



**ASIPI-RIO DE JANEIRO 9 DE DICIEMBRE 2020**  
**Asociación Española de Denominaciones de Origen - ORIGEN ESPAÑA**  
**El papel de los productores y los Consejos Reguladores en las Indicaciones Geográficas**



**VISIÓN GENERAL DE LA EVOLUCION DE LAS I.G. EN ESPAÑA**  
**DE 355 MILLONES DE EUROS EN 1998 A 2.700 MILLONES EN 2018**





# SITUACIÓN EN ESPAÑA



## EN REGISTRO:

191 productos agroalimentarios ( 98 DOP y el resto IGP)

151 vinos y bebidas espirituosas ( 90 vinos con DOP, 42 con IGP, 19 bebidas espirituosas)

## Registros comunitarios de Indicaciones Geográficas

Productos agroalimentarios y alimenticios: **DOOR**

<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=es>



# Crecimiento económico de las IG en España

## 2. Comercialización. Evolución

Producto	COMERCIALIZACIÓN (t) ó (Nº de Piezas) ó (hl)														
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ACEITE DE OLIVA VIRGEN	19.735	27.853	30.243	24.166	27.630	25.458	22.139	25.461	26.069	25.945	29.196	27.674	28.895	28.279	30.668
ARROZ	18.119	21.637	21.550	35.388	23.166	22.140	24.042	19.204	19.822	15.446	15.818	17.174	16.088	14.368	13.138
CARNES FRESCAS	31.087	33.699	33.674	34.688	36.202	36.357	38.193	39.666	42.243	39.070	39.568	41.381	43.457	43.765	45.183
CONDIMENTOS Y ESPECIAS	1.872	1.637	1.714	1.562	1.316	1.578	1.200	1.367	1.480	1.544	1.493	1.493	2.119	2.202	2.335
EMBUTIDOS Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS	3.358	3.361	3.652	3.652	3.688	3.515	2.935	2.764	2.765	2.710	2.638	3.256	3.008	3.194	2.195
FRUTAS	88.036	106.579	80.722	82.086	73.059	80.690	110.992	137.987	88.564	99.366	155.997	217.018	553.885	528.506	483.195
HORTALIZAS	16.519	18.388	18.772	19.476	18.718	15.315	20.202	21.852	25.897	39.902	34.462	32.553	23.077	23.224	22.296
JAMONES	634.487	1.158.643	1.413.522	1.413.522	1.395.196	1.534.427	1.619.968	1.398.738	1.260.535	1.171.623	1.142.833	11.402.739	19.077.027	20.174.098	19.454.930
LEGUMBRES	505	456	442	499	694	840	829	826	869	998	1.056	1.045	1.410	1.461	1.599
MANTEQUILLA	436	422	422	493	495	479	469	438	473	481	487	468	485	515	561
MIEL	312	369	351	119	424	486	511	510	753	628	428	450	499	456	539
PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA	10.119	10.452	9.074	10.526	9.673	8.460	12.336	11.336	10.307	11.156	12.614	12.954	16.061	16.746	17.720
PESCADOS Y MOLUSCOS	8	2.650	2.440	2.900	2.940	2.320	2.360	1.835	10.988	18.494	8.491	9.636	7.962	8.774	11.942
QUESOS	16.454	21.070	19.066	21.904	17.653	21.239	22.726	23.344	22.727	22.355	23.835	25.827	27.457	27.970	28.605
SIDRA	2.576	2.450	4.104	4.879	4.648	6.717	8.361	9.260	8.989	9.275	10.889	11.283	11.880	18.173	23.195
VINAGRES	---	---	---	---	---	40.175	75.102	80.208	72.750	70.253	79.796	80.914	83.041	87.274	76.434
CEREALES TRANSFORMADOS	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-	0	0	98	1.705	1.469

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE

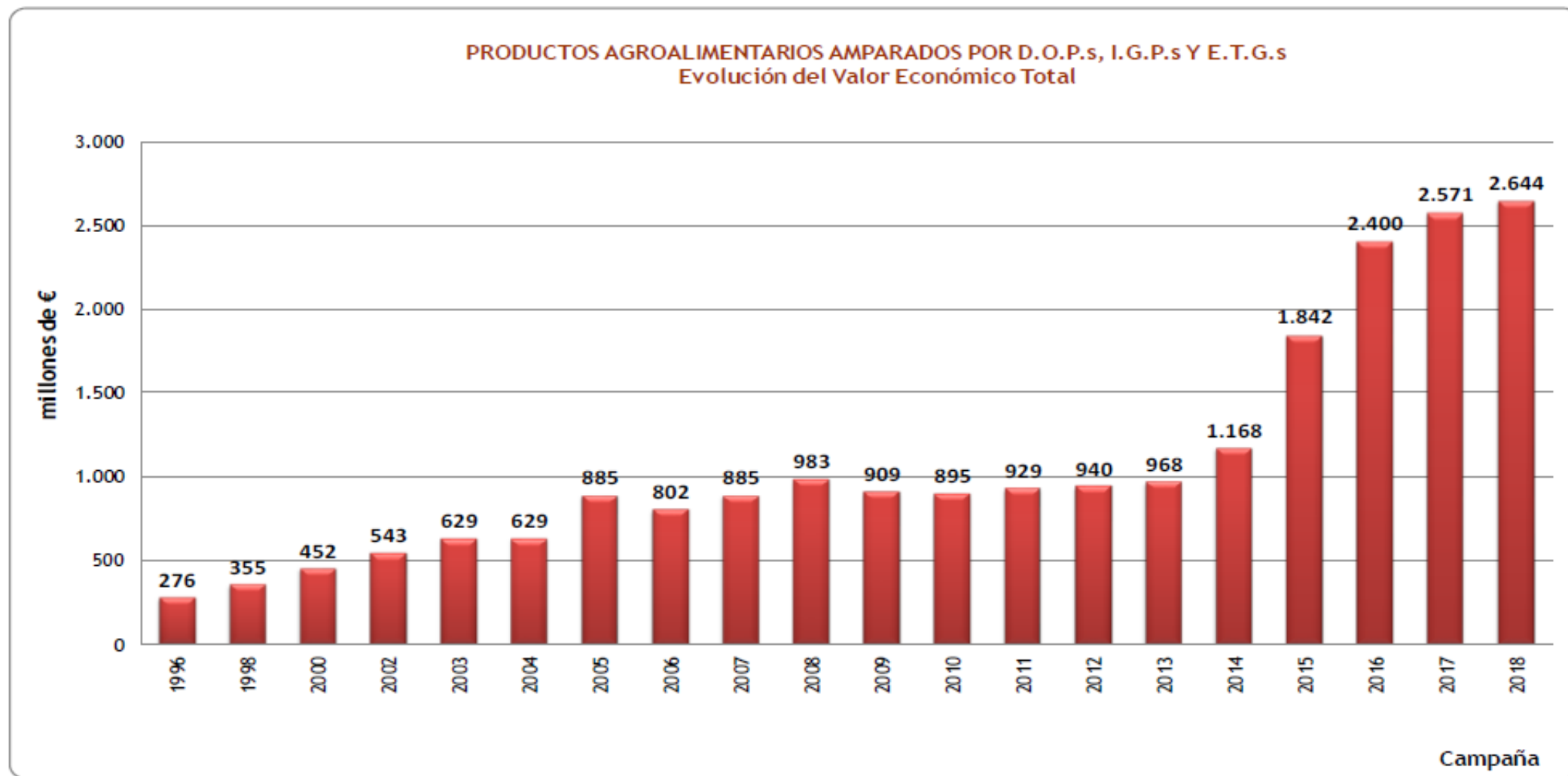


# Crecimiento económico de las IG en España

## 5. Valor Económico - Evolución

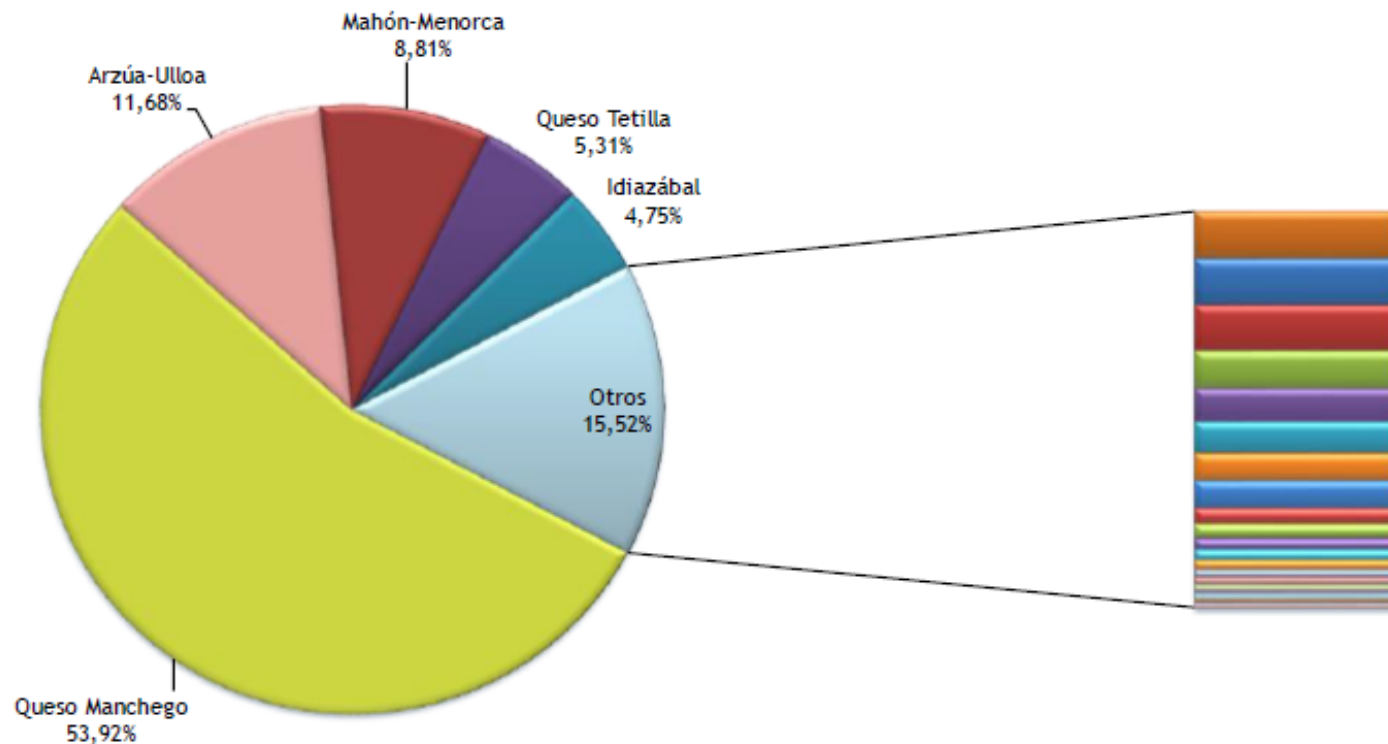
	1996	1998	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
QUESOS	57,11	73,41	91,33	109,40	133,77	131,92	169,68	160,79	191,62	151,22	184,50	206,38	216,11	209,42	211,17	230,41	259,73	278,66	283,80	297,94
ACEITE DE OLIVA VIRGEN	27,11	28,26	49,14	55,91	47,94	68,40	106,54	89,29	87,53	101,19	88,29	76,34	85,69	103,75	108,01	128,56	136,66	133,56	137,45	157,49
JAMONES	34,85	32,82	49,33	49,49	62,59	78,65	117,86	131,91	129,45	129,70	153,85	133,11	111,16	120,82	115,14	137,00	709,16	1.006,94	1.132,46	1.110,58
ARROZ	7,54	5,41	9,41	12,54	11,84	11,53	13,32	14,31	43,16	15,92	18,79	24,67	23,52	24,98	19,16	19,90	20,61	10,57	24,24	22,32
LEGUMBRES	0,48	0,74	1,17	1,56	1,85	1,85	1,47	2,18	2,20	2,65	2,58	3,27	2,62	2,67	2,86	2,93	3,43	3,97	4,56	4,57
HORTALIZAS	14,13	30,34	32,81	49,86	40,86	35,37	96,97	42,25	86,64	69,08	54,12	51,22	47,03	46,73	76,80	75,73	72,22	69,80	80,66	82,80
CÁRNICOS (1)	52,13	46,73	80,37	105,04	120,63	130,72	160,71	160,39	168,96	180,43	198,08	191,05	203,63	228,29	214,44	220,83	232,76	242,14	246,25	271,41
FRUTAS	39,46	87,46	72,99	70,90	81,46	69,13	80,74	78,18	81,96	141,01	64,28	94,57	129,73	95,68	106,31	208,77	220,06	465,52	466,04	481,00
PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA	43,33	49,84	65,46	83,63	118,97	87,84	106,16	85,95	38,39	94,03	67,79	76,50	71,95	67,90	76,94	85,18	95,95	102,30	103,22	106,84
MIEL	0,10	0,30	0,09	0,49	0,47	2,14	1,26	1,21	2,85	2,99	3,43	3,87	3,95	5,04	5,50	3,42	3,65	3,95	3,78	4,38
CONDIMENTOS Y ESPECIAS				1,43	6,08	8,68	6,61	7,23	6,90	6,54	7,32	7,41	8,39	8,39	8,27	7,85	7,48	11,21	12,55	13,68
MANTEQUILLA				2,33	2,27	2,29	2,22	2,22	2,87	2,92	2,83	2,66	2,68	3,00	3,35	3,48	3,16	3,51	3,90	4,34
PESCADOS Y MOLUSCOS				sin datos	0,00	0,04	20,60	25,34	41,59	84,07	52,27	22,89	21,23	21,87	18,19	41,68	50,96	40,42	40,09	57,30
SIDRA					sin datos	0,45	0,49	0,71	0,99	0,94	1,22	1,50	1,78	1,86	1,69	2,17	1,82	1,99	3,21	4,10
CEREALES TRANSFORMADOS															-	-	-	0,20	2,73	2,17
VINAGRES											9,99	N/D	N/D	N/D	N/D	0,03	24,32	24,94	26,25	23,53
<b>TOTAL</b>	<b>276,23</b>	<b>355,31</b>	<b>452,30</b>	<b>542,58</b>	<b>628,73</b>	<b>629,02</b>	<b>884,61</b>	<b>801,96</b>	<b>885,11</b>	<b>982,69</b>	<b>909,35</b>	<b>895,44</b>	<b>929,47</b>	<b>940,40</b>	<b>967,83</b>	<b>1.167,94</b>	<b>1.841,97</b>	<b>2.399,67</b>	<b>2.571,19</b>	<b>2.644,45</b>

## Crecimiento económico de las IG en España



## Crecimiento económico de las IG en España

Comercialización Total de Quesos: 28.604.862 kg



Queso de Murcia al Vino	1,86%
Queso de Murcia	1,83%
San Simón da Costa	1,76%
Cabrales	1,46%
Roncal	1,35%
Torta del Casar	1,22%
Queso Majorero	1,07%
Queso de L'Alt Urgell y la Cerdanya	1,06%
Queso Zamorano	0,62%
Queso de Valdeón	0,54%
Gamonedo	0,45%
Afuega'l Pitu	0,42%
Nata de Cantabria	0,38%
Queso de la Serena	0,32%
Queso Ibores	0,27%
Queso Palmero	0,25%
Cebreiro	0,15%
Picón-Bejes-Tresviso	0,15%
Queso Camerano	0,13%
Quesucos de Liébana	0,09%
Queso Los Beyos	0,09%
Queso Casín	0,03%

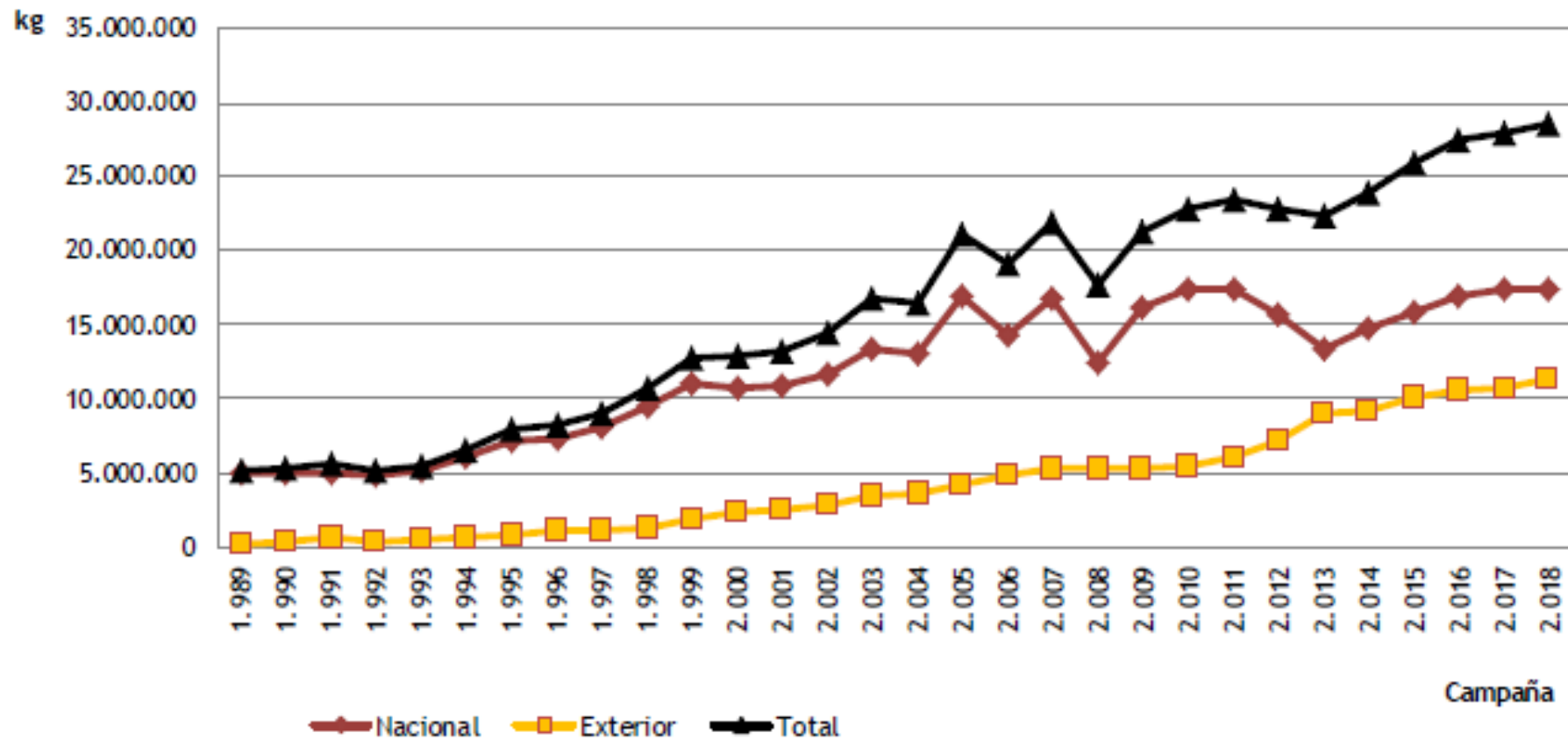
Queso de Flor de Guía / Queso de Media Flor de Guía / Queso de Guía  
0,01%



## Crecimiento económico de las IG en España

### EL DESPEGUE DE LAS EXPORTACIONES

Evolución de la comercialización total por mercado de destino (Campañas 1989-2018)



ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE





## Los beneficios de la unión entre productores y Consejos Reguladores



# EL LIDERAZGO DE LOS PRODUCTORES

## El orgullo de pertenencia

Es muy importante recordar que sin la unión de productores no pueden existir las IG.

Es necesario resaltar que esta unión permite avanzar en el reconocimiento de un IG, con lo que se preserva un patrimonio cultural que pasa a ser público y evitando su utilización privativa.

Tampoco es desdeñable el papel de las IG, en un desarrollo sostenible y como generadoras de riqueza en zonas rurales, y potenciando también el papel de la mujer como vector de dinamismo y liderazgo.







## **LAS FORTALEZAS DE LAS I.G.**

- 1. Defensa de los intereses sectoriales comunes.**
- 2.- Promoción del producto.**
- 3.- La lucha contra el fraude.**
- 4.-La interlocución con las diferentes administraciones.**
- 5.- Mejora de la calidad**
- 6.-La suma de recursos para un bien común, es el resultado de la asociación de productores de I.G.**





## **LAS RESISTENCIAS QUE NOS VAMOS A ENCONTRAR**

- 1. Los productores por definición, no encajan fácilmente con los procesos de auditoría.**
- 2. Los Órganos de Control o Consejos Reguladores, deben poder autofinanciarse.**
- 3.- Las desconfianzas entre productores, y especialmente de los pequeños a los grandes.**





## **EL PAPEL CLAVE DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA COMO TUTELANTE PERO TAMBIÉN COMO ACOMPAÑANTE**

- 1. La administración pública, debe estar presente como tutelante el órgano de gobierno, puesto que estamos gestionando un patrimonio público, que pertenece a todos los ciudadanos del Estado que se trate, y también porque se otorgan poderes de inspección y sanción al Consejo Regulador de que se trate.**
- 2. Como acompañante, porque frecuentemente, actúa como árbitro, en las diferencias que se producen en los órganos de Gobierno.**



# Los Consejos Reguladores

En General su naturaleza jurídica, puede variar un poco pero de forma mayoritaria son corporaciones de derecho público.

Son instituciones de base democrática y su afiliación es obligatoria, en caso de querer comercializar el producto con la D.O.



La D.O. Ribera del Duero

HISTORIA ORGANIGRAMA PLENO DEL CONSEJO

Home»La D.O. Ribera del Duero

Como Consejo Regulador de la D.O. Ribera del Duero, nuestra función principal es avalar con nuestro sello la autenticidad de los vinos de esta Denominación de Origen, asegurando al consumidor que cada botella que lleva una contraetiqueta numerada ha superado rigurosos controles antes de llegar a sus copas.

# Los Consejos Reguladores

Están dirigidas por los representantes electos de los productores acreditados o certificados, generalmente también hay un representante de la Administración en sus órganos de dirección.

Cuentan con facultades delegadas de inspección y sanción.

nación  
n Calificada



Miembros del Pleno del Consejo Regulador DOCa Rioja

## Composición y funciones del Consejo Regulador

### Consejo Regulador DOCa Rioja

Estructura y  
organigrama

Plenos y comisiones

Vocales y  
representación

Comisiones

Legislación +

Memoria Anual

Estadísticas

# Los Consejos Reguladores

Sus órganos de dirección son Asamblea General, Comité de Dirección, Comité Permanente.

Sus Órganos unipersonales, Presidencia, Dirección General, Secretaría.

A continuación video de 5 minutos sobre el funcionamiento práctico y real de un Consejo Regulador.



Denominación  
de Origen Calificada



ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE





# Los Consejos Reguladores

Función principal de los Consejos Reguladores, es trabajar con el objetivo puesto en la calidad del producto.

Dicha calidad es determinante para el prestigio reputación del producto y de la D.O.

Por lo tanto los productores asociados deberán estar comprometidos en cumplir con rigor las normas de su pliego de condiciones y persistir en la mejora de la calidad.

A continuación video de 5 minutos sobre el funcionamiento práctico y real de un Consejo Regulador.





# Los Consejos Reguladores

## LA FINANCIACIÓN DE LOS CONSEJOS REGULADORES.

**Ayudas en sus inicios.**

**Auto-financiación como objetivo ineludible.**

*El Reglamento de la Denominación de Origen "Jerez-Xérès-Sherry" fue el primero en publicarse en España, en enero de 1935, de acuerdo con la primera ley del vino de nuestro país, el Estatuto del Vino de 1933.*



ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



## La contra-etiqueta:

Lleva impreso el distintivo del Consejo Regulador de la Denominación de Origen y da garantía a la autenticidad, origen y control de calidad del Vino.

También puede informar de la vejez de un vino, (crianza, reserva o gran reserva).

La normativa actual prohíbe toda inscripción que induzca a error o comporte publicidad, sólo puede hacer referencia al Consejo Regulador de que se trate.

  Cava tradicional	  Cava Reserva
  Cava Gran Reserva	 Cava de Paraje Calificado





# 1. DISCO DE CASEÍNA



# 3. CONTRAETIQUETA



QUESO INFERIOR A 1,5 KGS.



PORCIÓN ENVASADA



# 2. ETIQUETA COMERCIAL



# La promoción de las IG

Los cuadros del Museo del Prado y las IG españolas



© Museo Nacional del Prado

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE





# Historias en tu mesa



EVENTO DE RR.PP. - MUSEO DEL PRADO. 26 DE FEBRERO DE 2019



**Bodegón con flores, copa de plata dorada, almendras, frutos secos, dulces, panecillos, vino y jarra de peltre**  
Peeters, Clara

Óleo sobre tabla, 52 x 73 cm.

1611

Madrid, Museo Nacional del Prado



## Historias en tu mesa

Los **turrónes de Jijona** y **Turrón de Alicante** son dulces únicos y cuya elaboración es un tesoro conservado a lo largo de los siglos. El proceso de elaboración es artesanal y se han conservado las técnicas de generación en generación, para que el sabor y la calidad sean hoy en día un símbolo de excelencia y exquisitez. Por eso cuando llega a tu mesa, trae una historia de reputación, esfuerzo y origen, y es merecedor del **sello europeo IGP**.

Conoce los sellos DOP  e IGP  y más historias en [www.historiasentumesa.es](http://www.historiasentumesa.es)



CAMPANA FINANCIADA  
CON AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA

El contenido de la presente publicidad representa únicamente la opinión de su autor y es responsabilidad exclusiva del mismo. La Comisión Europea no asume ninguna responsabilidad por el uso que cualquier lector haga de la información que contiene.





# Historias en tu mesa

EVENTO DE RR.PP. - MUSEO DEL PRADO. 26 DE FEBRERO DE 2019





## Publicidad en TV



[https://youtu.be/ KUBu8KEsDs](https://youtu.be/KUBu8KEsDs)



<https://youtu.be/EnEunJS41Qg>



<https://youtu.be/80TzMMQEILc>



<https://youtu.be/tu-TwyfCQZw>



<https://youtu.be/7qd2uinX0z0>



# Nuevas formas de promoción subrayando la excelencia.

Los Vinos V.O.S y V.O.R.S. en la D.O. Vinos de Jerez



The screenshot shows the website for Vinos de Jerez. The header includes the logo 'VINOS DE JEREZ SHERRY WINES', navigation links for 'Los Vinos', 'Profesionales', 'Gastronomía', 'Marco de Jerez', 'Noticias', and 'idiomas', a search icon, and the 'Europa' logo with the text 'Invierte en las zonas rurales'. The main content area features the article title 'Terminología y precintas especiales' in a gold serif font. The text explains the regulatory requirements for V.O.S. and V.O.R.S. wines, including their Latin and English designations. An image of a wine cellar with wooden barrels is positioned to the right of the text. Below the image, a paragraph states that these designations are used to distinguish high-quality wines. The footer of the screenshot is not visible.

**Terminología y precintas especiales**

La normativa sobre vinos con Vejez Calificada prevé igualmente la aplicación de una terminología específica. Así, los vinos de más de 20 años utilizan las iniciales V.O.S., correspondientes a la mención latina "Vinum Optimum Signatum" (Vino Seleccionado como Optimo) y coincidente también con la expresión inglesa "Very Old Sherry", tan frecuentemente utilizada en el etiquetado de este tipo de vinos.

En el caso de los vinos de más de 30 años, las iniciales a utilizar son V.O.R.S., correspondientes a "Vinum Optimum Rare Signatum" (Vino Seleccionado como Optimo y Excepcional) y coincidentes igualmente con la frase inglesa "Very Old Rare Sherry".

Tanto las iniciales V.O.S. y V.O.R.S. como la leyenda latina a la que corresponden dichas iniciales, aparecen en la precinta especial con la que el Consejo Regulador distingue a los vinos calificados y que han de ser incorporadas a su etiquetado.



**MUCHAS GRACIAS – ASIPI RIO DE JANEIRO 2020**

[www.origenespana.es](http://www.origenespana.es)  
[www.historiasentumesa.es](http://www.historiasentumesa.es)  
[info@origenespana.es](mailto:info@origenespana.es)

