

CONTRIBUCIÓN DE AREPO A LA REVISIÓN DE LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN AGRÍCOLA DE LA UE

La **Asociación de las Regiones Europeas de los Productos de Origen (AREPO)** reúne a 33 regiones europeas y a más de 700 asociaciones de productores, lo que equivale a más del 50% de las Indicaciones Geográficas (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.

AREPO se congratula de la puesta en marcha del proceso de revisión de la Política de Promoción Agrícola de la UE con el fin de mejorar su contribución a la producción y el consumo sostenibles.

AREPO reconoce el compromiso de la Comisión Europea (CE) hacia la promoción de los regímenes de calidad de la UE, demostrado por las líneas presupuestarias dedicadas hasta la fecha a estos temas, tanto en el mercado interior como en terceros países. Como resultado, los programas de promoción de la UE, tanto simples como múltiples, han contribuido al propósito de aumentar la conciencia sobre los regímenes de calidad de la UE y han servido como una herramienta útil para apoyar a los productores de las IG de la UE en sus esfuerzos por conquistar nuevos mercados y aumentar las exportaciones¹. Sin embargo, aún queda mucho por hacer en lo que respecta a la información y el conocimiento de los consumidores sobre estos sistemas², especialmente a la luz de los objetivos en los que se basa la actual revisión de la política, cuyo objetivo es lograr una mayor coherencia con la estrategia "de la granja a la mesa".

AREPO desea recordar a la Comisión Europea que los regímenes de calidad de la UE, además de ser la expresión de la cultura e identidad de la UE y de representar el 15,5% del total de las exportaciones agroalimentarias de la UE³, **representan una herramienta de sostenibilidad y contribuyen a los sistemas alimentarios sostenibles**. Por lo tanto, los regímenes de calidad de la UE, así como los regímenes de calidad nacionales, **podrían contribuir considerablemente a alcanzar los objetivos fijados por la estrategia "de la granja a la mesa" y deberían seguir siendo un tema prioritario en la futura política de promoción**.

Por otra parte, el sector ha tenido que hacer frente a las consecuencias de la **pandemia de COVID-19**, especialmente la pérdida de oportunidades de exportación, la disminución del consumo y el cambio en la demanda de alimentos. Las exportaciones también se han visto afectadas por las incertidumbres del comercio internacional, sobre todo debido a los **aranceles de represalia de EE.UU.**, aunque suspendidos temporalmente, y a la **conclusión del Acuerdo de Comercio y Cooperación entre la UE y el Reino Unido**.

En consecuencia, agradecemos que la CE consulte a las partes interesadas para recabar sus opiniones al respecto, aprovechando esta oportunidad para recordar el primer compromiso asumido por la CE en el marco de esta revisión y animando a la Comisión a cumplirlo: **buscar un equilibrio entre la coherencia con los objetivos de la estrategia "de la granja a la mesa" y la necesidad de**

¹ Documento de trabajo de los servicios de la Comisión, [Evaluación del impacto de la política de promoción agrícola de la UE en los mercados interiores y de terceros países](#)

² [Informe especial del Eurobarómetro 2020 504 - Los europeos, la agricultura y la PAC](#), pp. 171 a 178

³ Estudio sobre el valor económico de los regímenes de calidad de la UE, las indicaciones geográficas (IG) y las especialidades tradicionales garantizadas (ETG), 2020. AND-International, Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural (Comisión Europea), ECORYS

mantener o incluso aumentar la eficacia de la política para apoyar la competitividad del sector agroalimentario ⁴.

1. COHERENCIA CON LA ESTRATEGIA "DE LA GRANJA A LA MESA".

Uno de los principales objetivos que la Comisión Europea desea alcanzar con la revisión de la política de promoción de la UE es alinearla mejor con las prioridades de la estrategia "de la granja a la mesa".

A este respecto, AREPO desea subrayar que los **sistemas de calidad de la UE representan una herramienta de sostenibilidad y contribuyen a los sistemas alimentarios sostenibles⁵, teniendo en cuenta su potencial para generar bienes públicos** en términos de desarrollo rural sostenible, crecimiento y empleo, diversificación de la economía rural, protección de los recursos naturales y del paisaje, bienestar de los animales de granja, diversidad biocultural, seguridad alimentaria y trazabilidad.⁶ De hecho, las IG de la UE ya cumplen varios objetivos de la estrategia "de la granja a la mesa", ya que responden a la demanda de los ciudadanos de productos tradicionales con los más altos niveles de seguridad y calidad alimentaria; garantizan la diversidad culinaria en el centro de unos hábitos dietéticos sanos y equilibrados; aseguran la sostenibilidad económica gracias a las condiciones de competencia leal y a los mayores ingresos de los productores; y garantizan la producción sostenible de alimentos mediante la protección del paisaje rural y la gestión y reproducción sostenibles de los recursos naturales. Además, en el contexto actual en el que cada vez se presta más atención al consumo de productos locales, cabe destacar que las IG son los únicos productos con una certificación oficial que garantiza su origen y sus características diferenciales.

Por estas razones, **las IG de la UE podrían contribuir considerablemente a la aplicación de esta estrategia de la UE y deberían seguir siendo un tema prioritario en el futuro, restableciendo un presupuesto considerable dedicado a su promoción.**

Además, **AREPO insta a la Comisión Europea a adoptar un enfoque holístico en materia de sostenibilidad.** A este respecto, recordando que el plan de acción "de la granja a la mesa", en relación con la carne, sugirió centrar la revisión de la política de promoción en la forma en que la UE puede utilizar sus programas de promoción para apoyar los métodos más sostenibles y eficientes en términos de carbono de la producción ganadera, **AREPO desea hacer hincapié en el hecho de que, cuando se trata de las IG, la sostenibilidad no puede reducirse sólo a la eficiencia en términos de carbono, sino que deben tenerse en cuenta todas las dimensiones de la sostenibilidad.**

Teniendo en cuenta todo esto y con el fin de trabajar en la coherencia de la política de promoción con el programa "De la granja a la mesa", AREPO sugiere a la Comisión Europea que **"aproveche el éxito actual"**, como se propone en la opción política 1 de la evaluación de impacto inicial. De hecho, **sería preferible un enfoque de derecho indicativo compuesto por una orientación técnica dinámica para los solicitantes y los evaluadores y unos criterios de selección y evaluación mejorados (reevaluados cada año) para conceder programas que sean coherentes con los objetivos de la estrategia y contribuyan a ellos.** AREPO considera que de esta manera se alentaría y acompañaría a

⁴ Evaluación de impacto inicial - Ares(2021)1118814, [Productos agrícolas y alimentarios de la UE - revisión de la política de promoción dentro y fuera de la UE](#)

⁵ [Fortalecimiento de los sistemas alimentarios sostenibles a través de las indicaciones geográficas: Un análisis de los impactos económicos](#), FAO, Roma, 2018

⁶ [Documento de posición de AREPO sobre la evaluación por parte de la Comisión Europea de las indicaciones geográficas y las especialidades tradicionales protegidas en la UE](#), enero de 2020

los productores en sus esfuerzos por hacer más sostenible su producción y tendrían los medios adecuados para comunicar esta información a los consumidores.

2. COHERENCIA CON EL PLAN EUROPEO "VENCER EL CÁNCER": LA CONTRIBUCIÓN DE LAS IG A UNA DIETA SOSTENIBLE Y SALUDABLE

La búsqueda de coherencia entre la política de promoción y la intención de la UE de fomentar un cambio hacia dietas más sostenibles y saludables **no debería afectar a la actual lista de productos subvencionables**.

Las medidas de promoción de la UE tienen por objeto dar a conocer a los ciudadanos de la UE y de terceros países las normas de alta calidad de los productos agrícolas de la UE. Las IG de la UE, en particular, cumplen estrictamente los requisitos establecidos en sus pliegos de condiciones, por lo que constituyen el sistema de producción más transparente a nivel de la UE.

Es importante señalar **que muchas IG están asociadas a dietas específicas reconocidas por su interés en términos de nutrición**, como demuestra el conocido ejemplo de la dieta mediterránea. Las formas tradicionales de cultivo de plantas y de cría de animales, la influencia de las condiciones naturales locales, las prácticas humanas y los métodos tradicionales de transformación y conservación específicos del contexto son cruciales para la calidad nutricional de los productos con IG. Además, las IG son una garantía de **diversidad dietética**, ya que abarcan diferentes categorías de alimentos, sabores, estacionalidad, frescura, cultura y habilidades.

En consecuencia, **AREPO anima a la Comisión Europea a prever acciones de promoción e información destinadas a aumentar, entre los consumidores finales, la conciencia y la comprensión de la calidad como factor competitivo para la salud y la nutrición adecuada**, incluyendo la importancia de una ingesta adecuada de aminoácidos esenciales en las dietas. Las características nutricionales de las IG vinculadas a su origen geográfico y atribuidas en gran medida a sus ingredientes y procedimientos de producción únicos, hacen que contribuyan a una alimentación sana y a frenar las enfermedades no transmisibles ⁷.

En consecuencia, las DOP e IGP agroalimentarias deben promoverse también **teniendo en cuenta su papel en el marco más amplio de una dieta diversificada y equilibrada**.

En particular, AREPO quisiera sugerir:

- **Financiar acciones de información y promoción centradas en los pliegos de condiciones de los productos como herramientas que narran las características y la historia de los productos y la justificación de su calidad superior.** Los pliegos de condiciones deben utilizarse como medios para comunicar adecuadamente la calidad a los consumidores;
- **Promover las IG también a través de la exposición de patrones de alimentación**, para mostrar cómo incluirlos en una dieta diaria equilibrada y promoverlos como sustitutos de los productos convencionales.

3. CÓMO MEJORAR LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN

La evaluación de la política de promoción ha constatado que la gestión directa de los programas múltiples es más eficaz que el modelo de gestión compartida de los programas simples. En consecuencia, en relación con la intención de introducir un modelo de ejecución racionalizado,

⁷ FAO, 2021. [El potencial nutricional y sanitario de los alimentos con indicación geográfica](#), Roma.

AREPO recomienda que todos los programas sean gestionados directamente por la Comisión y su agencia ejecutiva. Sin embargo, deberían crearse puntos de contacto nacionales que proporcionen información y apoyo técnico, garantizando así la asistencia durante la elaboración de las propuestas de proyectos y su ejecución. En cuanto a la fase de presentación de las propuestas de proyectos y teniendo en cuenta la inmensa cantidad de trabajo preparatorio, **sería preferible una aplicación en dos fases.** La capacidad de ingeniería de los proyectos suele marcar la diferencia, por lo que se podría dar más tiempo a los productores más pequeños para poner en marcha un proyecto competitivo. Los recursos limitados para la autofinanciación y la complejidad de las convocatorias, especialmente en lo que se refiere a la preparación de la solicitud, suelen limitar la participación, así como las complejidades burocráticas y las dificultades encontradas en la ejecución del proyecto. Por lo tanto, **los pequeños productores de IG necesitan apoyo y orientación a lo largo de todo el proceso de solicitud y ejecución para tener un acceso equitativo a los programas de promoción.**

Además, **la información y el material explicativo deben estar disponibles en las 24 lenguas oficiales de la UE.**

4. CÓMO MEJORAR LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN APROVECHANDO EL ÉXITO ACTUAL

La evaluación realizada a lo largo de 2020, a pesar de las limitaciones relacionadas con la metodología y la reducida disponibilidad de datos, mostró que las acciones financiadas por la política de promoción fueron eficaces con respecto a los objetivos que la política quería alcanzar. En consecuencia, **AREPO considera que la política debe mantener sus principales características actuales y que cualquier mejora debe basarse en el éxito actual.**

Para resumir, AREPO quisiera recomendar lo siguiente:

- **Restablecer un presupuesto considerable dedicado a la promoción de los regímenes de calidad de la UE:** La política de promoción sigue siendo necesaria para impulsar la información y el conocimiento de los consumidores sobre los regímenes de calidad de la UE, especialmente en los Estados miembros del Este y del Norte de la UE, pero también en Europa Central. La intención de revisar la política de promoción representa la oportunidad de llenar este vacío y mejorar el reconocimiento de las etiquetas DOP, IGP y ETG y sus beneficios en la UE. Además, como ya se ha mencionado, **las IG de la UE contribuyen a varios objetivos fundamentales de la estrategia "de la granja a la mesa" y suelen estar asociadas a la producción de bienes públicos**, por lo que añaden más información para comunicar a los consumidores sobre estos productos. Por último, teniendo en cuenta la crisis derivada de la pandemia de COVID-19, la asignación de un presupuesto considerable a la promoción de las IG permitiría a los productores de IG recuperarse de las pérdidas sufridas y salvaguardar sus cuotas de mercado a largo plazo.
- **Definir periódicamente los criterios de selección y evaluación dentro del programa de trabajo anual**, que se reevaluará cada año, **y proporcionar orientación técnica a los solicitantes y evaluadores**, con el fin de adjudicar programas que sean coherentes con los objetivos del programa "De la granja a la mesa" y contribuyan a ellos.
- **Mantener la actual lista de productos subvencionables**, al tiempo que se prevén acciones de promoción e información destinadas a aumentar, entre los consumidores finales, el conocimiento y la comprensión de la **calidad y la diversidad culinaria como factor competitivo para la salud y la nutrición adecuada.**

- **Fomentar y financiar la ejecución de pequeños proyectos para** llegar a más productores, especialmente a las pequeñas agrupaciones de productores IG. A pesar de que el proceso de selección parece favorecer a menudo a los grandes proyectos con presupuestos elevados y grandes asociaciones, cabe señalar que **la mayoría de las partes interesadas que participan realmente en la promoción de los productos en el marco de los regímenes de calidad de la UE son pequeñas asociaciones que no pueden acceder a instrumentos tan complejos.**
- **Aumentar la tasa de cofinanciación de la UE para alcanzar más del 70% de la subvención para las campañas de las IG en el mercado interior.** Los recursos limitados para la autofinanciación a menudo frenan la participación de los pequeños grupos de productores de IG en los programas de promoción. El aumento de la tasa de cofinanciación de la UE contribuirá a garantizar un acceso equitativo a los programas de promoción.
- **Simplificar la participación con un proceso burocrático racionalizado, de fácil acceso y gestión, en particular para los pequeños grupos de IG.** En cuanto a la presentación de las propuestas de proyectos, **sería preferible una solicitud en dos fases.** En cuanto a la ejecución, es necesario que la Comisión **gestione directamente los programas.**
- **Incluir específicamente el término de calidad facultativo de la UE "producto de montaña" como un régimen de acción elegible en el marco de la política de promoción de la UE.** Alrededor de un tercio de todas las IG y ETG protegidas en los Estados miembros de la UE a finales de 2017 estaban situadas en zonas de montaña. Hasta ahora, la elegibilidad del término sigue siendo demasiado poco clara en comparación con otros regímenes. En consecuencia, con el fin de mejorar la promoción del término a nivel de la UE y aumentar la conciencia sobre sus características, AREPO quisiera sugerir a la Comisión Europea que dé visibilidad al término "producto de montaña" en los programas de trabajo anuales, así como que se refiera claramente a ello como un esquema elegible en todo el material de comunicación relacionado con la política de promoción, incluyendo el InfoDay anual.
- **Flexibilizar las normas relativas a la promoción de los productos cubiertos tanto por los sistemas de calidad europeos como por los nacionales,** permitiendo promocionarlos comunicando en los dos regímenes simultáneamente en lugar de elegir sólo uno de ellos y así limitando la promoción para muchos productos que llevan dos sellos de calidad.
- **Permitir flexibilidades en el uso de la ayuda para la promoción de los regímenes de calidad de la UE en terceros países.** Cuando sea necesario, deben permitirse las flexibilidades en el uso de la ayuda para la promoción de los regímenes de calidad de la UE en terceros países (un cambio de acción, por ejemplo) con el fin **de garantizar que las operaciones y actividades sigan siendo elegibles para el apoyo financiero.**