
tenido en proteínas y la calidad higiénica, arbitrándose a tales efectos un sistema de primas y penalizaciones.

C) *Campañas de Información al Consumo*

Una buena política alimentaria debe tender en todo momento a una mejor y más racional utilización de los recursos alimentarios propios. Para ello se han realizado diversas Campañas de Orientación al Consumo a las que se destinaron 358.591.805 millones de pesetas. En tal sentido en 1985 se han confirmado las acciones emprendidas para elevar el grado de conocimiento del sector consumidor sobre la leche pasteurizada, utilizando básicamente el medio televisivo. Se ha insistido igualmente en la línea de ampliación del mercado del mosto a través de televisión, radio y la edición de 60.000 ejemplares de un folleto divulgativo sobre tal producto. Por primera vez en la ejecución de las campañas reseñadas se realizaron estudios previos de caracterización del producto en el mercado, para lo cual se contrataron los servicios de empresas especializadas en el estudio de mercados. El asesoramiento de la empresa consultora se extendió a la realización de pre-test publicitario (en el que se juzgaban y seleccionaban los motivos, temas o mensajes más idóneos para alcanzar los objetivos apuntados en el estudio del perfil del producto), así como un estudio posterior para evaluar los objetivos alcanzados y puntualizar detalles a considerar en futuras campañas.

Asimismo, y dentro de las actividades promocionales, la situación excedentaria de la patata de consumo en el invierno 84/85 y el consecuente desequilibrio entre oferta y demanda, hizo aconsejable la realización de una campaña de promoción del consumo que se efectuó en radio y prensa. Finalmente, y en el marco de la normalización y tipificación de productos hortofrutícolas se han realizado campañas de información para que el consumidor conozca sus derechos a exigir distintas calidades, perfectamente determinadas y acordes con el precio que está dispuesto a pagar, utilizándose como medios la televisión, la radio y la edición de 660.000 carteles que resumen las normas de calidad. Independientemente de las citadas campañas se ha procedido a la reedición de la cartilla «Naturaleza y Alimentación» en cuantía de 45.000 ejemplares, en la que se le ofrecen al sector infantil y juvenil nociones básicas acerca del origen y características de los alimentos, con su entronque masivo en las áreas que entran en el marco de competencias del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

VII.4. LA PROTECCION DE LA CALIDAD

A) *Denominaciones de Origen.* *Otras Denominaciones*

El INDO, encargado desde su creación por la Ley 25/1970, de la protección de la calidad en materia agroalimentaria, perdió la condición administrativa de Organismo Autónomo en 1985, para pasar a convertirse en Subdirección General del Instituto Nacional de Denominaciones de Origen, integrada en la Dirección General de Política Alimentaria, asumiendo dicha unidad con plenitud las competencias que correspondían al Organismo suprimido.

En cuanto a las Denominaciones de Origen de vinos, se han ratificado los reglamentos de «Somontano» y de «Tierra Alta» que geográficamente se sitúan en las provincias de Huesca y de Tarragona. De igual forma, se ha procedido a ratificar el nuevo reglamento de la Denominación de Origen «Montilla-Moriles», que sustituye al aprobado el año 1977.

La lista de quesos con Denominación de Origen reglamentada se ha ampliado durante 1985 incorporándose a la misma la Denominación de Origen «Mahón» y la Denominación de Origen «Queso de Cantabria». En ambos casos el M.A.P.A., ha procedido a ratificar los reglamentos respectivos, aprobados por las Comunidades Autónomas de Baleares y de Cantabria.

En el sector del jamón curado puede considerarse el año de 1985 de gran importancia al haber entrado en vigor el primer reglamento de la Denominación de Origen, en concreto referido al «Jamón de Teruel», que protege a los jamones producidos y elaborados en esa provincia aragonesa. A ello se une la avanzada situación administrativa de la Denominación de Origen «Guijuelo» que protegerá los jamones de cerdo ibérico procedentes de esa zona geográfica salmantina.

Por otra parte, el limitado número de productos que hasta la fecha pueden acogerse al régimen de protección a la calidad que se contempla en el Título III de la Ley 25/1970 (productos vitivinícolas, sidra, aceites vírgenes de oliva, quesos, jamones curados, judías secas, lentejas, garbanzos, arroces y espárragos), se incrementó al acceder al mismo, por el Real Decreto 2671/1985, de 18 de diciembre, los pimientos.

De forma complementaria, el Real Decreto 1573/1985, de 1 de agosto, reguló las Denominaciones Genéricas y Específicas de productos alimentarios. En el mismo, se establecen precisiones sobre las defini-

ciones de estas Denominaciones, creándose, además, cauces precisos para poder solicitar los particulares y asociaciones la calificación para productos concretos. En el orden institucional, se delimitan las competencias y actividades de las distintas Administraciones, para conseguir una adecuada defensa de nuestras producciones de calidad, tanto en el mercado nacional como en el internacional.

Entre las Denominaciones Específicas, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha procedido a aprobar el Reglamento de la Denominación Específica «Toro», que protege los vinos obtenidos en la correspondiente comarca de la provincia de Zamora. Igualmente, si bien, con carácter provisional, ha promocionado como Denominaciones Específicas a los vinos procedentes de las comarcas de «El Bierzo» y «Cigales», enclavadas, respectivamente en las provincias de León y Valladolid.

Como documento básico para el conocimiento del sector de los quesos artesanos en nuestro país, cabe citarse la realización por encargo del INDO, de un completo «Inventario de quesos artesanos en España», que servirá de apoyo para futuras actuaciones de protección de este aspecto de nuestro rico patrimonio alimentario.

B) *Mejora de la calidad de los vinos*

Durante 1985 el INDO ha continuado desarrollando la labor comenzada en la anterior campaña en el campo de la Mejora de la Calidad. En síntesis estas actuaciones han consistido en:

— Proseguir la aplicación de la Orden Ministerial de 1 de agosto de 1979 que regula el empleo de las etiquetas de las indicaciones relativas a la calidad, edad y crianza de los vinos (Plan Nacional de Control de Calidad).

Los controles relativos a este Plan se han efectuado en las Denominaciones de Origen comprendidas en las Comunidades Autónomas de Castilla-La Mancha, Castilla y León y Valencia.

Este control tiene como objetivo el establecer un clima de confianza entre el consumidor y las indicaciones que se presenten en el etiquetado o la publicidad de los vinos, así como una adecuación del nivel de calidad media de estos, a los nuevos requerimientos del mercado.

— Incidir, asimismo, de forma directa en el terreno de la mejora intrínseca de la calidad de los vinos, a través de mejorar su proceso de transformación. Para ello se han facilitado equipos de moderna

tecnología enológica para la instalación de nuevas bodegas experimentales; así se ha facilitado material técnico (depósitos de acero inoxidable, equipos de frío, pequeñas plantas embotelladoras, etc.), para la puesta en marcha de la bodega experimental de Tacoronte (Tenerife) y complementar la instalada en Movera (Zaragoza). Sin embargo, las actuaciones del INDO en este campo no se han limitado al suministro de equipos sino que ha estado presente y ha colaborado activamente con los técnicos responsables de las Comunidades Autónomas respectivas en los planteamientos y ejecución de los programas de experiencias que cada una de las bodegas experimentales está desarrollando, así como en la valoración de los resultados obtenidos. En base a estas experiencias ha podido obtenerse un vino blanco de mesa en la Denominación de Origen «Condado de Huelva», de calidad comparable a la de las zonas más tradicionales, partiendo de la variedad autóctona Zalema que presentaba serios problemas para este fin.

Las experiencias realizadas en la bodega experimental del Ribeiro han permitido rescatar elaboraciones de variedades autóctonas de alta calidad (Treixadura, Torrontés, etc.) apreciándose la excelencia de los vinos con ellas producidos cuando se aplican adecuadas técnicas enológicas.

Los ensayos efectuados en la bodega experimental de La Ribera de Duero (Burgos), señalan el enorme potencial de calidad del viñedo que se cultiva mayoritariamente en la zona, especialmente para la elaboración de vinos tintos.

En Requena (Valencia), las experiencias han sido dirigidas a la resolución de problemas tecnológicos que la elaboración de sus vinos presentaba: Elevada acidez málica en los tintos, tendencia a la oxidación en rosados, elevado contenido en hierro, etc., habiéndose obtenido resultados muy notables ya durante el primer año de experimentación.

— Proseguir la tarea de comprobación de la calidad organoléptica de la oferta nacional de vinos, mediante la continuación y finalización del Plan de Vigilancia y Control de los Vinos Españoles, comenzado en 1984 y consistente en la cata y análisis de las muestras de vino de mesa que están presentes en el mercado, obteniéndose, mediante tratamiento informático, un profundo conocimiento de la calidad de estos productos, en función de su procedencia y estrato de precio en que están incluidos.

Estas actividades quedan complementadas con la presencia del INDO en numerosos actos tendentes a potenciar la calidad de nuestros vinos: mesas redon-

das, conferencias, reuniones, intervenciones en los medios de comunicación (TVE, prensa, etc.), catas dirigidas, concursos y presentación de vinos, etc.

C) Catastro vitivinícola

En la campaña 1985 se llevó a cabo la actualización de los datos relativos al viñedo y bodegas correspondientes a la totalidad de la provincia de Albacete así como, a parte de las de Córdoba, Huelva, Ciudad Real y Toledo, según queda reflejado en el siguiente cuadro:

Provincia	Superficie de viñedo (ha.)	Número de bodegas
Albacete	140.622	468
Córdoba	1.898	—
Huelva	6.500	—
Ciudad Real	12.237	—
Toledo	1.670	—
TOTAL	162.963	468

Con estos trabajos y los realizados desde 1982, año en que se inicia el proceso, están totalmente actualizadas, en lo referente a superficie, las provincias de Albacete, Badajoz, Ciudad Real, Córdoba, Huelva y Toledo con una superficie total de viñedo de 708.586 hectáreas, lo que representa el 45,07 por ciento del viñedo nacional.

Están pendientes de su edición, en colaboración con la Subdirección General de Informática las publicaciones del Catastro Vitivinícola Actualizado de las provincias de Badajoz, Huelva, Córdoba, Ciudad Real, Toledo, Albacete y las Denominaciones de Origen de Valdepeñas, Condado de Huelva, Montilla-Moriles y Mérida así como el Tomo Nacional.

D) Promociones

El Instituto Nacional de Denominaciones de Origen, ha realizado las siguientes actividades de promoción con el objeto de dar a conocer las Denominaciones de Origen y Específicas de los productos por ellas protegidos:

● Asistencia a ferias, congresos y exposiciones:

— IFE, International Food and Drink Exhibition, celebrada en Londres.

— FITUR, Feria Internacional de Turismo, Festival del vino y cocina de España.

— JORNADAS GASTRONOMICAS ESPAÑOLAS, celebradas en el Hotel Royal Lancaster de Londres.

— ITB, Bolsa Internacional de Turismo, celebrada en Berlín.

— IV JORNADA DEL QUESO ESPAÑOL, celebrada en el Hotel Palas Atenea de Palma de Mallorca.

— III ENCUENTROS DE TRABAJO Y CONVIVENCIA, Feria organizada por la Asociación de Detallista de la Alimentación, celebrada en Madrid.

— JORNADAS CULTURALES DE ESPAÑA EN VIENA.

— ALIMEXPO, Feria de la Alimentación de Andalucía, celebrada en Granada.

— JORNADA ESPAÑOLA EN EL PARLAMENTO ALEMÁN, celebrada el 18 de junio con motivo de la incorporación española a la Comunidad Económica Europea.

— FIRAVI, Feria internacional de la viña y del vino.

— MUNICIPALIA, celebrada en Lérida.

— VIII SEMANA VERDE DE GALICIA, celebrada en Silleda.

— VINEXPO, Feria Internacional de vinos y licores, celebrada en Burdeos (Francia).

— EXPOLIVA, celebrada en Jaén.

— CONGRESO DE ECONOMISTAS AGRARIOS, celebrado en Torremolinos.

— FERIA DE SAN MIGUEL, celebrada en Lérida.

— ANUGA, Feria Mundial de la Alimentación, celebrada en Colonia (República Federal Alemana).

● Campaña de promoción de los productos de calidad con denominación de origen y específica:

Realizada por 158 millones de pesetas en RTVE, con la emisión de 11 publirreportajes de 2 minutos y 25 spots de 25 segundos en la 1.ª y 2.ª cadena y publicación en los suplementos dominicales de 4 diarios de 54 páginas a color.

● Material de promoción:

— Reedición y actualización del folleto «Las Denominaciones de Origen de España, Vinos, Quesos, Jamones y Aceites», en español e inglés.

— Tríptico «Aceites Vírgenes de Oliva con Denominación de Origen», «Quesos con Denominación de Origen» en alemán.

— Reedición de la «Guía de los Vinos Españoles con Denominaciones de Origen y Específicas».

-
- Reedición del folleto «Bodegas Exportadoras con Denominación de Origen».
 - Reedición «Queso Español con Denominación de Origen» en español y francés.
 - «Rutas del Vino» en español, inglés, francés y alemán.
 - Calendario 1986 para la promoción de los productos agroalimentarios de calidad, 120.000 ejemplares.
- Estudios:
 - Estudio Cualitativo base sobre productos alimenticios con denominación de origen.
 - Inventario de quesos artesanos de España.
 - Estudio sobre la dimensión del mercado de vinos con denominación de origen.
 - Estudio del comportamiento de los consumidores de vinos con denominación de origen: