

---

# EL IMPACTO DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL USO COMERCIAL DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS

Montero Pilar\*<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Université d'Alicante, Espagne (UA) – Departamento de Filologías Integradas (Área de Francés) Facultad de Letras Campus de San Vicente Del Raspeig 03090 Universidad de Alicante, Espagne

## Résumé

Los consumidores se encuentran cada vez más preocupados por los productos que adquieren, otorgando cada vez más importancia a las características de los productos y servicios. Es frecuente por ello que las decisiones de compra se orienten por cuestiones relacionadas con el carácter sostenible de los productos, o por el respeto de ciertos procedimientos de elaboración, por el uso de determinados materiales o materias primas concretas, o por el hecho de respetar determinadas exigencias vinculadas con la tradición y la cultura. Es por ello que las indicaciones geográficas constituyen un elemento especialmente útil para comunicar a los consumidores una historia, una tradición y el carácter único de los productos adquiridos.

A su vez, otra demanda creciente de los consumidores se vincula a las características sostenibles de los productos. Adicionalmente, la Unión Europea ha situado a la sostenibilidad como un pilar esencial de su política legislativa. Y esta circunstancia no ha sido ajena al sistema de las indicaciones geográficas.

Los productos protegidos por el derecho de indicación geográfica son productos naturalmente orientados a objetivos de sostenibilidad, especialmente si tenemos en cuenta las tres perspectivas de la sostenibilidad: medioambiental, social y económica.

No obstante, es preciso evaluar las posibilidades de mejora del carácter sostenible de las indicaciones geográficas, unido a las necesidades de comunicación al público de estas características. Para ello en este trabajo se analizarán las novedades existentes a nivel de la Unión Europea respecto de los requisitos de sostenibilidad de las indicaciones geográficas, en lo que se refiere a productos agrícolas como artesanales e industriales.

Del mismo modo, se valorará la conveniencia de utilizar otros signos distintivos que ayuden a conseguir una efectiva comunicación del carácter sostenible de los productos. Se muestra especialmente importante en este ámbito el estudio de las interferencias entre indicaciones geográficas y las marcas en el mercado, de manera que se potencie el valor de las primeras, así como el carácter complementario de las segundas, potenciando en todo caso el carácter sostenible de los productos designados.

Todo ello redundará en el beneficio de las regiones, así como de las tradiciones y la herencia cultural de los países, potenciando el mantenimiento de los productos que configuran la identidad de los pueblos.

---

\*Intervenant

**Mots-Clés:** SOSTENIBILIDAD INDICACIONES GEOGRÁFICAS MARCAS