vinetur

Origen España y ANGED renuevan su acuerdo para reforzar la protección de las DOP e IGP en tiendas

El convenio incluye formación y un protocolo para corregir errores de identificación antes de que deriven en fraude alimentario

lunes 5 de octubre de 2026



Origen España y La Distribución ANGED renovaron este lunes, 5 de octubre, en Madrid su acuerdo de colaboración después de una jornada de formación dirigida a profesionales del comercio para mejorar la identificación y la presentación de los productos con denominación de origen protegida (DOP) e indicación geográfica

protegida (IGP) en los puntos de venta. Ambas entidades relacionan esta iniciativa con la prevención del fraude alimentario y con una mayor protección de los sellos de calidad diferenciada.

La sesión se celebró en la sede de ANGED y reunió a responsables de la distribución y especialistas en calidad alimentaria. Durante el encuentro, Origen España presentó herramientas prácticas para ayudar a los asistentes a reconocer el valor de una DOP o una IGP, saber cómo deben mostrarse al consumidor y detectar situaciones que pueden generar dudas o confusión.

El presidente de Origen España, Ángel Pacheco, defendió que “la formación y el diálogo directo con la distribución son las mejores formas de contribuir a una mayor protección de estos productos identitarios del territorio”. Pacheco también vinculó la defensa de estos sellos con el equilibrio territorial y afirmó que, en España, el 80% de la población vive en el 20% del territorio. A su juicio, cuidar las zonas rurales pasa también por apoyar alimentos y bebidas amparados por DOP e IGP, que impulsan el tejido socioeconómico de esas áreas.

La presidenta de La Distribución ANGED, Matilde García Duarte, señaló que para las empresas asociadas es importante mantener el apoyo a estos productos y facilitar al consumidor el acceso a una dieta variada en la que tengan presencia referencias alimentarias del país. Tras la firma del convenio, añadió que el acuerdo refuerza el compromiso de la distribución con los alimentos y bebidas de calidad diferenciada y con su papel dentro de la cadena agroalimentaria.

La jornada incluyó varias ponencias centradas en la comercialización y la comunicación de las indicaciones geográficas, sellos europeos que identifican alimentos y bebidas ligados a un origen concreto y a unas condiciones de producción fijadas en sus pliegos. La primera intervención corrió a cargo de Mónica de Santos, jefa del Área de Calidad Diferenciada del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, que expuso los criterios para respetar esos pliegos en la comercialización y manipulación de productos DOP e IGP y repasó los principales aspectos del reglamento europeo aplicable.

Después intervino la coordinadora general de Origen España, Rebeca Vázquez, con una ponencia sobre la información al consumidor en el lineal. Vázquez analizó los elementos que deben cuidarse en la presentación de estos productos y remarcó que la cartelería y la ubicación en la estantería son básicas para que el comprador entienda el valor de estos alimentos y su forma de elaboración, sin inducir a error. En la venta minorista, un fallo de identificación puede afectar tanto al consumidor como al uso correcto de nombres protegidos por la normativa europea.

El bloque jurídico estuvo a cargo de Mario Pomares, socio director de Berenguer&Pomares y asesor jurídico de Origen España. Su intervención se apoyó en la resolución del Tribunal Supremo sobre el caso 'Champanillo', que, según trasladó, amplía el concepto de evocación asociado a las indicaciones geográficas tanto a productos como a servicios relacionados. Pomares explicó que la evocación es la fórmula de protección más amplia de las IIGG para defender sus nombres y que su uso indebido puede abarcar referencias fonéticas, imágenes gráficas y supuestos que van más allá de los productos similares. Por eso, planteó la necesidad de contar con protocolos eficaces para evitar infracciones en la distribución.

La renovación del convenio entre Origen España y ANGED fija un marco de acción conjunta para impulsar el conocimiento sobre DOP e IGP y mejorar los mecanismos de prevención y resolución del fraude. Como parte de esa cooperación, ambas organizaciones desarrollan actividades formativas para el personal de las empresas asociadas a ANGED y mantienen un protocolo de actuación ante posibles errores de identificación en los puntos de venta.

Ese sistema prevé que, si un consejo regulador detecta un fallo en catálogos, páginas web o tiendas físicas y en línea de alguna empresa integrada en ANGED, lo comunique a Origen España. A partir de ahí, la asociación traslada la incidencia a la organización de la distribución para que contacte con la empresa responsable y corrija el problema. Pacheco defendió que esa interlocución directa ayuda a evitar usos incorrectos antes de que se produzcan y acelera la solución cuando surge una incidencia.

Las cifras de ambas entidades muestran el alcance de esa colaboración. Origen España, creada en 2008, cuenta con 98 asociados y asegura representar el 81,50% del valor económico de las indicaciones geográficas agroalimentarias españolas, con más

de 1.834 millones de euros en valor de mercado. ANGED agrupa a 25 empresas de la distribución con más de 8.000 establecimientos y 240.000 empleados directos. La organización afirma además que sus tiendas reciben cada día a 4,5 millones de consumidores, una dimensión que explica el interés de los consejos reguladores por mejorar la identificación de estos productos en el canal de venta.