



Denominación de Origen Queso Manchego

El pasado mes de marzo entró en vigor el Reglamento de ejecución UE 129/2012, de modificación de condiciones en la Denominación de Origen Queso Manchego, referidas a las características de la leche utilizada y eliminando la determinación de lactosa y densidad dado que no afectan a la calidad del queso elaborado y estableciendo que la medición de acidez se haga mediante determinación del pH y no en grados. Además, teniendo en cuenta los avances tecnológicos aplicados en las industrias de elaboración, se ha dado una redacción actualizada a las disposiciones que regulan algunas fases de elaboración como la de corte de la cuajada, prensado y maduración, estableciendo valores límite de temperatura y humedad.

Indicación Geográfica Protegida Pimiento de Fresno Benavente

El pasado 1 de febrero se publicó en el *Diario Oficial de la Unión Europea* la solicitud de registro para la Indicación Geográfica Protegida Pimiento de Fresno Benavente, enviada a la Comisión para verificación de requisitos. El producto se describe como el fruto de la planta de pimiento para consumo en fresco de una selección del tipo pimiento morrón, con carne gruesa y de color rojo. La zona de producción se localiza en varios municipios de las provincias de León, Zamora y Valladolid, y esta vinculación tiene justificación histórica y gastronómica y su reputación viene avalada por la repercusión de las ferias del pimiento que se celebran anualmente y que están incluidas en el catálogo oficial de Castilla y León.



Normas de comercialización del aceite de oliva

El pasado 13 de febrero entró en vigor el Reglamento de la Comisión Europea UE 29/2012, sobre normas de comercialización del aceite de oliva para garantizar la autenticidad del producto vendido en operaciones de comercio minorista, de manera que los envases no podrán tener una capacidad superior a cinco litros, salvo aquellos destinados a restaurantes, hospitales, comedores y centros similares, y deberán llevar un sistema de apertura que pierda su integridad después de su primera utilización. La etiqueta deberá incluir la categoría del aceite y el origen en los casos de virgen extra y virgen, referida a la zona geográfica de cosecha de las aceitunas y situación de la almazara. También podrán figurar en la etiqueta menciones referidas a la extracción en frío, características referidas al olor y sabor del producto e indicación de la acidez con los requisitos exigidos en el reglamento. El nuevo reglamento también regula los organismos nacionales de control del comercio de aceite de oliva así como sus responsabilidades de regulación y ejecución.



Residuos en alimentos de origen animal

El pasado mes de febrero entraron en vigor dos reglamentos regulando los límites máximos de residuos en los productos alimenticios de origen animal: el Reglamento UE 122/2012, que establece los límites máximos de metilprednisolona en productos provenientes de bovinos, y el Reglamento UE 123/2012, que establece el límite máximo de monepantel en productos provenientes de ganado ovino y caprino.

Promoción de mercados locales agroalimentarios

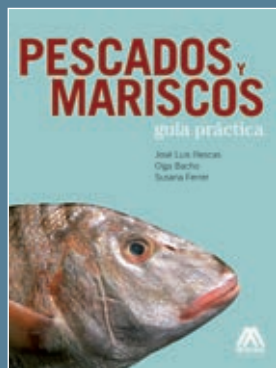
Un dictamen del Comité Europeo de las Regiones publicado, el pasado 23 de febrero, en el *Diario Oficial de la Unión Europea*, relativo al *Libro verde* sobre la información de los productos agroalimentarios y promover los sabores de Europa, reconoce el alcance limitado de las actuaciones de promoción alimentaria llevadas hasta la fecha, manifiesta la necesidad de potenciar los mercados locales de estos productos, así como de potenciar la información sobre los beneficios de una alimentación sana y equilibrada. Apoya las iniciativas de mejora en el etiquetado incluyendo el lugar de producción, de reforzar las pequeñas producciones y los mercados locales y regionales. Es preciso abordar campañas genéricas que difundan las ventajas de consumir productos de la Unión Europea por su alta calidad, seguridad y respeto al medio ambiente y bienestar de los animales, considerando que, en aras de conseguir una dimensión europea de todas las acciones de promoción financiadas con fondos comunitarios, debería contarse con valores, mensajes y contenidos comunes acuñados por la Comisión Europea. Considera adecuado utilizar marcas colectivas incluyendo las territoriales amparadas por las regiones y que, salvo el tabaco y las bebidas espirituosas, cualquier producto agroalimentario producido en la Unión Europea debe tener la posibilidad de participar en el régimen de promoción, si bien debe darse prioridad a los productos que contribuyan a una dieta sana y equilibrada.



Esta sección ha sido elaborada por
Víctor Manteca Valdelande, abogado

Más información:

legislación nacional: www.boe.es; legislación europea: eur-lex.europa.eu;
normas autonómicas: páginas web de cada comunidad autónoma



Publicaciones
y estudios

Mercasa al servicio de la cadena alimentaria



www.mercasa.es