



**EL PROYECTO “km 0, fet al costat de casa”:
UNA INICIATIVA DE APOYO AL MEDIO
AMBIENTE
Y LA EMPRESA**

ÍNDICE

EL PROYECTO “km 0, FET AL COSTAT DE CASA	3
La etiqueta “km 0, fet al costat de casa	5
La distribución	6
INSTRUMENTOS NORMATIVOS DE APOYO AL PROYECTO “KM 0, FET AL COSTAT DE CASA	7

El depositario del proyecto “km 0, fet al costat de casa” es ASAJA Barcelona, con domicilio en Gran Vía de les Corts Catalanes, 610, 5è. 1ª, 08007 Barcelona.

EL PROYECTO “KM 0, FET AL COSTAT DE CASA”

El proyecto “km 0, fet al costat de casa” (en adelante “km 0”) es una iniciativa de **Asaja** para promocionar la compra y el consumo de productos agrícolas y ganaderos de proximidad producidos en Catalunya.

La iniciativa se basa en proyectos parecidos que están teniendo gran éxito en países desarrollados de nuestro entorno, como son el Reino Unido, Francia o Italia, y recoge la tradición extendida en Catalunya de ir al mercado a comprar los productos alimentarios directamente a los productores.

El proyecto “km 0” se estructura en tres grandes ejes. Por una banda la concienciación de qué la agricultura y la ganadería tradicionales, asociadas al consumo de productos de proximidad, tienen mucho a decir en la lucha para **mejorar el medio ambiente y frenar el cambio climático**. El comercio internacional, todo y reconociendo las ventajas que aporta a los consumidores en tanto que acceden a un mayor abanico de opciones de compra, también contribuye al deterioro del medio ambiente mediante la emisión, durante su transporte, de gases de efecto invernadero. Paralelamente, la necesidad de utilizar envases y material de embalaje crece cuando el producto ha de hacer un gran recorrido o ser manipulado para cambiar de un medio de transporte a otro, incrementando así la proliferación de material desechable y residuos asociados con la logística del transporte internacional.

El segundo gran eje del proyecto es **el apoyo a los productores locales**. La venta de productos de proximidad o “km 0” es una oportunidad para asegurarles un ingreso mayor o para facilitar el acceso al canal comercial de las medianas y grandes superficies a productores que no tendrían posibilidad de acceder debido a su corta productividad. Desde un punto de vista económico, los productos de temporada permiten un ahorro en los costes de producción. La capacidad de observar el ciclo natural de las estaciones puede limitar el uso de la energía necesaria. Con la venta de productos autóctonos se ahorra el transporte a largas distancias, ahorrando también costes en el almacenaje, el envasado y el combustible.

Finalmente, el tercer gran eje son **los consumidores**. El proyecto recoge los cambios en las preferencias de unos consumidores finales cada vez más conscientes e informados, que, además de productos con precios más bajos, son especialmente sensibles a las características de nutrición y seguridad alimentaria, que buscan enriquecer la experiencia de la compra con el conocimiento del origen de los productos y de los métodos de producción. De esta manera el valor del producto no es solo función de su precio sino también del significado que los consumidores le reconocen y aprecian en su decisión de compra.

Para afrontar estos retos, el proyecto propone la promoción del consumo de productos de proximidad o “**cadena corta**” o “km 0”. La “cadena corta” surge de la necesidad de crear nuevas formas de intercambio y cooperación entre los productores agrícolas y los consumidores, basadas por una banda en la relación directa entre el productor y el consumidor, eliminando los intermediarios, y de otra banda, en la reducción de los costos ambientales asociados con el transporte y la movilidad mediante el consumo de productos locales.

Este modelo de organización permite al empresario agrícola una mejor evaluación de las necesidades y preferencias de los consumidores, favoreciendo así la diversidad de la oferta en línea con la demanda y la promoción de las variedades locales y los métodos de producción tradicionales.

Los productos agrícolas de proximidad son productos sanos, sabrosos, que ofrecen el mayor aporte nutricional, ya que en el momento de su recolección mantienen intactas todas las propiedades organolépticas. Al mismo tiempo el consumidor tiene garantía de que la producción de emisiones contaminantes vinculada a la manipulación de los alimentos es reducida al máximo.

Los productos “km 0” ofrecen al consumidor la oportunidad de conocer las empresas agrícolas de su entorno, los productos autóctonos, el hecho local y culturales distintivos, y en general tener un conocimiento más directo de los procesos de producción sabiendo que, en el mismo acto de la compra, está ayudando a la preservación del medio ambiente.

La contención de los costes de producción y la ausencia de intermediarios tienen una

incidencia directa en el precio, favoreciendo así a los consumidores finales. Además, la “cadena corta” hace posible la transparencia en la fijación de precios que los consumidores pueden evaluar, siendo bastante más complicado cuando intervienen muchos intermediarios. Para el agricultor, la capacidad de decidir directamente sobre este precio le garantiza la oportunidad de obtener una remuneración más adecuada para sus productos, recuperando una parte del valor añadido.

A los medianos y pequeños productores, y especialmente a las producciones familiares, producir para consumo de proximidad les permitirá preservar la identidad y sus rentas, contribuyendo de esta manera a la supervivencia del territorio, defendiendo sus valores agrícolas y tradicionales, a menudo absorbidos por el desarrollo urbano.

La “cadena corta” es un nuevo pacto entre el mundo de la agricultura y el consumo, con beneficios directos e inmediatos para los agricultores y los ciudadanos.

La etiqueta “km 0, fet al costat de casa”

Con tal de hacer efectiva la adecuada promoción de los productos provenientes de la “cadena corta” y identificarlos debidamente, el proyecto promueve la introducción de **la etiqueta "km 0, fet al costat de casa"**.

Este etiquetaje será sinónimo de proximidad y trazabilidad. Su promoción se tiene que basar en informar al consumidor respecto a los beneficios inherentes a su consumo. Estos beneficios se pueden condensar en un nombre reducido de puntos para conseguir que el mensaje llegue más claramente, como por ejemplo:

- Los productos etiquetados “km 0, fet al costat de casa” provienen de productores agrícolas y ganaderos debidamente registrados y con todas las garantías de control que exige la estricta normativa comunitaria.
- Los productos etiquetados “km 0, fet al costat de casa” garantizan la reducción en la emisión de partículas contaminantes debido al transporte de larga distancia ya que han estado producidos y manipulados en Catalunya.
- Los productos etiquetados “km 0, fet al costat de casa” garantizan la reducción de residuos inorgánicos en su envasado y embalaje ya que provienen de

productores locales y se basan en el sistema de distribución tradicional.

- Los productos etiquetados “km 0, fet al costat de casa” son productos de proximidad, provienen del trato directo con el productor, reduciendo al mínimo imprescindible el número de intermediarios.
- Los productos etiquetados “km 0, fet al costat de casa” ayudan a nuestros agricultores y ganaderos, a la difusión de nuevos estilos de consumo responsables con el medio ambiente y a la pervivencia de nuestras tradiciones culinarias.

La distribución

Los productos etiquetados como “km 0, fet al costat de casa” han de llegar a los mercados, al pequeño comercio, a las medianas y grandes superficies y a los restaurantes y comedores escolares y de empresa.

Los restauradores podrán promocionar sus recetas mediante la utilización de productos de proximidad, frescos y sabrosos, fruto de la agricultura tradicional, o en muchos casos recuperando variedades tradicionales que de otra forma se hubiesen perdido.

Por lo que respecta a la media y a la gran distribución, a menudo penaliza el producto autóctono o de proximidad por no tener una gran productividad ni la garantía de suministro a lo largo del año. El proyecto “km 0, fet al costat de casa”, en incidir sobre la proximidad y la trazabilidad de los productos y los beneficios de su consumo, favorece el incremento del interés de los distribuidores para incluir estos productos en su oferta, ganando de esta manera en competitividad, esta demanda fomentará la necesidad de renegociar la relación entre productores y distribuidores.

INSTRUMENTOS NORMATIVOS DE APOYO AL PROYECTO “KM 0, FET AL COSTAT DE CASA”

Con motivo de poner en marcha el proyecto “km 0, fet al costat de casa” es conveniente tener conocimiento de la reglamentación que aplica a la distribución y comercialización de productos alimentarios así como también comentar algunas medidas a adoptar para facilitar el éxito de esta iniciativa:

- Para ayudar a consumir productos “km 0, fet al costat de casa” en los comedores públicos, en colegios, universidades, empresas, administración...
- Favorecer el acceso a los proveedores de los productos “km 0, fet al costat de casa”...

Los productores, para poder acceder a las etiquetas y etiquetar sus productos, deberán de estar debidamente dados de alta en el **Registro de Explotaciones Agrícolas y Ganaderas** y estar legalizados con la correspondiente **licencia ambiental**.

El **control** de los productos comercializados con la marca “km 0” lo efectuará una entidad externa de certificación, de acuerdo con lo que dispone el artículo 5 del título 1 del Decreto 285/2006 de 4 de Julio de la Generalitat de Catalunya.

Finalmente, entre el productor y Asaja habrá un **compromiso firmado** conforme el productor utilizará las etiquetas “km 0, fet al costat de casa” solo para productos producidos y distribuidos en Catalunya.



REGLAMENTO DE USO DE LA MARCA COL•LECTIVA **LOGOTIPO “KM 0, FET AL COSTAT DE CASA”**

Artículo 1. Objeto:

La organización agraria ASAJA Barcelona crea la marca “Km 0, fet al costat de casa” que se reproduce en el Anexo, consistente en una denominación y un distintivo gráfico, la cual podrá ser utilizada, en los términos y condiciones de este reglamento, como distintivo comercial por la venta en comercios, grandes superficies y restauración que, reuniendo las características indicadas en este reglamento, cumplan todos los requisitos que exijan tanto este reglamento como la Ley de marcas vigente.

Mediante la aprobación del presente reglamento, ASAJA Barcelona crea un distintivo común con el fin de mejorar y reforzar la venta de proximidad o cadena corta en el sector agrícola y ganadero. Esta iniciativa se promueve por la defensa de los intereses tanto de agricultores/as y ganaderos/as cómo de los consumidores/as.

Artículo 2. Titularidad del logotipo

1. La titularidad de la marca “km 0, fet al costat de casa” corresponde a ASAJA Barcelona y están autorizados a utilizarla los productores/as agrícolas y ganaderos en la manera y condiciones fijadas en este reglamento.
2. La marca se deposita para su registro ante la Oficina Española de Patentes y Marcas en las clases que se detallan a continuación de la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de Marcas:

Clase 29: carne, pescado, aves, caza, frutas y verduras, legumbres cocidas crudas, congeladas, secas, huevos, leche y productos lácteos,



aceites y grasas comestibles.

Clase 30: café, tiene, cacao, azúcar, harinas, cereales, pan, pastelería, helados, miel, vinagres y especias.

Clase 31: productos agrícolas, huerta, forestal, granos, animales vivos, frutas, verduras, legumbres frescas, plantas y flores.

Clase 32: cerveza, aguas minerales y bebidas sin alcohol, zumos de frutas y otras preparaciones.

Clase 33: bebidas alcohólicas.

Clase 35: servicios venta al por menor y comercios. Servicios venta al mayor alimentación y bebidas.

Clase 43: servicios restauración comidas.

Artículo 3. Requisitos para la autorización de uso

1. La marca “km 0, fet al costat de casa” se aplicará a los productos y servicios que se indican al artículo 2.2 de este reglamento, los cuales tendrán que ser prestados por parte de aquellas personas físicas o jurídicas que sean productores/se inscritos/inscritas en el Registro de Explotaciones Agrícolas y Ganaderas y estar legalizados con la correspondiente licencia ambiental.
2. Cuando el/la productor/a incumpla este reglamento el derecho de uso quedará automáticamente revocado.

Artículo 4. Las condiciones de uso del logotipo

Las condiciones de uso de la marca “km 0, fet al costat de casa” consisten en qué:

1. El uso de la marca es voluntario para todos/as los/las productores/as agrícolas y ganaderos, sean personas físicas o jurídicas.
2. Sólo se podrá utilizar para identificar productos agrícolas y ganaderos producidos en el territorio catalán por el propio productor/a y dentro de la propia explotación.
3. La marca “km 0, fet al costat de casa” podrá ser utilizada en la



publicidad que el/la productor/a haga de sus productos km 0.

4. La marca “km 0, fet al costat de casa” podrá ser combinada con otro logotipo o imagen que tenga lo/la productor/a.

Artículo 5. Las limitaciones de uso del logotipo

La utilización de la marca “km 0, fet al costat de casa” por parte de los/as productores/as está sujeta a las siguientes limitaciones:

1. La venta de productos agrícolas y ganaderos producidos en Cataluña por el propio productor en su explotación.
2. La marca no podrá ser eliminada, deformada o alterada en cualquier de sus elementos por parte de los/de las productores/se o comerciantes.

Artículo 6. El control del uso del logotipo

1. El control del uso de la marca lo ejerce ASAJA Barcelona o bien en quién esta delegue.
2. El ámbito de competencia del control de la marca está determinado:
 - a) dentro del territorio de Cataluña
 - b) en función de las personas físicas o jurídicas inscritas en el Registro de Explotaciones Agrícolas y Ganaderas.
3. La tarea de control de ASAJA Barcelona lo ejercerá una entidad certificadora oficial y consistirá al aplicar los preceptos de este reglamento y de la Ley de Marcas, velando por su cumplimiento, para lo cual ejercerá las funciones de control necesarias, especialmente la inspección directa sin previo aviso, a través de las personas que designe, de los apoyos de utilización de la marca por los/as productores/as, y la obtención de pruebas documentales. Estas serán evaluadas convenientemente por ASAJA Barcelona, que realizará, si procede, el informe oportuno.
4. En los casos de silencio o negativa por parte de los/as productores/as a facilitar las pruebas documentales mencionadas, ASAJA Barcelona se reserva el derecho de revocar el derecho a utilizar la marca, así



como ejercitar las acciones disciplinarias y/o judiciales correspondientes.

Artículo 7. El Registro de usuarios

ASAJA Barcelona dispondrá de un Registro de usuarios autorizados a vender productos con etiqueta “km 0, fet al costat de casa”, haciendo constar la capacidad de producción y la destinada a la venta de sus productos.

Artículo 8. Obligaciones de los/as productores/as

Son obligaciones de los/as productores/as:

1. Comunicar a ASAJA Barcelona la voluntad de formar parte del registro de usuarios de la marca “km 0, fet al costat de casa”.
2. Aceptar las inspecciones que la entidad certificadora oficial lleve a cabo sin previo aviso en su tarea de control y ceder pruebas documentales si así se los requiere.
3. No hacer un uso indebido o fraudulento de la marca y asumir los daños y perjuicios que una utilización incorrecta de la marca pueda ocasionar tanto a ASAJA Barcelona como a terceros.

Artículo 9. La cancelación de la autorización de uso

La cancelación de la autorización se producirá por:

- a) la renuncia del autorizado.
- b) la revocación comunicada por la entidad certificadora oficial con motivo del incumplimiento por parte de aquel de las obligaciones contraídas en el momento de su inscripción, así como de cualquier vulneración de las normas de este reglamento.



Artículo 10. Régimen sancionador

1. El régimen sancionador en materia de utilización de la marca se regirá por las normas contenidas en este reglamento.
2. ASAJA Barcelona es el órgano competente para dictar la resolución sancionadora.

Artículo 11. Clasificación de las faltas

1. Constituye una infracción leve:
La realización de un acto contrario a la normativa aplicable y a las limitaciones del artículo 5º de este reglamento, cuando este acto no tenga una particular trascendencia motivada por su difusión o por otras circunstancias. Sin embargo, la entidad certificadora oficial podrá no sancionar la infracción cuando el/la productor/a haya cesado inmediatamente en su realización tan pronto como haya recibido el requerimiento de cese.
2. Constituye una infracción grave:
 - a) La realización de un acto contrario a la normativa aplicable y a las limitaciones del artículo 5º de este reglamento, cuando este acto tenga una particular trascendencia motivada por su difusión u otras circunstancias.
 - b) La persistencia en la realización de un acto que constituya una infracción leve, a pesar del requerimiento de su cese.
 - c) Reincidencia en un acto que constituye una infracción leve.
3. Constituye una infracción muy grave:
 - a) la persistencia en la realización de un acto que constituya una infracción grave, a pesar del requerimiento de su cese.
 - b) La reincidencia en un acto que constituya una infracción grave.



Artículo 12. Sanciones

1. Las sanciones que puedan ser impuestas serán aquellas que ASAJA Barcelona establezca.
2. Además de la sanción correspondiente, el incumplimiento de este reglamento por parte de los/as productores/as, así como el incumplimiento de las posibles modificaciones que se realicen, comportará la revocación de la autorización otorgada para utilizar la marca “km 0, fet al costat de casa”, sin que el usuario pueda exigir ninguna compensación al titular de la marca.

Artículo 13. Acciones derivadas del registro de la marca

Sólo ASAJA Barcelona está legitimada para ejercer las acciones legales derivadas del Registro de la marca, bien por iniciativa propia, bien a instancia de los/as productores/as, contra todos aquellos que infrinjan los derechos de la marca.

Artículo 14. Modificaciones del Reglamento de uso del logotipo

Cualquier propuesta o modificación que afecte el contenido de este reglamento de uso hay que comunicar a los/as productores/as, para que sean conscientes de esta a la hora de aplicar las modificaciones en el uso de la marca en sus productos.