



Marca Calidad Territorial

Nueve comarcas rurales españolas presentan la primera marca interterritorial europea

- Se trata de una iniciativa pionera en Europa que aglutina a 122 municipios y favorece a 373.500 ciudadanos de toda España
- La imagen se fundamentará en los principios de calidad económica en la empresa, responsabilidad social y respeto medioambiental

Madrid, 4 de mayo de 2005.-

Un total de 9 asociaciones dedicadas al desarrollo rural han presentado esta mañana en la sede del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de Madrid, la primera marca comercial interterritorial para los productos, servicios y actividades de zonas rurales, que se suma a la marca que cada territorio posee para identificar su comarca.. Se trata de una iniciativa innovadora en la Unión Europea, que tiene como objetivo que los productores de dichas zonas puedan acudir a los mercados internacionales bajo una misma etiqueta que los identifique.

El acto de presentación de la marca ha estado presidido por el Secretario General de Agricultura y Alimentación, Fernando Moraleda, quien también ha inaugurado las jornadas de trabajo sobre **“La Construcción de la cooperación transnacional del proyecto *Hacia una marca de Calidad Territorial*”**.

Estas jornadas reúnen a grupos de toda Europa para debatir sobre la necesidad de unir esfuerzos en la comercialización de sus territorios y conocer de primera mano la experiencia de los grupos impulsores españoles que ya han avanzado en el diseño de una marca y en el compromiso de cooperación.

Marca comprometida:

La Marca de Calidad Territorial presentada esta mañana tiene como novedad, frente a otras marcas comerciales, su compromiso con un desarrollo sostenible de las zonas de dónde procede, así como la responsabilidad social de sus empresas. De este modo, los productos, servicios públicos y privados y actividades que quieran incorporar en su etiquetado esta imagen deben respetar tres criterios básicos en su gestión, producción y forma de trabajo. Se trata de ser empresas o instituciones comprometidas con la calidad económica. Las empresas –en su mayor parte microempresas y pymes- deben regirse por criterios económicos y una gestión profesional.

También, para poder acceder a esta marca, las empresas deben respetar unos criterios de calidad social y laboral, sin espacio para la discriminación por sexo, con igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, con salarios iguales ante las mismas tareas, participación de los trabajadores en la empresa y la formación continua.

Finalmente, se trata de una marca que obliga a seguir unos criterios de respeto al medio ambiente tanto en la producción del producto como en la relación con clientes y proveedores.

De este modo, el objetivo es convertir esta imagen en la marca oficial europea que identifique a todos los productos, servicios y actividades de zonas rurales comprometidos con la calidad de todo el territorio. El apoyo del Ministerio a esta iniciativa es tal que está prevista la presencia de la titular de Agricultura, Elena Espinosa, esta tarde a partir de las siete y media de la tarde para conocer de primera mano el proyecto y sus objetivos.

Grupos participantes:

El grupo de asociaciones que han puesto en marcha esta iniciativa son la Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de El Condado (Jaén), la Asociación para el Desarrollo sostenible del Poniente Granadino (Granada), la Asociación para el Desarrollo de la Comarca de Talavera, Sierra de San Vicente y La Jara (Toledo), la Asociación Comarcal Don Quijote de la Mancha (Toledo), la Fundación de Garrotxa Líder (Gerona), la Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades (Burgos), Centro de Desarrollo Rural Valle del Eze-Entrecabos (Asturias), Asociación para el Desarrollo Rural "Ulla-Umia" (Pontevedra) y Asociación Serranía del Turia (Valencia).

Estas nueve comarcas aportan un total de 122 municipios y 373.500 habitantes de zonas rurales con problemas y características similares. Estas 9 zonas vienen aprovechando los fondos de desarrollo europeo Leader y se caracterizan por envejecimientos poblacionales, despoblación paulatina y sistemas económicos basados en el sector primario.

La Marca de Calidad Territorial responde a la iniciativa de las asociaciones creadas en cada comarca para la gestión de los fondos Leader Plus (Iniciativa Comunitaria de Desarrollo Rural) y es la prueba de la utilidad de los programas europeos de desarrollo para la revitalización y modernidad de zonas, antes abandonadas. Gracias a los programas de desarrollo estas comarcas constituyeron una serie de asociaciones cuyo objetivo es la mejora progresiva de las condiciones de vida de dichas regiones, la revitalización económica y social de estas zonas y la sostenibilidad de su entorno. Estas asociaciones, sin ánimo de lucro, están formadas por los ayuntamientos de cada comarca, sindicatos y asociaciones empresariales, empresas, asociaciones culturales, sociales y profesionales y agentes de todo tipo.

Para más información:

Cuestión Events:

96 315 30 70 // 661 668 932

M^a Jesús Mínguez; Carmen García