confirmaron que existe algún tipo de desventaja o impacto negativo a tener en cuenta.

Para facilitar la lectura de los resultados, las respuestas se analizarán a través de **tres macrocategorías de desventajas** identificadas en las respuestas. Las categorías se enumeran desde la más común hasta la última:

1. Daño a la reputación si el producto final no es de alta calidad (21 respuestas);
2. Dificultad para establecer un sistema de control y vigilancia eficaz (costes y falta de información) (9 respuestas);
3. Riesgo de confundir el producto elaborado con la IG protegida utilizada como ingrediente (5 respuestas).

La mayoría de las agrupaciones de productores de IG se preocupan por el posible **daño a la reputación causado por un producto final cuya calidad es inferior a la IG utilizada como ingrediente** (21 respuestas). Este puede ser el caso si:

- El transformador ha hecho un uso ilícito de la IG, por ejemplo, no ha respetado la regla del ingrediente caracterizador ni la cantidad mínima establecida por la agrupación de productores de la IG (véase otro uso ilícito en el [párrafo anterior](#));

- Los productos transformados no tienen el mismo posicionamiento de valor que la IG: el producto con IG podría perder valor para los consumidores, si la expectativa de calidad de la IG es superior a la calidad del producto final transformado;
- La agrupación de productores de IG no establece criterios de calidad coherentes para la IG utilizada como ingrediente y concede la autorización a todos los transformadores, sin importar el tipo y la calidad del producto final. El uso excesivo de la IG como ingrediente podría confundir a los consumidores respecto al posicionamiento y la calidad del producto con IG.

El siguiente tema se refiere al sistema de **control** (9 respuestas). Las agrupaciones de productores de IG coinciden en la importancia de aplicar un sistema eficaz de seguimiento y control para evitar el uso ilícito de las IG como ingredientes. Esta práctica requiere muchos controles sobre las cantidades de IG utilizadas para el producto final, así como sobre las cantidades de producto final producidas y vendidas. Sin embargo, las agrupaciones de productores de IG también señalan que esto representa una responsabilidad más gravosa para ellos.

Es complicado establecer un sistema de control y vigilancia que acompañe a la producción de productos compuestos a lo largo de todas las fases de producción y del ciclo comercial. Un aspecto crítico de esta actividad de control y vigilancia son los costes adicionales para las agrupaciones de productores de IG. De hecho, aunque el uso de una IG como ingrediente pueda ser positivo tanto para la IG como para el producto transformado que la contiene, el coste de los controles posteriores recae exclusivamente en la agrupación de los productores de la IG. Por ello, algunas agrupaciones, especialmente en Italia, han decidido exigir una contribución financiera o un reembolso al transformador para hacer frente al aumento de los costes de funcionamiento y gestión de sus actividades ordinarias ([véase el apartado sobre directrices internas y procedimiento de autorización](#)).

Además, las agrupaciones de productores de IG señalan la dificultad de encontrar la información necesaria relativa a todo el ciclo de vida de un producto. Todas estas responsabilidades adicionales son especialmente exigentes para las pequeñas agrupaciones de productores de IG.

Las agrupaciones de productores de IG de diferentes países destacan diferentes aspectos de este problema. Cabe señalar que para las agrupaciones de productores italianas la principal dificultad para crear un sistema de control eficaz de las IG utilizadas como ingrediente depende de los costes y de la falta de información. No obstante, la legislación nacional establece claramente que los consorcios italianos tienen el derecho y el deber de autorizar el uso de la IG como ingrediente y, por tanto, de controlar que los transformadores respeten las normas.

Por otro lado, las agrupaciones de productores francesas y españolas señalan que el principal problema es la falta de regulación que conduce a una gestión ineficaz y a la imposibilidad de construir un sistema de control eficiente. La falta de un marco legal y la ausencia de obligaciones hacia la agrupación de productores de IG abren la puerta a muchos abusos sobre los que la agrupación tiene pocos medios de acción.

El último aspecto negativo se refiere al **riesgo de engañar a los consumidores y crear confusión entre la IG protegida y el producto transformado que la contiene como ingrediente** (5 respuestas). Este problema está relacionado principalmente con la referencia incorrecta al nombre de la IG, así como con el uso indebido de los logotipos de la UE o de los logotipos específicos de la IG en el etiquetado del producto transformado.



---

## NOTAS PARTE 2

<sup>22</sup> Piadina Romagnola IGP, Pere dell'Emilia Romagna IGP, Pesca e nettarina di Romagna IGP, Asparago verde di Altedo IGP, Olio Toscano IGP.

<sup>23</sup> Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio-Emilia DOP.

<sup>24</sup> Parmigiano Reggiano DOP y Provolone Valpadana DOP.

<sup>25</sup> Aceto balsamico Tradizionale di Reggio Emilia DOP.

<sup>26</sup> Formaggio Asiago DOP y Formaggio Piave DOP.

<sup>27</sup> Grana Padano DOP: Contribución financiera para la reproducción del logotipo y/o la denominación Grana Padano establecida caso por caso.

<sup>28</sup> Asociación Lait de foins webiste <https://www.laitdefoin.fr/lait-de-foin/presentation/>

<sup>29</sup> Asociación Lait de foins webiste <https://www.laitdefoin.fr/les-producteurs/le-collectif/>

<sup>30</sup> [Du Comté en una hamburguesa "McDonald's": ¿no hay que hacer todo un fromage!, Macommune 25/01/2013](#)

<sup>31</sup> Proceso de revisión del pliego de condiciones de la DOP Comté:

[http://www.comte.com/fileadmin/upload/mediatheque/documents\\_pdf/revision\\_du\\_cahier\\_des\\_charges\\_du\\_comte\\_juin\\_2019-.pdf](http://www.comte.com/fileadmin/upload/mediatheque/documents_pdf/revision_du_cahier_des_charges_du_comte_juin_2019-.pdf)

## TERCERA PARTE: RECOMENDACIONES

### 3. RECOMENDACIONES

El último capítulo del informe tiene por objeto elaborar recomendaciones políticas basadas en los principales resultados de la encuesta, con el fin de contribuir al actual proceso de [revisión de la política de calidad de la UE](#) y mejorar la legislación comunitaria relativa al etiquetado de los productos alimenticios que utilizan IG como ingredientes.

Como se ha descrito en el párrafo anterior, el uso de una IG como ingrediente en productos transformados conlleva claramente varias ventajas e impactos positivos tanto para la propia IG como para el producto transformado que la contiene. Sin embargo, el análisis de los riesgos ha demostrado que los impactos positivos no pueden darse por sentados. De hecho, las agrupaciones de productores de IG destacan que las ventajas sólo pueden lograrse si se cumplen **condiciones específicas relativas a la calidad y los controles del producto final**.

En primer lugar, la calidad del producto final debe ser alta para no dañar la reputación de la IG utilizada como ingrediente. Para ello, los productos finales deben respetar los criterios cualitativos (es decir, la cantidad mínima y la regla del ingrediente característico) establecidos por las agrupaciones de productores de IG.

En segundo lugar, es importante contar con un sistema de seguimiento y control para llevar a cabo controles sobre las empresas de transformación y los puntos de venta, con el fin de evitar la explotación de la reputación de las IG y garantizar la competencia leal en el mercado.

Para cumplir estas condiciones básicas, se necesita una mayor coherencia y claridad de los procedimientos a nivel de la UE. El reciente aumento del uso de las IG como ingredientes en los productos transformados plantea una serie de riesgos y peligros debido a la falta de armonización a nivel de la UE y a la presencia de diferentes estrategias a nivel nacional.

Por el momento, las directrices de la UE dan algunas instrucciones básicas y no vinculantes, mientras que existen diferentes enfoques (o la falta de un enfoque formal) a nivel nacional. El hecho de que Italia, uno de los principales productores de IG, haya visto la necesidad de desarrollar una legislación nacional demuestra que existe un vacío legal a nivel de la UE. Italia ha preferido aclarar con la legislación nacional cuándo es lícito el uso de un nombre de DOP/IGP, en lugar de dejar que esta cuestión se resuelva en los tribunales.

En ausencia de una normativa vinculante de la UE y nacional, las agrupaciones de productores de IG se encuentran sin ningún medio de acción eficaz para evitar el abuso o el mal uso de su IG. Por otro lado, el caso italiano muestra las ventajas de un marco legislativo claro.

Las conclusiones del estudio de AREPO coinciden con las del "[Estudio de apoyo a la evaluación de las indicaciones geográficas y las especialidades tradicionales garantizadas protegidas en la UE](#)" (ADN International et al., 2021). Entre los objetivos del estudio, los autores debían analizar el uso de la DOP/IGP en el nombre de venta de los productos finales que contienen, entre sus ingredientes, un producto cuyo nombre está protegido como DOP/IGP. Como resultado, los autores recomiendan "*examinar la necesidad de una evolución de la legislación de la UE para incorporar la posibilidad de resolver la cuestión del uso de las IG en el nombre de venta de los productos finales, cuando la IG se ha utilizado como ingrediente, mediante el uso de contratos entre los operadores económicos implicados*" (Ibidem, 2021, p.23).

En particular, la evaluación recomienda estudiar con más detalle la experiencia italiana. De hecho, el informe destaca cómo el caso italiano "*parece contribuir a reforzar el papel de las agrupaciones de productores y a facilitar el reconocimiento económico del esfuerzo adicional que supone la producción de productos con IG en comparación con los productos alimentarios convencionales, lo que está en*

consonancia con los objetivos de los regímenes de calidad. Además, la solución desarrollada por el gobierno italiano parece situar a los titulares de DOP/IGP en un plano de mayor igualdad con los titulares de marcas, al facilitarles la celebración de acuerdos legales con los representantes de la industria en relación con el uso de los nombres de sus IG en la denominación de venta de los productos finales" (*Ibidem*, p. 281).

A la luz de esto, **AREPO cree firmemente que la Comisión Europea debería facultar formalmente a las agrupaciones de productores para autorizar y regular los términos en los que una IG utilizada como ingrediente puede ser nombrada en el etiquetado frontal de un producto procesado.**

A este respecto, AREPO recomienda a la Comisión Europea que introduzca una legislación vinculante a nivel europeo a partir de los principios básicos contenidos en las directrices de la CE. En particular, debe quedar claro que:

- El nombre de una IG registrada puede mencionarse legítimamente en la lista de ingredientes de un producto alimentario.
- Por otra parte, cuando el nombre de una IG registrada se menciona cerca del nombre comercial, o en el etiquetado, la presentación, la publicidad de un producto alimenticio que lo utiliza como ingrediente, no debe hacerse de manera que se explote indebidamente la reputación de la IG. Para evitarlo:
  - el producto elaborado **no debe contener ningún otro "ingrediente comparable"**;
  - y el IG debe ser un **"ingrediente característico" del producto transformado.**

Si bien es fundamental contar con unos principios generales comunes claros, para crear un sistema eficaz es clave facultar a las agrupaciones de productores para que autoricen y regulen los términos en los que se puede nombrar una IG utilizada como ingrediente en el etiquetado de la parte delantera del envase de un producto transformado.

De hecho, las agrupaciones de productores de IG son las más indicadas para evaluar las solicitudes de los transformadores para utilizar su IG. Esto es especialmente cierto, teniendo en cuenta la dificultad de establecer normas generales que sean válidas para todas las categorías de productos, dada la extrema variabilidad y diversidad entre las IG en cuanto a sus características intrínsecas. De hecho, existen diferencias objetivas y muy significativas en cuanto a la reputación, la difusión y la penetración en el mercado de las IG. Por lo tanto, la relación de fuerza entre la IG y la marca del producto que la contiene como ingrediente varía enormemente de una IG a otra y de un producto a otro.

Como consecuencia de la diversidad en cuanto a notoriedad y penetración en el mercado, **las agrupaciones de productores de IG tienen diferentes posiciones y necesidades igualmente legítimas y que deben todas respetarse.** En la práctica, esto significa que las IG más populares pueden necesitar adoptar normas más estrictas para evitar el mal uso o el abuso de su reputación, mientras que las más pequeñas y menos conocidas pueden necesitar criterios más flexibles para atraer a los transformadores y acceder a nuevas salidas comerciales.

**También se identifican diferencias significativas en las necesidades de las IG pertenecientes a distintas categorías de productos.** Por ejemplo, las frutas y las hortalizas tienen necesidades específicas en lo que respecta a la transformación del producto, con el fin de tener un mercado durante todo el año. En consecuencia, algunas agrupaciones de productores pueden querer prohibir a los transformadores que congelen su IG antes de incorporarla como ingrediente en un producto transformado ([véase el recuadro 3 sobre la DOP Cinta Senese](#)). Por el contrario, en el caso de algunas IG de frutas y hortalizas, este proceso podría ser fundamental para adaptarse a las exigencias y necesidades de los transformadores, siempre que no altere las cualidades del producto. Definir *a priori* qué tipo de tratamiento y transformación no pueden

sufrir las IG (por ejemplo, congelación) supondría el riesgo de alejar a los transformadores interesados y sería muy perjudicial para la sostenibilidad económica de las IG.

Con el **fin de responder a estas diferentes necesidades, la posibilidad de definir los términos bajo los cuales una IG utilizada como ingrediente puede ser nombrada en el etiquetado frontal de un producto procesado debería dejarse en manos de las agrupaciones de productores de IG.** Dado que en la actualidad numerosas agrupaciones de productores intentan regular esta cuestión dentro de los pliegos de condiciones de los productos, este enfoque podría suponer una importante simplificación administrativa, evitando un aumento considerable de las solicitudes de modificación. Además, este enfoque garantizaría la flexibilidad adecuada, ya que las agrupaciones de productores de IG podrían adoptar criterios equilibrados para garantizar la protección de la IG, manteniendo al mismo tiempo las limitaciones para los transformadores en un nivel razonable.

En consecuencia, AREPO recomienda a la Comisión Europea de

- Establecer que las agrupaciones de **productores de IG tengan derecho a autorizar a los operadores a utilizar el nombre de su IG en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios que contengan dicho nombre como ingrediente**, lo que significa que las agrupaciones de productores de IG podrían llevar a cabo actividades de control y supervisión en todo el mercado interior de la UE;
- Establecer que las agrupaciones de productores de IG **puedan adoptar y publicar directrices transparentes que regulen los términos y criterios según los cuales sería posible dar o denegar la autorización.** Las directrices podrán contener:
  - Criterios relativos a la calidad del producto final;
  - Criterios gráficos que aclaran cómo debe utilizarse el nombre de la IG en el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios que contienen dicho nombre como ingrediente;
  - Criterios administrativos para solicitar la autorización.
- Aclarar que una indicación geográfica es un concepto que se manifiesta tanto a través del nombre del producto como del logotipo de la marca del producto registrado en el pliego de condiciones, si existe. En vista de ello, las agrupaciones de productores de IG tienen derecho a **autorizar a los operadores a utilizar no sólo el nombre de la IG, sino también el logotipo de la marca de la IG (registrado en el pliego de condiciones del producto)** en el etiquetado, la presentación y la publicidad del producto final. El uso del logotipo específico de la IG debería estar regulado en los criterios gráficos;
- **Establecer que las agrupaciones de productores con IG pueden decidir exigir una contribución financiera o un reembolso al transformador que utilice su IG como ingrediente**, para hacer frente al aumento de los costes de funcionamiento y gestión de sus actividades ordinarias. Toda la información relativa a la contribución financiera debe estar claramente descrita en los criterios administrativos para solicitar la autorización;
- **Establecer la obligación para los operadores que utilicen una IG como ingrediente de someterse a todos los controles necesarios para llevar a cabo las actividades de supervisión** (por ejemplo, la posibilidad de acceder a los documentos comerciales para llevar a cabo el control de los balances de masa). Los controles podrían ser realizados por la agrupación de productores y/o por las autoridades nacionales, en función del sistema nacional vigente;
- **Aclarar las normas de etiquetado relativas al uso de los logotipos de la UE en un producto transformado** que contenga una IG como ingrediente.

## BIBLIOGRAFÍA

- AND International (2021), *Estudio de apoyo a la evaluación de las Indicaciones Geográficas y Especialidades Tradicionales Garantizadas protegidas en la UE*. Informe final <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c1d86ba1-7b09-11eb-9ac9-01aa75ed71a1/language-en>
- AND-International (2019), Estudio sobre el valor económico de los regímenes de calidad de la UE, las indicaciones geográficas (IG) y las especialidades tradicionales garantizadas (ETG), Informe final.
- Comité Interprofesional del Vino de Champaña / Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co OHG (C-393/16), <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=198044&pageIndex=0&doclang=IT&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=16291477>
- Reglamento (CE) nº 1234/2007 del Consejo, de 22 de octubre de 2007, por el que se crea una organización común de mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas (Reglamento único para las OCM), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32007R1234>
- Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 25 novembre 2014, 13-19.870 <https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?idTexte=JURITEXT000029819758&fastReqId=1578813876&fastPos=3&oldAction=rechJuriJudi>
- Decreto Legislativo 19 novembre 2004, n. 297 - Disposiciones sanitarias en aplicación del reglamento (CEE) n. 2081/92, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimentarios, <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2004-11-19;297!vig=>
- EUIPO (2021), Directrices para el examen de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (Euipo) <https://guidelines.euipo.europa.eu/binary/1922895/2000000000>
- Comisión Europea (2009), Documento de trabajo de los servicios de la Comisión que acompaña a la *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre la política de calidad de los productos agrícolas* [https://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/ia\\_carried\\_out/docs/ia\\_2009/sec\\_2009\\_0670\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/ia_carried_out/docs/ia_2009/sec_2009_0670_en.pdf)
- Comisión Europea (2009), *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre la política de calidad de los productos agrícolas*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52009DC0234#document1>
- Comisión Europea (2010), Comunicación de la Comisión - Directrices sobre el etiquetado de los productos alimenticios que utilizan denominaciones de origen protegidas (DOP) o indicaciones geográficas protegidas (IGP) como ingredientes, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216(01))
- Comisión Europea, (2008), *Libro Verde sobre la calidad de los productos agrícolas: normas de comercialización, requisitos de producción y regímenes de calidad*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52008DC0641>

Hartmann (2006), *Referencia a una indicación geográfica protegida en un producto alimenticio compuesto, "Con pepinillos Spreewa"lder" ("mit Spreewa"lder Gurken")*, Tribunal de Distrito de Berlín, 23 de agosto de 2005, *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2006, Vol. 1, No 5.

<http://qualite.groupe-cerclevert.fr/pizza-hut-condamne-en-justice-pour-lusage-dun-nom-daop/>

Legge 12 dicembre 2016, n. 238, Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino legge 238/2016 <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2016-12-12;238!vig=>

London Economics & ADAS y Ecologic (2008), *Evaluación de la política de la PAC sobre denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones geográficas protegidas (IGP)*, <http://londoneconomics.co.uk/blog/publication/evaluation-of-the-cap-policy-on-protected-designations-of-origin-pdo-and-protected-geographical-indications-pgi/>

Mahy A., d'Ath F. (2017). El caso del "Sorbete Champagner" - Explotación ilegal o uso legítimo del nombre protegido "Champagne". *Revista europea de derecho alimentario y de piensos*. Vol. 12, No. 1 (2017), pp. 43-48.

Mancini, M.C., Consiglieri, C. (2016). Estrategias de innovación y comercialización de productos con DOP: El caso del "Parmigiano Reggiano" como ingrediente. *Bio-based and Applied Economics* 5(2): 153-174.

Minelli M. (2014), L'uso di prodotti DOP e IGP come componenti. *Rivista di diritto alimentare*, anno VIII, n.1, <http://www.rivistadirittoalimentare.it/rivista/2014-01/MINELLI.pdf>

MipAAf (2007), *Circolare sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato dei prodotti agricoli o alimentari*, <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/b%252Fa%252Fd%252FD.2fe3bec7250507ce1287/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

MipAAf (2007), *Circolare sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato*, <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/3%252F2%252F5%252FD.3c80c044216aa507091f/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

Reglamento (UE) nº 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>

Reglamento (UE) nº 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>

Reglamento (UE) nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L\\_.2011.304.01.0018.01.ENG&toc=OJ:L:2011:304:FULL](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2011.304.01.0018.01.ENG&toc=OJ:L:2011:304:FULL)

Ribeiro de Almeida A. (2015), *DOP e IGP como ingredientes de otros productos*, BIO Web of Conferences, Vol 5, 2015, 38<sup>o</sup> Congreso Mundial de la Viña y el Vino (Parte 1), [https://www.bio-conferences.org/articles/bioconf/abs/2015/02/bioconf\\_oiv2015\\_03014/bioconf\\_oiv2015\\_03014.html](https://www.bio-conferences.org/articles/bioconf/abs/2015/02/bioconf_oiv2015_03014/bioconf_oiv2015_03014.html)

Salzano L. (2018), *Aspetti controversi legati all'utilizzo di alimenti a DOP e IGP come componenti di altri alimenti*, Rivista di Diritto Agrario, fascicolo 3/2018 <https://www.studiolegalesalzano.it/articolo-pubblicato-al-fascicolo-3-2018-della-rivista-di-diritto-agrario-editoriale-scientifica/>