

Streekproducten en periferie in Europa

**Luuk Lubberding
3083969
08-03-2011**

Kees Terlouw

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Streekproducten	5
2.1 Geschiedenis van streekproduct	5
2.2 Bescherming van streekproducten	5
2.3 Lokale samenwerkingsinitiatieven	6
2.4 Doelgroep van streekproducten	6
3. Regio-identiteit	8
3.1 Wat is een regio?	8
3.2 Regio-identiteit	8
3.3 Identiteit in rurale gebieden	10
3.4 Institutionaliseringsvormen van regio's	11
3.4.1 Territoriale vorm	12
3.4.2 Symbolische vorm	12
3.4.3 Institutionele vorm	13
3.4.4 Functionele rol	13
3.5 Regio-branding	13
4. Beleid & streekproducten	16
4.1 Beleid in Nederland	16
4.2 Beleid in Europa	18
4.3 Conclusie	19
5. Methodiek	21
5.1 Regio-indeling	21
5.2 Streekproducten	22
5.3 Statistische gegevens	23
6. Primaire analyse onderzoeksveld	24
6.1 Streekproducten per land	24
6.2 Streekproducten per regio	25
6.3 Periferaliteit in Europa	27
6.4 Verband periferaliteit en streekproducten (heel Europa)	28
7. Beantwoording onderzoeksvragen	31
7.1 Streekproducten en periferie	31
7.2 Streekproducten en institutionalisering	35
7.3 Streekproducten en economische vooruitgang	40
7.4 Streekproducten en ruraliteit	42
8. Conclusie	46
9. Literatuur	48
10. Bijlagen	56

1. Inleiding

Streekproducten worden steeds populairder onder consumenten. De wereldwijde omzet van streekproducten is de laatste tien jaar meer dan verdubbeld en de verwachting is dat de populariteit van deze voedselsector alleen maar gaat toenemen (Agro Keten Kennis, 2005). Door de toegenomen welvaart is voedselconsumptie naast dat het een primaire levensbehoefte is, steeds meer verbonden met de constructie van een persoonlijke identiteit. Samen met de groeiende aandacht voor authentieke en natuurlijke producten, verklaart dit de groei van de streekproducten.

Consumenten denken bij streekproducten vaak aan ouderwetse, authentieke landelijke gebieden waar de kaas en jam nog op traditionele wijze bereid worden. Het wordt door veel mensen gezien als het antoniem van de globaliserende, moderne wereld. Streekproducten worden volgens hen gemaakt door gepassioneerde boeren in ouderwetse boerderijen. Dit is ook de reden waarom consumenten bereid zijn om meer geld uit te geven aan streekproducten dan aan zielloze, commerciële supermarktproducten.

Boeren en andere voedselproducenten anticiperen hierop. Het aantal producenten van streekproducten is evenredig aan de vraag ernaar toegenomen. De streekproductensector is vooral voor de kleinere producenten die hun marktpositie dreigen te verliezen aan grote multinationale ondernemingen, een kans om hun bedrijf weer te laten floreren. Naast de producent kan de hele regio profiteren van deze opkomende markt. In de perceptie van de consumenten komen streekproducten uit regio's waar de agrarische bedrijven moeite hebben om in de globaliserende wereld hun hoofd boven water te houden. Deze gepercipieerde regio-identiteit kan door producenten gebruikt worden om hun streekproduct toegevoegde waarde te geven. Ook op bestuurlijk niveau wordt ingezien dat dit een kans is om armere, landelijke gebieden uit het slop te trekken. Op zowel nationaal (SPN, 2005) als internationaal niveau (Europese Commissie, 2010a) is er beleid ontwikkeld om met behulp van streekproducten de sociaaleconomische positie van rurale regio's te verbeteren. In deze thesis wordt onderzocht of dit beleid op de juiste basis gestoeld is; komen streekproducten daadwerkelijk uit ouderwetse, achtergestelde regio's of gebruiken de producenten dit beeld alleen maar om het product beter in de markt te zetten? De onderzoeksvraag van deze thesis luidt dan ook:

In hoeverre komen Europese gecertificeerde streekproducten uit de periferie van Europa?

Streekproducten refereren in veel gevallen naar –de naam zegt het al– regio's of in elk geval onduidelijk afgebakende gebieden. De 'regio' en de identiteit ervan en hoe hier tegen aan wordt gekeken is zeer belangrijk. Regio en regio-identiteit zijn heel ongreepbare begrippen. Er zijn veel verschillende definities van deze term en in de loop der tijd hebben al veel geografen het hoofd hierover gebogen (o.a. Scott, 1997; Allen, 1998; MacLeod & Jones, 2001). Voor dit onderzoek is gekozen om onder meer Anssi Paasi's (1986) theorie over de institutionalisering van regio's te gebruiken. Hij ziet de regio als een dynamisch fenomeen dat constant wordt gereproduceerd en veranderd als gevolg van menselijk handelen. Deze visie waarin regio's een actieve status wordt toegedacht, is goed te rijmen met de hypothese van dit onderzoek. Namelijk dat streekproducten invloed hebben op de identiteit en institutionaliseringsgraad van de regio en vice versa. Dit komt ook terug in de eerste deelvraag:

Hoe geïnstitutionaliseerd zijn de regio's waar de streekproducten naar verwijzen?

In het licht van deze deelvraag wordt ook gekeken naar de 'branding' van de regio. Is de boer of producent zich bewust van het imago van de streek en zo ja, wordt deze op een effectieve manier ingezet om het product succesvol in de markt te zetten. Wanneer hij bijvoorbeeld het product afficheert met een regio die bij bepaalde bevolkingsgroepen of in sommige gebieden negatieve associaties oproept, zal dat product minder goed verkopen.

Omdat bedrijven in de voedselproductiesector relatief veel ruimte nodig hebben om efficiënt te kunnen opereren, zijn ze vaak gebonden aan landelijke, perifere gebieden waar de grondprijs laag is. De verwerking van het product vindt echter voor veel streekproducten plaats buiten de landelijke regio in een vaak meer urbane regio of stad. De vraag is of deze producenten hun product afficheren met de -wellicht minder bekende- rurale regio of dat ze kiezen om zich te linken met een stad of streek (waar mogelijk een klein gedeelte van het verwerkingsproces plaatsvindt) met een minder landelijk en bekender imago. Doordat een regio een dynamisch fenomeen is, heeft de producent de vrijheid om die afbakening te kiezen die het meest aanspreekt bij de consumenten. Daarnaast is het de vraag of daadwerkelijk de arme regio profiteert van een

succesvol streekproduct of dat vooral de producent die toevallig zijn bedrijf heeft in die regio, er beter van wordt. De deelvraag hierbij is:

In hoeverre verwijzen de streekproducten naar een rurale of naar een urbane regio of stad?

Zoals hierboven al gemeld is er sinds het eind van de vorige eeuw specifiek beleid gemaakt om boeren en regio's te ondersteunen en stimuleren om zich toe te gaan leggen op streekproducten. Zo worden bijvoorbeeld samenwerkingsverbanden tussen boeren die regioproducten maken aangemoedigd en gesubsidieerd en worden authentieke streekproducten beschermd tegen namaakproducten. De vraag is of deze maatregelen effect hebben gehad op de economische ontwikkeling van rurale regio's. Met behulp van de volgende deelvraag zal getracht worden hier antwoord op te kunnen geven:

In hoeverre is er een economische vooruitgang te zien in de gebieden waar gecertificeerde streekproducten worden geproduceerd?

2. Streekproducten

2.1 Geschiedenis van streekproduct

Het fenomeen streekproduct is dus niet iets van de laatste decennia, maar kent een lange geschiedenis. Al eeuwenlang worden er aan producten een regionale merknaam gegeven waardoor het een geografische identiteit krijgt. De oudste verwijzing naar streekproducten is in de Bijbel te vinden. Er wordt daarin het onderscheid gemaakt tussen onder andere de Samaritaanse en Carmel-wijnen. In de middeleeuwen werd de herkomstbenaming van voedselproducten (vooral wijnen) geleidelijk aan steeds belangrijker. Voor wijnen uit befaamde landstroken werd veel meer betaald dan voor een wijn met een minder goede herkomstbenaming. Dit werkte fraude in de hand. Veel wijnboeren stelden ten onrechte dat hun druiven in een befaamde regio zijn geteeld (Hayes et al., 2003). Om deze vorm van fraude te voorkomen zijn er beschermingsmaatregelen getroffen. Chianti-wijn is het eerste product dat op basis van haar geografische ligging beschermd werd. Vanaf 1716 mochten wijnboeren uit deze regio een eigen keurmerk dragen en was het voor producenten uit omliggende gebieden niet meer mogelijk om zichzelf te afficheren met deze regio. In de 19^e eeuw gaf Napoleon een aantal wijnen afkomstig uit wijngaarden uit de streek rond Bordeaux de titel 'Grand Crus'. Dankzij dit keurmerk, wat nu nog steeds een zeer belangrijk classificatiesysteem voor Frans wijnen is, konden Grand Crus wijnboeren zich onderscheiden van concurrenten en waren ze verzekerd van een goede marktpositie. (Hayes et al., 2003)

Zoals ook uit deze voorbeelden blijkt, zijn regionale merknamen/ keurmerken tot een aantal decennia geleden vooral voorbehouden aan wijnen. Wijnen en druiven hebben per landstreek dankzij invloed van klimaat en omgeving een zeer verschillende smaak, waardoor de herkomstregio van zeer groot belang is. De term appellatie kent hier ook zijn oorsprong. Appellatie komt van het Franse 'appellation' wat refereert naar een Franse druivenstreek die zich onderscheidt door specifieke geografische eigenschappen. Pas later heeft deze term een bredere betekenis gekregen en wordt het gebruikt om vooral agrarische producten door middel van de (merk)naam een geografische binding te geven (Gauthier & Damave, 2004).

Het is geen toeval dat appellatie vanuit het Frans is overgenomen. Frankrijk is namelijk ook het eerste land dat in 1935 met het *Institute National Des Appellations d'Origine* een formeel vastgelegd nationaal systeem in het leven heeft geroepen waarmee regionale keurmerken gecontroleerd en beschermd kunnen worden (College of Agriculture and Home Economics, 2005, 5). Op Europees niveau was er al langer een verdrag om regioproducten te beschermen. Tijdens de *Convention for the Protection of Industrial Property* die in 1883 in Parijs werd gehouden, werden de economische voordelen van (beschermd) streekproducten besproken. Tijdens deze conventie is er onder andere een internationaal verdrag gesloten om lokale producenten van authentieke streekproducten te beschermen tegen buitenlandse toetreding in dezelfde (niche)markt. Zo hebben deze producenten het alleenrecht op hun herkomstbenaming, keurmerk en ontwerp en mogen andere soortgelijke producten zich niet afficheren met deze streek. Aanvankelijk gold deze conventie voor veertien Europese landen. In de loop der tijd zijn er steeds meer landen betrokken bij dit verdrag en het is op dit moment één van de meest internationaal geaccepteerde verdragen met 184 landen die lid zijn van deze conventie (World Intellectual Property Organization, 2001) (WIPO, 2010).

2.2 Bescherming van streekproducten

Slechts een heel klein percentage van alle regioproducten heeft een formeel vastgelegd keurmerk waarmee het beschermd wordt tegen onechte streekproducten. Zo waren er in 2002 ongeveer duizend primaire producenten in Nederland die één of meer streekproducten voerden terwijl er op dat moment slechts vijf Nederlandse producten een officieel keurmerk hadden (Broekhuizen, 2004, 6) (Europese Commissie, 2010b). Producenten met zo'n officieel keurmerk maken meestal producten met een grote naamsbekendheid die een internationale afzetmarkt hebben. Juist voor de producenten van deze vaak duurdere goederen is het belangrijk om een gunstige positie te hebben ten opzichte van 'namaakproducten'. Doordat deze bedrijven vaak op een dure locatie of op een dure manier hun producten maken, bestaat er het risico dat er goedkopere concurrenten op de markt komen. Zij kunnen namelijk op een minder traditionele wijze en op een goedkopere locatie produceren. Een officieel keurmerk op het etiket kan de traditionele producenten hiertegen beschermen.

De producenten die geen officiële status voor hun regioproducten hebben zijn in veel gevallen minder internationaal georiënteerd. Vaak gaat het om producenten die hun product alleen

in hun eigen regio binnen een nichemarkt afzetten en daardoor zich niet geneigd voelen om geld en moeite in een keurmerklabel of registratie te steken. Ze hoeven ook niet bang te zijn voor namaakproducten omdat de markt waarin ze opereren in veel gevallen dermate klein en doorzichtig is, dat ze binnen hun niche een monopoliepositie hebben. Zo is bijvoorbeeld de Vlielandse cranberry wijn vooral bestemd voor toeristen die op Vlieland op vakantie zijn. Ze hoeven daarom dus ook geen marktconforme prijs te vragen aangezien ze geen concurrenten hebben binnen hun niche (Bureau Bartels, 2008).

2.3 Lokale samenwerkingsinitiatieven

Zoals in de vorige paragraaf al gemeld wordt, zijn er ontzettend veel producenten die zich (gedeeltelijk) toeleggen op het maken van streekproducten (Van Broekhuizen, 2004, 6). In een groot aantal gevallen gaat dit om collectieve initiatieven van verschillende actoren. In een onderzoek van SPN (2005) zijn 46 collectieve initiatieven geïnventariseerd die zich bezighouden met het ontwikkelen van streekproducten. Hierbij moet worden aangetekend dat dit een momentopname was van een zich sterk ontwikkelende sector. Op dit moment zal dit aantal waarschijnlijk hoger liggen. Uit deze inventarisatie is gebleken dat veel van deze initiatieven heel kleinschalig zijn. Dit staat in contrast met de algemene tendens van schaalvergroting en concentratie in de voedingsmiddelensector, zowel aan de kant van de aanbieders als aan de vraagzijde. Kennelijk is het voor kleine boeren heel moeilijk om binnen deze 'streekproducten-sector' op te schalen. Een logisch gevolg hiervan is een inefficiënte productie en dus hoge productiekosten.

Ook op het gebied van certificering is het in Nederland niet heel goed geregeld. Behalve de internationale keurmerken van de Europese Commissie zijn er in Nederland geen volledig geïnstitutionaliseerde keurmerken. Er zijn wel een aantal keurmerken, maar deze hebben allemaal hun eigen criteria en opereren op regionaal niveau. De Waddengroep is een voorbeeld van zo'n regionaal opgezet merk. Een aantal producenten en handelaren uit de Waddenregio hebben in 1996 het streekmerk Waddengoud opgezet met als doel om van de beste grondstoffen uit de regio mooie en bijzondere producten te maken die op aantoonbaar duurzame wijze zijn geproduceerd (Waddengoud, 2010). Volgens onderzoek van Van Broekhuizen (2004) is door dit initiatief (45 producenten, 25 verwerkers, 135 producten, 500 verkooppunten) de werkgelegenheid bijna verdubbeld ten opzichte van de conventionele productie bij dezelfde hoeveelheid eindproducten. Om de hoeveelheid eindproducten van de Waddengroep te realiseren zou bij een normale productie 80 fte aan arbeid nodig zijn. Nu is dat 115 fte.

Bovenstaande gegevens laten zien dat op lokaal of regionaal niveau de betekenis van lokaal georganiseerde streekproduct-initiatieven groot kan zijn. Naast economische voordelen kan er ook op het gebied van natuurbehoud winst worden geboekt. In Waterland hebben actoren in het agrarisch natuurbeheer, agro-toerisme en streekproductie de handen ineengeslagen om de landbouw meer op de lokale situatie te laten aanpassen (Water, land & dijken, 2010). De boeren in deze regio dreigden ten onder te gaan aan de steeds heviger wordende (internationale) concurrentie. Door samen te werken en hun economische activiteiten te verbreden en deze ook goed aanpassen op de lokale situatie, hebben deze boeren- en daarmee ook de regio- van een economische neergang kunnen behoeden. Indien het klassieke moderniseringsmodel (schaalvergroting, specialisatie, productie voor de wereldmarkt) zou worden gehanteerd zou dat voor deze gebieden op termijn waarschijnlijk leiden tot een gebied zonder boeren. De samenwerking tussen verschillende lokale actoren is dus zeer belangrijk, met name in rurale en meer perifere gebieden. Zo zou verdere ontwikkeling van deze synergie voor de Waddeneilanden en voor Waterland kunnen resulteren in een zekere mate van 'boerenbeheer' in de toekomst. (Broekhuizen, 2004) (Roep, 2002) (Groene Hoed, 2010)

2.4 Doelgroep van streekproducten

Omdat voedselproducten van oudsher primaire producten zijn, wordt vaak gedacht dat het een heel eenduidige betekenis heeft voor de consument; het moet de maag vullen. Dit is niet het geval. Volgens Ilbery en Kneafsey (1999) is de keuze voor een voedselproduct de uitkomst van een aantal levensstijlfactoren zoals besteedbaar inkomen, gezinssituatie en woonomgeving. Doordat de meeste mensen tegenwoordig geen problemen hebben om hun meest primaire basisbehoeftes te vervullen, steken er nieuwe postmaterialistische waarden de kop op. Zelfontplooiing en het ontwikkelen van een eigen identiteit worden voor veel mensen steeds belangrijker zaken (Inglehart, 1990 & 1995). Deze behoeftes kunnen niet volledig worden voorzien door de massaproductiemaatschappij van gestandaardiseerde goederen/ producten. Mensen zijn op zoek

naar nieuwe *attractions*, zoals streekproducten (Raagma, 2002, 57). Voor de producenten van streekproducten is het erg belangrijk om te weten wat hun (potentiële) doelgroep is zodat ze hun marketingmix hier op aan kunnen passen.

Verscheidende auteurs (Knox & Marston, 2001; Gronow, 1993; Ilbery & Kneafsey, 1999) stellen vast dat voedselconsumptie meer en meer verbonden is met de constructie van een persoonlijke identiteit. Om de doelgroep te bepalen is het dus van belang om te weten wat de afnemer van streekproducten typeert. Het onderzoeksbureau Motivaction (2009) heeft hier onderzoek naar gedaan. Ze hebben in Nederland de markt voor streekproducten verkend. Hieruit kwam naar voren dat twee doelgroepen (*'mentalities'*) geïnteresseerd zouden kunnen zijn in streekproducten.

In de eerste plaats postmaterialisten en kosmopolieten (20% van de Nederlandse bevolking). Zij zijn op zoek naar kwaliteit en willen nieuwe producten uitproberen en zijn geïnteresseerd in de herkomst van hun (voedsel)producten. Dit onderzoeksresultaat is in lijn met de door Ruiz Vega (1988) bedachte *symbolic consumption* theorie. Hierin stelt hij dat consumenten, mede doordat ze meer geld te besteden hebben, steeds gevoeliger worden voor de vormgeving en de uitstraling van voedselproducten. Gronow (1993) vult hierbij aan dat consumptie steeds meer verstrengeld raakt met het uiten van een persoonlijke identiteit en status. Zúñiga & Green (1992) hebben hier ook over geschreven en introduceren de *'new consumer'*. Deze consument heeft een zeer persoonlijke smaak en hecht veel belang aan zaken als kwaliteit en *'individualised added services'* en vindt het minder belangrijk welke prijs hier aan verbonden is. Deze *new consumers* moeten vooral in de jongere doelgroep gezocht worden.

De andere doelgroep die door Motivaction is geïdentificeerd zijn de conservatieven en de traditionele burgerij (18% van de Nederlandse bevolking). Deze consumenten zijn totaal onverenigbaar met de *new consumer* en andere postmaterialistische stromingen. Deze consumenten hebben een lokale oriëntatie en hechten veel belang aan zekerheid. Daarnaast hebben ze behoefte aan overzichtelijkheid en duidelijkheid. Om die reden zullen zij eerder geneigd zijn om voedselproducten te kopen uit de eigen regio. Dit type consument valt in de door Marsden (1998) bedachte groep van *careful consumers*. Dit zijn consumenten het belangrijk vinden dat hun voedselproduct op een juiste manier bereid is (LEI, 1999). Gemiddeld genomen zijn consumenten met deze mentality wat ouder dan de kosmopolieten en postmaterialisten (Bonnet, 2001). Mede hierdoor hebben ze een verlangen naar geschiedenis en plaatsen uit het verleden (Nora, 1989). Traditionele streekproducten kunnen hier goed op in spelen.

De overige 62% van de Nederlandse bevolking heeft volgens Motivaction (2009) geen of maar heel weinig interesse in streekproducten. Dit betekent dat de producenten een duidelijke keuze moet maken in de positionering van hun streekproduct. Ze zullen, wanneer je afgaat op deze onderzoeksresultaten, of moeten inhaken op (post)moderne waarden om de postmaterialisten en kosmopolieten te kunnen overtuigen of juist aansluiten op traditionele waarden om de conservatievere consument voor zich te winnen.

Behalve de mentality van de consument zijn er ook andere zaken van invloed op de mate van geïnteresseerdheid in streekproducten. De geografische locatie van de consument heeft ook grote invloed op de houding tegenover streekproducten. Zo is uit onderzoek van Van der Lans et al. (2001, 474-475) gebleken dat inwoners van de herkomstregio van het product eerder geneigd zijn tot een aankoop. Consumenten die niet in de productieregio wonen, kunnen ook positief beïnvloed worden door de verwijzing. Er zijn echter wel voorwaarden. Ze moeten de regio kennen en er een positieve associatie bij hebben (Van Ittersum et al., 1999). Dit is vermoedelijk één van de redenen waarom producten die op de internationale markt afgezet worden, zich minder bezig houden met de regioaanduiding; buitenlandse consumenten kennen de regio waarschijnlijk toch niet (Van der Lans, 2001). Daarnaast is er een significant verschil tussen inwoners van rurale gebieden en stedelingen, als het gaat om de perceptie van streekproducten. Stedelingen zijn – meer dan provincialen- in de veronderstelling dat een product dat nationale bekendheid geniet, superieur is aan een lokaal/ regionaal product met een minder groot bereik.

3. Regio-identiteit

3.1 Wat is een regio?

In deze thesis wordt een verband gelegd tussen de identiteit en institutionaliseringsgraad van een regio en de mate waarin deze regio zich bezig houdt met het produceren van streekproducten. Maar voordat hier iets zinvol over kan worden gesteld, is het belangrijk om de term 'regio' een duiding te geven.

In de loop der jaren is binnen de academische wereld 'de regio' op veel verschillende manieren geconceptualiseerd. De visies over hoe een regio afgebakend kan worden, lopen sterk uiteen. Er zijn veel verschillende benaderingen te onderscheiden die een belangrijke invloed hebben gehad op de manier waarop er naar regio's gekeken wordt (de Pater & Terlouw, 2002). De meest relevante visies worden hieronder kort uiteengezet.

1. De regio als deel van een mozaïek (o.a. Hettner (1905 & 1927) & Bone (2000)). De wereld is een bont mozaïek van duidelijk afgebakende regio's, die elk een geheel eigen karakter hebben.
2. De regio als element in een wereldsysteem (o.a. Agnew (1987)). De regio is een gebied binnen een groter systeem. Veranderingen in de externe relaties tussen de regio en het wereldsysteem leiden tot veranderingen in de regio.
3. De regio als een combination of layers (o.a. Massey, 1984). De regio is een opeenstapeling van historische lagen. Elke laag is gevormd door de positie die de regio op dat moment innam in de internationale economie. De aanwezige lagen beïnvloeden de verdere ontwikkeling van de regio.
4. De regio als netwerk van sociale relaties (o.a. Allen et al., 1998). In deze moderne visie worden regio's gezien als netwerken van relaties. De regio heeft geen enkelvoudig karakter, maar evenveel karakters als dat er sociale groepen zijn. Er is ook geen eenduidige afbakening van de regio; deze verschilt per sociale groep.

Deze laatste visie zal in deze thesis worden gebruikt om de regio's waar streekproducten worden geproduceerd, te analyseren. In deze regiovisie wordt de regio en haar actoren een actieve rol toegedacht. Dit strookt met de hypothesis van dit onderzoek; namelijk dat streekproducten en de identiteit van de regio invloed op elkaar hebben. Wanneer boeren uit verschillende kleinere streken een samenwerkingsverband aangaan en een streekproduct op de markt brengen dat zich afficheert met een omvattende regio, betekent dit dat er een nieuwe regio is gevormd. Zo hebben de actoren in de Waddengroep (zie paragraaf 2.3) met hun nieuwe productenlijn het regiogevoel van de Waddeneilanden als geheel, een nieuwe boost gegeven. Waar normaal gesproken de eilanden zich vooral als een op zichzelf staand eiland presenteren, is er door dit nieuwe netwerk van relaties, naast het eiland als regio, een versterkt regiogevoel gecreëerd tussen de Waddeneilanden.

3.2 Regio-identiteit

Voor de analyse van de regio's waar streekproducten worden gemaakt, wordt er dus gebruik gemaakt van een contextuele benadering. In deze contextuele, culturele visie is de regio sterk verbonden aan de regio-identiteit. In deze paragraaf zullen in het kort de meest relevante visies over de regio-identiteit worden behandeld.

Anssi Paasi (2001) laat de contextuele benadering van regio's duidelijk terugkomen in zijn visie over de regio-identiteit. Hij benadrukt dat regio-identiteiten sterk afhankelijk zijn van de context en daarom dus continu onderhevig zijn aan veranderingen. De identiteit is dus niet terug te voeren op een bepaalde historische periode; het is juist voortdurend in beweging. Identiteiten worden dus gezien als processen van continue *re-writing* van zichzelf (Fog Olwig & Hastrup, 1997); het is daarom ook erg lastig om te spreken van een bestaande identiteit alsof het al volledig geconstitueerd is (Brah, 1996, 124).

Deze vraag of een streekidentiteit een stabiel en vaststaand gegeven is of dat streekidentiteiten geconstrueerd zijn en onderhevig aan veranderingen zijn, kan op twee denkwijzen worden uitgelegd. De essentialistische en de constructivistische denkwijze (Hall, 1990; Agnew 1999; Barker 1999; Herb 1999).

1. Essentialistische denkwijze. Deze denkwijze komt overeen met de visie van onder andere Hettner (1905 & 1927) dat de wereld een mozaïek is van regio's. Er wordt van uitgegaan dat identiteit een vanzelfsprekend, statisch en homogeen gegeven is. De identiteit van een gebied wordt dan voorgesteld als een min of meer natuurlijk fenomeen, bijna als een

onschendbare eigenschap (Storey 2001; Van der Vaart 2003) en als "een soort ding dat mensen hebben, waar ze bij horen, of lid van zijn" (Tempelman 1999, 72). Dit betekent dat identiteit wordt gezien als een objectief iets dat onafhankelijk is van wie het waarneemt en van degene die het gebruikt. Sinds de jaren '80 van de vorige eeuw is er in de sociale wetenschappen veel kritiek op deze essentialistische manier van denken. Toevallige en veranderende omstandigheden en relaties gebaseerd op macht of sociale interacties worden namelijk in de essentialistische denkwijze niet erkend.

2. Constructivistische denkwijze. Deze denkwijze komt gedeeltelijk overeen met de contextuele benadering van de regio, die ook in deze thesis wordt toegepast. Hier wordt wel erkend dat er toevallige en veranderende omstandigheden en relaties gebaseerd op macht of sociale interacties zijn (Cloke & Goodwin, 1993; Huigen, 1996; Hall, 1997a). Streekidentiteiten worden in deze stroming niet gezien als iets vanzelfsprekends maar als iets dynamisch: "*Things don't mean: we construct meaning, using representational systems – concepts and signs*" (Hall 1997b, 25). Er kunnen dus verschillende identiteiten worden toegekend aan eenzelfde regio. (Simon et al., 2005)

Garri Raagma (2002) hoort ook bij de groep academici die de constructivistische denkwijze er op na houdt. Hij stelt dat een regio zich op twee manieren kan ontwikkelen: of er vindt een continue vernieuwing van de regio plaats of hij verdwijnt. Wanneer het zich vernieuwt betekent het dat er een continue stroom van veranderingen plaatsvindt in de fysieke regio (grenzen, landschappen, gebouwen e.d.). De ruimte wordt veranderd doordat de natuur verandert maar in feite zijn het de mensen die hier verantwoordelijk voor zijn. Net als de fysieke veranderingen, is er ook een ontwikkeling te zien in de symbolen, *values*, lifestyles en sociale netwerken van de inwoners. Wanneer dit niet gebeurt, betekent het dat de regio op termijn wordt ingewisseld voor een nieuwe.

Veel geografen zijn van mening dat de toegenomen aandacht voor streken en streekidentiteiten een lokale tegenreactie is op de trend van globalisering (zie bijvoorbeeld Lash & Urry, 1994; Urry 1995; Holloway & Hubbard 2001; Voisey & O'Riordan 2001; Shurmer-Smith 2002; De Pater & Terlouw 2002; Paasi 2002a, 2003). Een voor regio-identiteiten belangrijke vorm hiervan is de culturele globalisering. Volgens Nijman (1999, 148) kan dit gedefinieerd worden als een versnelling van de uitwisseling van culturele symbolen tussen mensen over de hele wereld wat tot gevolg heeft dat er veranderingen optreden in lokale culturen en identiteiten. De toegenomen mogelijkheden tot massacommunicatiemediën en internationaal verkeer leiden tot individualisering. De persoonlijke identiteit komt steeds meer los te staan van de *group identity* die voornamelijk gestoeld is op territoriale gronden (Nijman, 1999, 149). Het wonderlijke is dat deze globalisering juist als effect heeft dat lokaliserende krachten sterker worden. Lokale krachten plaatsen als het ware de processen van globalisering weer in het perspectief van unieke plaats specifieke vormen (Knox & Marston 2001, 191). Processen van globalisering en lokalisering zijn in deze zin niet elkaars tegenpool, maar zijn beiden onderdeel van dezelfde ontwikkeling. Deze relatie tussen globalisering en lokalisering wordt '*glocalization*' genoemd (Nijman, 1999, 150). Men is zich bewust van globalisering en van het feit dat ze in een *global village* leven (McLuhan 1964; Holloway & Hubbard 2001). Dit is waarschijnlijk ook één van de redenen waarom streekproducten de laatste jaren sterk aan populariteit hebben gewonnen. Door de globalisering is de voedselmarkt steeds uniformer geworden. In elk land zijn dezelfde etenswaren te koop en de diversiteit wordt steeds kleiner. Volgens het *glocalization*-principe is het logisch dat consumenten zich juist aangetrokken gaan voelen tot ouderwetse lokale voedselproducten.

Paasi maakt bij het conceptualiseren van de regio-identiteit het onderscheid tussen '*ideal identity*' en '*factual identity*' (1986). De *ideal identity* is de identiteit die inwoners en buitenstaanders aan de (bewoners van de) regio geven. Deze vorm van identiteit wordt bijvoorbeeld veel gebruikt bij regiomarketing. Streekproducten spelen hier ook op in. De consumenten krijgen hier het beeld bij dat ze in traditionele, ouderwetse boerderijen worden gemaakt, terwijl het in werkelijkheid misschien wel uit een zeer moderne fabriek komt. De *factual identity* gaat over de vormen van identiteit die zichzelf manifesteren in het sociaal handelen van de inwoners.

Verschillende auteurs hebben dus getracht de identiteit van een regio te conceptualiseren. In bijna alle conceptualisaties wordt het verschil geïdentificeerd tussen klassieke, essentialistische, materialistische regio-identiteit en de postmoderne, constructivistische, culturele regio-identiteit. Deze laatste visie krijgt steeds meer populariteit binnen de academische wereld. Deze interesse in de verschillende culturele waarden en betekenissen van streken is te relateren aan de opkomst van de nieuwe culturele geografie en de '*cultural turn*' in de sociale wetenschappen sinds de jaren 80 van de vorige eeuw (Hall, 1997a; Hetherington, 1998; Rose, 2001).

Yi-fu Tuan (1996) gaat nog verder, hij bekijkt landschappen en regio's vanuit een humanistisch oogpunt. Volgens hem is de persoonlijkheid van een regio een compositie van de natuurlijke omgeving en de veranderingen die zijn aangebracht door de mens. Zo wordt er ook gesproken over de '*spirit of a region*' omdat het een grotere emotionele lading heeft dan alleen

'locatie'. "The spiritual space is like a love—a deep, persistent and all-embracing feeling", aldus Garry Raagma (2002, 59). Wanneer mensen een langere tijd in een regio wonen, worden ze automatisch een patriot van deze regio. Dit komt omdat ze voor een lange periode met dezelfde mensen onder dezelfde sociale omstandigheden in eenzelfde regio wonen. Er ontstaat een soort *roots*. Plaatsgenoten gaan dingen op dezelfde manier zien en nemen van elkaar een zelfde manier van communiceren en houding over. Bourdieu (1977) noemt dit fenomeen 'habitus'. Verwacht kan worden dat actoren uit een zelfde regio, en dus met dezelfde *roots*, sneller tot elkaar zullen komen om bijvoorbeeld een samenwerkingsverband op poten te zetten, dan actoren vanuit verschillende streken. Deze hypothese is dus ook goed toepasbaar op streekproductinitiatieven.

Een duidelijke regionale identiteit is cruciaal in het veiligstellen van de publieke deelname in regionale plannen (Keating, 1998a, 1998b, 2001; Amdam, 2002; Haartsen, 2002; Raagma, 2002). Naast nationalisme (patriottisme) is regionalisme volgens Raagma (2002) dan ook één van de sterkste factoren waarmee een *roots* ontwikkeld kan worden en een collectief te mobiliseren is. Dit mobiliseren is voor (perifere) regio's die zich willen gaan toeleggen op streekproducten erg van belang. In veel gevallen moeten er een groot aantal neuzen (boeren, distributeurs, lokale overheid enzovoort) in dezelfde richting worden geduwd om zo'n grootschalig project op een effectieve en efficiënte manier van de grond te krijgen. Volgens Carola Simon et al. (2005, 19) ligt hierin ook de valkuil. In haar onderzoek naar streekidentiteiten stelt ze dat streken hun identiteit kunnen verliezen wanneer ze zich te veel inlaten met dit soort schaalvergrotingsprocessen. Regionale producenten stuiten dus op een soort paradox. Om efficiënt hun streekproduct op de markt te brengen is er een bepaalde mate van efficiency, en dus moderne productiemethoden nodig. Maar wanneer ze hun productieproces gaan moderniseren en opschalen, gaat er een gedeelte van de traditionaliteit verloren die ze nodig hebben om de positie in de (niche)markt te behouden. Het is dus zaak voor streekproducenten om de 'ideal-identity' (ouderwets, kleinschalig, traditioneel) te behouden voor consumenten als de 'factual identity' (modern, grootschalig) veranderd wordt.

3.3 Identiteit in rurale gebieden

Regionale voedselproducten worden voornamelijk in perifere, rurale gebieden gefabriceerd. De identiteit van rurale regio's verschilt dermate veel van die van stedelijke gebieden (Hamin, 2008; Marsden, 1998) dat het in het kader van dit onderzoek relevant is om de verschillende academische visies en theorieën te behandelen over de regio-identiteit van rurale gebieden.

In de plattelandsontwikkelingsplannen van de Europese Unie krijgt de lokale gemeenschap een steeds grotere rol toebedeeld. De lokale gemeenschap wordt gezien als een belangrijke bron van (lokale) kennis die goed gebruikt kan worden om de regio op sociaaleconomisch vlak te laten ontwikkelen. Onderzoek (Midmore et al., 1994 & Ray, 1996a, b) heeft uitgewezen dat deze lokale gemeenschap een prominente rol speelt bij het tot leven wekken van de verloren *social history*. De *social history* is onmisbaar voor het opbouwen van een gevoel van binding met de plaats of regio. Wanneer deze binding er is, is het veel makkelijker om collectieve initiatieven op te zetten in bijvoorbeeld de toeristische sector. Maar ook bij het ontwikkelen van een streekproduct(enlijn) is het essentieel dat de lokale actoren een sterke affiniteit hebben met elkaar en met de *social history* van de regio.

Volgens Elisabeth Hamin (2008) leidt deze lokale binding in rurale gebieden tot een nieuwe vorm van regionalisme: 'ad hoc rural regionalism'. Zij omschrijft deze term als volgt (467):

"A non-governmental community activity that is issue driven. These efforts are often undertaken through local coalitions in which a non-profit organization or citizens' group spearheads an initiative that leads to a regional consciousness." Vrij vertaald betekent dit dat lokale coalities via een non-profit organisatie of een klankbordgroep, een bepaalde regionaal bewustzijn proberen te creëren, zonder dat er tussenkomst is van een formeel bestuursorgaan. Ze stelt dat perifeer gelegen gemeenschappen met voornamelijk een agrarische bevolking gemiddeld genomen een aversieve houding hebben tegenover de inmenging van de overheid. Dit is vooral het geval wanneer dit bestuurlijke orgaan zich op een grote afstand van de gemeenschap bevindt (Strong, 1975; Lapping et al., 1989). Door de perifere ligging heerst er in deze regio's een sterker collectiviteitgevoel en is er meer sociale interactie dan in urbane of suburbane gebieden (Pew Partnership, 2000). Verder zijn symbolen, identiteiten en het gebruik van een eigen taal veel sterker in landelijke regio's dan in steden die meer geaffecteerd zijn door modernisering en globalisering (Keating 2001).

Ook rurale gebieden worden (indirect) aangetast door de modernisering en globalisering (Hamin, 2008). De laatste jaren is er een grote vlucht te zien van stedelingen en mensen uit (sub)urbane gebieden naar meer landelijk gelegen gebieden. Dit levert spanningen op tussen de oorspronkelijke bewoners met hun sociale netwerken en de nieuwkomers. Deze nieuwkomers zijn vaak mensen (van rijke gepensioneerden tot starters) die andere normen en waarden en verwachtingen hebben dan de wat meer conservatieve oorspronkelijke plattelandsbewoners. Er zijn

zelfs voorspellingen dat op termijn deze nieuwe groepen actoren –dus niet boeren of andere aan de autochtone bevolking gerelateerde groepen- steeds meer de sfeer gaan bepalen in rurale regio's (Brouwer, 1999). Andere auteurs vinden dat rurale gebieden niet op deze manier gegeneraliseerd kunnen worden en wijzen op de duidelijke diversiteit die er te zien is tussen verschillende landelijke streken (Paquette & Domon, 2003).

Marsden (1998, 110) ziet ook dat deze productieontwikkelingen hun weerslag hebben op agrarische regio's. De meerderheid van de boeren is volgens hem sterk afhankelijk van de macht van de detailhandelaren en de fabrikanten en zitten in een verticaal georganiseerde voedselketen. De interacties en relaties tussen de boeren en fabrikanten/ detailhandelaren zijn (inter)nationaal van aard en sterk onder invloed van deze (globale) technologische veranderingen (bijvoorbeeld genetisch voedsel) waardoor ze steeds meer moeten gaan concurreren op productie-intensiteit en schaalgrootte. Voor de gebieden waar de agro-business minder productief is, betekent dit dat ze van marktstrategie moeten veranderen of dat ze (meer) subsidie nodig hebben. Alleen dan kunnen ze de 'race to the bottom' op lange termijn overleven (zie ook paragraaf 2.3).

Door verschillende redenen -voornamelijk door veranderende consumentenwensen- wordt er op de voedselmarkt steeds meer gedifferentieerd op basis van voedselkwaliteit. Deze trend bestaat al sinds een aantal jaar maar dringt nu ook langzaam door aan de kant van de voedselketen. De gekkekoeienziekte die aan het eind van de vorige eeuw woedde in Groot-Brittannië, is het startpunt geweest voor de biologische rundvleessector. De relaties tussen de boeren en de slagers zijn veel intensiever en directer geworden om zo veel mogelijk risico's uit te sluiten (Hamin, 2008). Deze ontwikkelingen hebben een positief effect voor boeren die hun producten via een korte voedselketen afzetten en er komt ook meer ruimte komt voor kwaliteitsproducten. Boeren ontdekken nieuwe marktniches. Zo verkopen steeds meer boeren op heel lokale schaal direct aan de consumenten zonder tussenkomst van leveranciers en retailers of ze starten een streekproductenlijn (Marsden, 1998, 110).

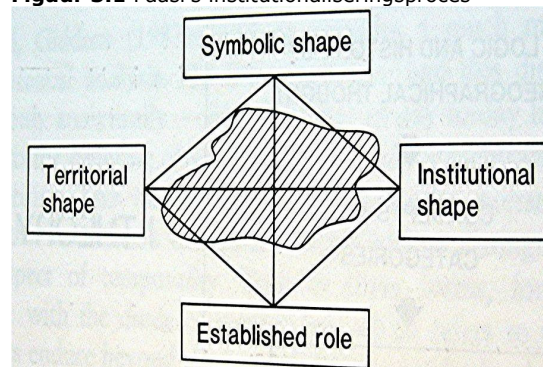
Naast dat de identiteit van bewoners van landelijke gebieden verandert, is ook de perceptie van buitenstaanders op deze regio's aan verandering onderhevig. Een goed voorbeeld hiervan is de nieuwe waardering voor het platteland. Dit wordt onder buitenstaanders steeds minder puur als land- en tuinbouw gebied gezien. Het wordt tegenwoordig steeds meer geassocieerd met een veelvoud aan functies zoals wonen, recreatie en toerisme en natuur- en landschapsbehoud (Cloke & Goodwin, 1992; Huigen, 1996). Uit onderzoek van Haartsen (2002) blijkt dat dit vooral te maken heeft met een veranderende beeldvorming (*ideal identity*) en minder met de daadwerkelijke veranderingen (*factual identity*) (Simon et al., 2005, 29). De Nederlandse regering heeft dit ook ingezien. In de Vijfde Nota over de Ruimtelijke Ordening (Ministerie van VROM, 2001) wordt culturele identiteit ingezet als speerpunt tegen vervlakking en uniformisering. In het Structuurschema Groene Ruimte 2 (Ministerie van LNV, 2002, 25) wordt hier ook aandacht aan geschonken. Hoofddoel van dit structuurschema is: "het landelijk gebied aantrekkelijk maken voor iedereen. Dit betekent: behoud en ontwikkeling van identiteit, verscheidenheid en beleving van het landschap."

3.4 Institutionaliseringsproces van regio's

Streekproducten spelen een grote rol binnen het institutionaliseringsproces van regio's. Wanneer een (voedsel)product geassocieerd wordt met een bepaald gebied, verandert dit gebied. Deze regio verandert niet alleen doordat het meer naamsbekendheid krijgt of opeens gelinkt wordt aan een voedselproduct, maar het ontwikkelt zich op alle fronten, zoals te lezen is in de vorige paragrafen. Regionale actoren (bijvoorbeeld een streekproducteninitiatief van een aantal boeren) gebruiken specifieke territoriale, symbolische of institutionele eigenschappen van de regio om zich af te zetten tegen andere regio's (Paasi, 2001). In deze paragraaf zullen deze eigenschappen worden behandeld en wordt beschreven hoe een regio 'ontstaat' en zich ontwikkelt door de tijd heen.

Regio's worden door de oude generatie geografen nog vaak gezien als actieve 'actoren'. Paasi (2002b) maar ook Allen et al. (1998) zijn het hier hartgrondig mee oneens. Allen et al. vindt dat regio's: "are not out there, waiting to be discovered,

Figuur 3.1 Paasi's institutionaliseringsproces



Bron: Paasi (1991)

rather 'regions' are our (and others) constructions". Een regio is, zo stellen zij, geen passief medium waar sociale acties gebeuren. Het is juist een essentieel onderdeel van al het sociale leven. Deze actieve en postmoderne opvatting die de laatste decennia door steeds meer geographen wordt verdedigd, wordt ook in deze thesis gebruikt voor de analyse van de regio's waar streekproducten worden gefabriceerd.

Met zijn ideeën over het proces van institutionalisering van een regio, heeft Paasi een belangrijke bijdrage geleverd aan de ontwikkeling van de nieuwe stroming binnen de regionale geografie. Paasi heeft, net als een aantal andere wetenschappers, de afgelopen jaren gepleit voor een houding bij regionaal geographen die niet zozeer gericht is op beleidsveranderingen of politieke uitgangspunten, maar meer op het analyseren en begrijpen van processen binnen een regio (Holmen, 1995; Murphy, 1991). Volgens hem is de regio een dynamisch fenomeen, wat constant wordt gereproduceerd en wordt veranderd als gevolg van menselijk handelen. Tegelijkertijd heeft de voortdurende veranderende betekenis van de regio invloed op zijn inwoners door middel van een zich steeds verder ontwikkelend of afkalkend regiogevoel. Het proces van institutionalisering – de steeds verdere nesteling van een regio- bevat vier fases: de territoriale vorm, de symbolische vorm, de institutionele vorm en de functionele rol.

Deze vier fases (Figuur 3.1) in het proces van institutionalisering zijn onderling sterk verbonden. Ook is het belangrijk om te vermelden dat dit proces niet lineair verloopt, dus de ene fase hoeft niet afgerond te zijn voor dat de volgende kan beginnen. Doordat er gebruik wordt gemaakt van zowel structurele benaderingen (bijvoorbeeld cultureel Marxisme) als etnografische benaderingen wordt de regio op een alomvattende manier geanalyseerd (MacLeod & Jones, 2001).

3.4.1 Territoriale vorm

De institutionalisering van een regio begint met de vorming van een afgebakend gebied. Door te kijken naar de al aanwezige machtsrelaties en de economische en culturele processen die in het gebied een rol spelen, kunnen er vage grenzen getrokken worden rondom het gebied. In deze fase wordt door de machthebbers min of meer het profiel geschetst voor de inwoners van de regio en van de buitenstaanders de mensen die niet tot de regio behoren. Paasi (1986, 111) benadrukt overigens dat een natiestaat vaak duidelijker "*defined, symbolized and sanctioned*" is dan sub-nationale regio's, waar de complexiteit omtrent culturele en politieke grenzen vaak veel groter is. '*Practices for inclusion and exclusion*' leiden tot de tweede fase, de vorming van een symbolisch regiogevoel (MacLeod & Jones, 2001).

Wanneer een producent er voor kiest om een streekproduct te ontwikkelen is de bepaling van de regio waar het mee geassocieerd wordt, erg belangrijk. Ondanks dat de territoriale ligging van het bedrijf duidelijk is, kan er voor verschillende regionamen gekozen worden. Doordat de regio niet duidelijk afgebakend is en er tegelijkertijd bij verschillende mensen verschillende regio's zijn, kan dit een lastige keuze zijn. Zo kan een boer in Hierden zich liëren aan verschillende regio's. De plaats Hierden, de gemeente Harderwijk, de streek Veluwe of met de hele provincie Gelderland. Bij de analyse van de streekproductregio's zou het logisch zijn dat de herkomstnamen van de producten overeen komen met de territoriale vorm, aangezien dat duidt op een sterk geïnstitutionaliseerde regio.

3.4.2 Symbolische vorm

De tweede fase bij het regionaliseringsproces van Paasi beslaat de vorming van een identiteit van de bewoners van de regio. Dit wordt de symbolische vorm genoemd. Volgens Anssi Paasi (1991) is een regio een sociaal ruimtelijke eenheid met een historie, waarbinnen de bewoners verbonden worden door de gemeenschappelijke geschiedenis. Deze socialisatie vindt men terug in het dagelijkse leven door communicatie en symbolen. Deze zijn gemeenschappelijk voor alle individuen, maar kunnen wel per persoon anders geïnterpreteerd worden, afhankelijk van de persoonlijke situatie. Deze interpretatie hangt af van onder andere de generatie en sociale klasse waarin men leeft en de religie die men belijdt. Vooral de generatie is een belangrijke koppeling tussen de plaats en regio, aangezien hierdoor individuele plaatsgebonden levensverhalen worden verbonden (MacLeod & Jones, 2001).

Vlaggen en bouwwerken zijn goede voorbeelden van hoe de symbolische vorm van een regio uitgedragen kan worden. Maar ook via streekproducten kan de symbolische vorm van de regio worden ontwikkeld. Van zulke symbolen gaat een sterk identificerende werking uit. Stereotyperingen zoals 'Belgen zijn dom' en 'Nederlanders zijn gierig' zijn voorbeelden van uitdragingen van de symbolische vorm. In veel gevallen worden deze uitspraken door de context - omliggende regio's- gedaan. Deze context is heel belangrijk in het institutionaliseringsproces. Dit soort stereotyperingen van buiten, stelt de regio in staat meer een collectief worden. Om deze reden is de bepaling van de herkomstnaam van een streekproduct erg belangrijk.

3.4.3 Institutionele vorm

In de derde fase in het proces staat de institutionalisering van de regio centraal. De institutionele vorm bestaat uit formele instellingen zoals educatie, rechten en de media. Ook de regionale uitoefeningen van politiek, economie, administratie en cultuur zijn onderdelen van de institutionele vorm van een regio. Met de komst van deze regionale instellingen, kan de culturele vorm van de regio worden versterkt. Regionaal georiënteerd onderwijs bijvoorbeeld, kan bijdragen in een positiever gevoel over de regio. Paasi (1986) vindt dit proces van institutionalisering van een regio één van de belangrijkste factoren in de opmars van (het zelfbewustzijn) een regio.

Streekproductinitiatieven zijn in een groot aantal gevallen afhankelijk van subsidies en medewerking van regionale en lokale overheden. Deze medewerking is makkelijker te bewerkstelligen wanneer de regio sterk institutioneel gevormd is. De gemeente/ provincie of andere regionale overheid zal eerder bereid zijn om zo'n initiatief te steunen als de regio goed geïnstitutionaliseerd is. Omdat de regio Twente geen eigen bestuur heeft zou om die reden een Twents streekproduct minder snel medewerking verleend krijgen dan bijvoorbeeld een streekproduct dat zich lieert aan Overijssel.

3.4.4 Functionele rol

De vierde en laatste fase is de functionele rol die het gebied heeft. Deze fase is voor dit onderzoek ook het meest belangrijk en relevant, alhoewel deze fase niet tot stand kan komen zonder de andere drie fases. De regio is gevormd in het collectieve geheugen van zijn inwoners en speelt nu een rol in het grotere nationale en globale systeem. Interessant in deze fase zijn dan ook de relaties die de regio heeft met zijn burens of met de Rijksoverheid. Daarbij gaat het niet alleen om politieke, maar vooral ook om sociaaleconomische relaties. Welke rol speelt de regio voor zichzelf en voor zijn omgeving op het gebied van werkgelegenheid? Is de directe omgeving voor de regio belangrijk of is de regio voor de omgeving belangrijker? De sociaaleconomische, politieke en culturele processen die zich in de regio afspelen, kunnen niet los gezien worden van hun context. Dit geldt daarom ook voor de al dan niet zichtbare grenzen van het gebied, die beïnvloed worden door de genoemde maatschappelijke processen (MacLeod & Jones, 2001).

Als de functionele rol goed ontwikkeld is kan de regio ingezet worden om meer te bereiken. Deze fase is dus van fundamenteel belang voor het succesvol ontwikkelen van streekproducten. Wanneer de regio zich heeft gevormd in het collectieve geheugen van haar inwoners en, misschien nog belangrijker, van mensen van buiten de regio, kan de streekverwijzing van het voedselproduct een veel grotere impact veroorzaken bij de consument. Ook is het voor de regio minder lastig om (financiële) steun van landelijke of andere regio-overstijgende overheden te krijgen.

3.5 Regiobranding

In de vorige paragrafen zijn de begrippen regio en regio-identiteit beschreven en geconceptualiseerd. Maar voor producenten van streekproducten is het vooral van belang dat ze deze regio-identiteit op een effectieve manier kunnen presenteren aan de consument. Bij de marketing voor hun product is het in veel gevallen verstandig om de regio hierbij te betrekken. In deze paragraaf zal het principe van regiobranding worden toegelicht.

Branding is sinds de jaren '90 van de vorige eeuw één van de meest gebruikte manieren om producten een waardevermeerdering te geven. Deze toegevoegde waarde ontstaat door het toegenomen consumentenvertrouwen in het merk en de positieve associaties die ze hebben met het merk (McCracken, 1993)(De Chernatony, 2001). Wanneer consumenten een duur product kopen vanwege het merk is dat meestal niet vanwege de goede gebruikerswaarde maar omdat het in hun ogen een hoge esthetische en culturele waarde heeft (Hudson, 2005, 69). Vooral postmaterialisten en kosmopolieten (zie paragraaf 2.4) vinden het belangrijk om goederen te consumeren die staan voor kwaliteit. Deze twee mentalities (Motivaction 2009) vinden het gemiddeld genomen niet erg om meer geld uit te geven aan een product dat een hoge culturele waarde vertegenwoordigt.

Eén van de manieren waarmee een product 'gebrand' kan worden is met behulp van de geografische oorsprong van het product. Ondanks dat dit type van branding pas sinds een aantal decennia echt effectief en op grote schaal gebruikt wordt, bestaat het principe al veel langer. Al sinds de negentiende eeuw maken producenten gebruik van de geografische afkomst van het product om een bepaald cachet aan hun producten te geven, waarmee het zich onderscheidt van andere soortgelijke producten. Voorbeelden hiervan zijn Cadbury's Bournville chocolate en Sheffield Steel (Papadopoulos & Heslop, 1993) (Moor, 2007). Tegenwoordig wordt deze strategie

vooral gebruikt in de voedselproductiesector. Streekproducten zijn hier het bekendste voorbeeld van.

In het verleden was functionele en fysieke innovatie van het product één van de belangrijkste methodes om je te onderscheiden van concurrenten (Lury, 2004, 28). Tegenwoordig is het *branden* van je product één van de effectiefste manieren om als (voedsel)product een goede marktpositie te veroveren. Het gebruiken van de herkomstregio van het product in de naam of de communicatie naar de consument toe, is hier een goed voorbeeld van. Zo worden streekproducten en andere *'speciality food brands'* volgens Andy Pike (2009, 627) op dusdanige wijze in de markt gezet dat er zoveel mogelijk geprofiteerd wordt van de culturele betekenis van de herkomstregio. Wanneer de producten worden gelinkt aan *'cultural markers'* treedt er volgens hem waardevermeerdering op van de producten omdat de consumenten ze identificeren met specifieke plaatsen/ regio's (Molotch, 2002, 680). Hij (627) omschrijft het als volgt: "*Space and place are written through branded objects and the social practices of branding.*" De manier waarop een merk gepercipieerd wordt, heeft veel te maken met de nationale stereotypen van het land van waar het merk vandaan komt. Zo staat *'Made in the USA'* voor individuele vrijheid en welvaart. Andy Pike: "*Beajolais Nouveau evoke the French art de vivre; BMWs and Mercedes-Benzes drive with German efficiency and reliability*" (2009, 626).

De perceptie die consumenten hebben van een product, wordt dus sterk gekleurd door het imago van het land waarvan het vandaan komt. Zo wordt Finland geassocieerd met mobiele telefoons en Zweden met IKEA en Volvo. Deze gepercipieerde waarde van een land als merk kan uit strategisch oogpunt erg belangrijk zijn voor de producent van een streekproduct, aangezien het deels bepaalt of het product aanslaat in het buitenland. (Rusten et al., 2007)

Andy Pike (2009, 627) vindt niet dat consumenten de producten per definitie associëren met een land: "*Products are not necessarily made in 'countries'. They are made in "places", or geographic origins, which can be anything from a city to a state or province, a country, a region, a continent – or the world, in the case of global products.*" Deze visie wordt niet door iedereen binnen de academische wereld gedeeld. Zo vindt Scott (1997, 325) dat in sommige gevallen de reputatie en de authenticiteit van culturele producten onlosmakelijk verbonden is met een bepaald land, plek, stad of regio. Denk aan de Hollandse kazen, Deense meubelen, Florentijns lederwerk of haute couture uit Parijs. De *'place-based'* associaties van een product kunnen op verschillende manieren ontwikkeld worden (Rusten et al., 2007). Op basis van de perceptie van de doelgroep en het type product kan een streekproducent haar product laten associëren met een bepaald imago zoals het platteland of juist met een bepaalde geografische locatie. Wanneer bijvoorbeeld de productieregio negatieve gedachten oproept bij de doelgroep, is het logischer om het product te koppelen met het hele land.

Merken hebben in de ogen van de consument veel geografische verbindingen. Merken en merknamen kunnen zodoende dus niet gezien worden als *'spaceless concepts'* zonder enige geografische context (Lee, 2002, 334). Andy Pike (2009, 625) verwoordt het als volgt: "*Goods and services are inescapably imbued with spatial associations because they contain – in the details of their fabrication and outcome – the places of their origin.*" Wanneer een product een merk krijgt, wordt het direct gelabeld met een onuitwisbare plek in het geheugen van de consument (Room, 1998). De afkomst van een product of merk geeft dus (onbedoeld) een symbolische lading mee. Wanneer deze bekend is bij de producent en op de juiste manier gebruikt wordt, is het -zoals hierboven ook al gemeld- een effectief middel om de marktpositie te verbeteren (Morello, 1993).

Toch kan deze symbolische lading ook vervelende gevolgen hebben voor de producent. Wanneer een merk eenmaal een bepaalde (negatieve) associatie heeft gekregen bij de consument, is het moeilijk om hier weer van af te komen. Zo is McDonald's reputatie van ongezonde fast food van matige kwaliteit en de link die het heeft naar het Amerikaans cultureel imperialisme bij iedereen bekend, ondanks dat ze verschillende pogingen heeft gedaan om deze reputatie te veranderen (Ritzer, 1998). Maar er zijn ook voorbeelden te noemen waar het wel gelukt is om een bezoedelde merknaam op te vijzelen. Producten van het Zuid-Koreaanse Samsung hadden tot een aantal jaar geleden de reputatie dat ze van slechte kwaliteit zijn. Dit is door intensieve gerichte marketingcampagnes ten gunste veranderd. Andere merknamen zijn bedorven door geografische connotaties waar ze zelf niks aan konden doen. Zo worden er sinds de religieuze

Figuur 3.2 Dit drankje verkocht niet goed in België



Bron: Radio 1, 2007

cartoons van de Deense tekenaar Kurt Westergaard veel minder Deense producten verkocht in Islamitische landen (Pike, 2009).

Het kiezen van de naam van je product luistert erg nauw aangezien met een verkeerd gekozen naam er heel verkeerde en negatieve associaties kunnen worden gelegd. Met name voor bedrijven die op de internationale markt opereren is dit belangrijk, aangezien de naam van hun product in het buitenland heel iets anders kan betekenen (zie ook figuur 3.2) (Rusten et al. 2007). Een bekend voorbeeld hiervan is de Mitsubishi Pajero. Deze auto verkocht heel slecht in Spaanstalige landen omdat Pajero in het Spaans 'rukker' betekent (De Pers, 2010). Voor producenten van streekproducten is dit over het algemeen een minder groot punt, aangezien de naam van het product vaak bestaat uit de combinatie van de streek en de herkomstregio.

4. Beleid & streekproducten

In dit onderzoek over streekproducten wordt de focus gelegd op de streekproducten die internationaal gecertificeerd zijn. Naast dit internationaal geaccepteerde keurstempel zijn er ook nog veel verschillende regionale en nationale keurmerken die in het licht van dit onderzoek zeer relevant zijn. Deze labels zijn in het leven geroepen door (inter)nationale overheden en zijn onderdeel van beleid dat gericht is op de stimulatie van streekproducten. Zowel op nationaal als op internationaal niveau wordt het belang van streekproducten ingezien en zijn er de laatste jaren veel plannen ontworpen om deze sector te steunen. In de volgende paragrafen wordt voor Nederland (4.1) en voor Europa (4.2) gekeken welke plannen er zijn gemaakt en wat de consequenties hier van zijn.

4.1 Beleid in Nederland

Sinds 2000 wordt de streekproductensector in Nederland op substantiële wijze gesteund door de nationale overheid. Het Ministerie van Landbouw Natuurbeheer & Visserij constateerde dat deze sector niet echt van de grond kwam en heeft toen het "Beleidsnota streekproducten" opgesteld (Ministerie van LNV, 2000). De belangrijkste reden voor het falen van deze sector was de gebrekkige verkrijgbaarheid van streekproducten in winkels. Daarnaast was er niet genoeg kennis over promotie en marketing aanwezig bij de producenten en was het voor veel consumenten niet duidelijk wat nou echte authentieke regio-eigen-producten waren. Om de streekproductenmarkt te stimuleren heeft het ministerie van LNV destijds 900.000 euro vrijgemaakt. Het vooropgezette doel was dat de beleidseffecten zich vooral op de regionale schaal zouden gaan manifesteren. Door extra inkomsten voor de boeren en de bijdrage aan het imago en het toerisme van een gebied zouden er positieve sociaaleconomische ontwikkelingen moeten plaatsvinden (LEI, 1999). Om dit doel te bereiken heeft het ministerie een 'driesporenaanpak' gevolgd. Dat wil zeggen dat er op drie verschillende niveaus werd ingezet. Zo werd het belangrijk gevonden dat er een nationaal keurmerk kwam (1), moesten de belangen van Nederlandse streekproducenten behartigd worden in Europa (2) en werden een aantal verschillende landelijke projecten gesubsidieerd (3). Deze drie sporen zullen hieronder behandeld worden (Bureau Bartels, 2008).

Het ministerie van LNV vond het belangrijk dat er één nationale instantie komt die zich zou gaan bezig houden met het beheren en controleren van gecertificeerde streekproducten. Er werd dus een keurmerk voor streekproducten in het leven geroepen. Dit keurmerk zou dan landelijke bekendheid moeten krijgen waardoor de onduidelijkheid van de consument over (de authenticiteit van) streekproducten weggelaten kon worden. Stichting Streekproducten Nederland (SPN) heeft de bevoegdheid gekregen om een nationaal keurmerk op te starten. Dit keurmerk zou er toe bij moeten gaan dragen dat de echte authentieke streekproducten zich kunnen onderscheiden van 'pseudo' streekproducten. SPN richtte het keurmerk Erkend Streekproduct op. Om in aanmerking te komen moesten de producten aan een aantal voorwaarden voldoen.

1. Afbakening streek. De verwerking van het product vindt plaats in de streek waarmee het product zich afficheert.
2. Herkomst grondstoffen. Alle kenmerkende grondstoffen komen uit de streek.
3. Duurzaamheid. Het product moet bijdragen aan een duurzame regionale ontwikkeling. Op zowel het economische, ecologische als het sociale vlak.
4. Onafhankelijke controle. SPN ziet er op toe dat de gemaakte afspraken met de producenten worden nageleefd. (Leadernetwerk Nederland, 2005, 21) (SPN, 2010)

Erkend Streekproduct heeft twee typen licentiehouders. De eerste groep bestaat uit regionale licentiehouders die in hun regio een assortiment van streekproducten op de markt brengen. Op dit moment (februari 2011) zijn Stichting Waddengroep, Stichting Keurmerk Streekproducten Groningen, Stichting Keurmerk Streekproduct Westerwolde, Stichting De Hollanden en de Nederlandse Vissersbond licentiehouders. Om het keurmerk te mogen voeren betalen ze 2.200 euro per jaar. Daarnaast zijn er individuele producenten aangesloten. Zij laten hun producten rechtstreeks bij SPN certificeren. Hiervoor betalen ze elk jaar honderd euro (Bureau Bartels, 2008).

Het keurmerk is niet zo'n groot succes geworden als waarop het Ministerie van LNV had gehoopt. Net na de oprichting meldden veel individuele producenten zich aan, maar nadat bleek dat het label maar weinig nationale bekendheid genoot, lieten een groot aantal producenten hun licentie niet verlengen. Mede door de komst van een groot aantal regionale keurmerken nam de waarde en de aantrekkingskracht van het nationale label sterk af.

Naast het stimuleren en ontwikkelen van de regionale/ lokale initiatieven werd er met de oprichting van dit keurmerk ook getracht om de stap voor Nederlandse streekproducten naar EU-erkenning minder groot te maken. Dit is eveneens niet helemaal gelukt. Op dit moment heeft slechts één streekproduct (Westlandse Druif) zowel een Europees als een nationaal keurmerk. Dit matige resultaat kan verklaard worden met het feit dat de gestelde criteria van de twee keurmerken erg met elkaar verschillen. Erkend Streekproduct stelt hoge eisen op het gebied van duurzaamheid terwijl de EU juist veel meer aandacht schenkt aan traditie. (Bureau Bartels, 2008)

Het tweede 'spoor' waarop werd ingezet, was het beheren van het belang van Nederlandse streekproducenten op Europees niveau. Zo worden producenten ondersteund bij het aanvragen van een Europese licentie en wordt er ingegrepen op het moment dat een buitenlandse onderneming een licentia aanvraag doet die negatieve gevolgen kan hebben voor een Nederlandse producent. Dit spoor heeft tot nu toe ook niet tot de gewenste resultaten geleid. In tien jaar tijd hebben negen Nederlandse streekproducten een Europees keurmerk gekregen: Opperdoezer Ronde (1996), Noord-Hollandse Edammer (1996), Noord-Hollandse Gouda (1996), Boeren Leidse met sleutels (1997), Kanterkaas (2000), Westlandse Druif (2003), Boerenkaas (2007), Gouda Holland (2010) en Edam Holland (2010) (Europese Commissie, 2010a). In totaal zijn er meer dan duizend producten geregistreerd wat betekent dat Nederland minder dan één procent van alle erkenningen voor haar rekening neemt. Uit interviews met actoren uit de streekproductensector (Bureau Bartels, 2008) is naar voren gekomen dat veel potentiële licentiehouders erg terughoudend tegenover dit keurmerk staan. De nadelen zoals de controles en de lange registratieprocedure wegen voor veel Nederlandse producenten niet op tegen de potentiële baten van een Europese erkenning.

Het derde en laatste spoor waar het ministerie van LNV zich voor heeft ingezet, is het (financieel) ondersteunen van verschillende landelijke projecten in de streekproductensector om zo de zelfredzaamheid en professionalisering van deze bedrijven te stimuleren. Het ministerie liet regionale en lokale overheden, waaronder het Plattelands Ontwikkelings Plan (POP), de vrijheid om in totaal 545.000 euro te investeren in projecten waar streekproducten centraal staan. Het meeste geld is naar projecten gegaan uit het SPN-projectenprogramma. De gesubsidieerde initiatieven kenden geen onderlinge samenhang en in een groot aantal gevallen werd er maar een dermate klein bedrag bijgedragen dat er geen grote resultaten verwacht konden worden. Dit blijkt ook uit de analyse van onderzoeksbureau Bartels (2008) waarin wordt geconcludeerd dat dit spoor niet tot heel veel positieve resultaten heeft geleid.

De hierboven genoemde projecten zijn de belangrijkste pijlers van het streekproductenbeleid van de nationale overheid in de afgelopen tien jaar. In vijf jaar tijd is de omzet van de totale streekproductie verdubbeld naar negentig miljoen euro in 2005 (Agro Keten kennis, 2005). Er zijn geen recentere officiële cijfers bekend, maar de markt is nog steeds groeiende. Dit betekent niet direct dat het LNV-beleid een succes is geweest. Sterker nog, het driesporenaanpak heeft de marktimperfectie niet volledig weten weg te nemen. Het grootste probleem lijkt aan de vraagzijde te liggen –de consumenten moeten bekend worden gemaakt met streekproducten- en daar is het nationale beleid tot nog toe niet op gericht. (Bureau Bartels, 2008)

Nadat het beleid dat gemeind was met deze beleidsnota, heeft het ministerie aan onderzoeksbureau Bartels (2008) gevraagd om het gevoerde beleid te evalueren en aandachtspunten voor toekomstig beleid te onderscheiden. Het onderzoeksbureau heeft naast een groot aantal kritiekpunten –zoals hierboven ook te lezen is- vijf groeifactoren onderscheiden. Deze factoren kunnen eventueel gebruikt worden in een eventueel volgende beleidsnota over streekproducten. Veel van deze factoren kwamen ook terug in het al uitgevoerde beleid en komen goed overeen met de beschreven maatschappelijke ontwikkelingen en krachten:

1. Tegenreactie op globalisering. De relatie tussen consument en producent wordt belangrijker. Dit is in het verlengde van de theorie over *glocalization*. Consumenten keren zich af tegen de globalisering en gaan zich juist aangetrokken voelen tot ouderwetse lokale voedselproducten.
2. Herwaardering platteland. Zoals al beschreven is in paragraaf 3.3 hebben steeds meer mensen de behoefte om te ontsnappen uit hectische en drukke leven in stedelijke gebieden en om op vakantie te gaan naar het platteland. Het consumeren van streekproducten past hierbij. Deze tendens geeft perifere regio's ook de mogelijkheid om zich via andere sectoren te ontwikkelen. Door middel van goede regiobranding kunnen er meer toeristen en bedrijven naar het platte land worden gelokt.
3. Echtheid en kwaliteit van voedselproducten. Voedselproducten uit de eigen omgeving worden meer met kwaliteit en authenticiteit geassocieerd dan 'anonieme' producten. Daarnaast speelt bij de perceptie van de kwaliteit en authenticiteit van het product, de context een grote rol. Consumenten zijn bereid meer geld te betalen voor voedselproducten die ze kopen via bijvoorbeeld boerenretail.

4. Smaak steeds belangrijker. Consumenten willen voedsel beleven en de gepercipieerde smaak is erg belangrijk. Deze trend is ook beschreven door Zúñiga & Green (1992) in paragraaf 2.4, waar wordt gesproken over de *new consumer* die een zeer persoonlijke smaak heeft en bereid is hier veel voor te betalen. Productenten van streekproducten zijn in de ideale positie om deze nieuwe groep consumenten te bedienen.
5. Voedsel moet gezond zijn. Consumenten zijn bereid meer geld uit te geven aan voedselproducten die een positieve invloed hebben op hun gezondheid. Marsden (1998) noemt deze potentiële afnemers van biologische- maar ook streekproducten *careful consumers* (zie ook paragraaf 2.4).

4.2 Beleid in Europa

Sinds 1992 is er op Europees niveau regelgeving voor de bescherming van oorsprongsbenamingen. Dit systeem van Europese bescherming van streekproducten kent drie typen erkenningen, namelijk Beschermde Oorsprongsbenaming (BOB), Beschermde Geografische Aanduiding (BGA) en Beschermde Gegarandeerde Traditionele Specialiteit (GTS). In het vervolg van deze thesis zullen de Engelse afkortingen PDO (Protected Designation of Origin), PGI (Protected Geographical Indication) en TSG (Traditional Speciality Guaranteed) worden gebruikt. Dit om onduidelijkheid te voorkomen. Dit beschermingssysteem is opgezet om de diversiteit van de landbouwproductie te stimuleren, productnamen te beschermen tegen misbruik en namaak en consumenten zekerheid te verschaffen over de kwaliteit van het erkende streekproduct (College of Agriculture and Home Economics, 2005). Tot op dat moment hadden vooral Franse, Spaanse en Italiaanse producenten van authentieke streekproducten last van concurrenten die namaakproducten onder dezelfde naam verkochten (Ilbery & Kneafsey, 1999, 2211). Met het wegnemen van de interne handelsgrenzen in Europa vreesden zij voor nog meer oneerlijke concurrentie en werd er op aangedrongen om een beschermingssysteem in het leven te roepen (Bureau Bartels, 2008) (Ministerie van LNV, 2008).

De Europese commissie hoopt met deze keurmerken niet alleen de landbouw in perifere regio's duurzamer te maken. Er wordt ook verwacht winst te boeken op de volgende vlakken:

1. Er komt een link tussen het product en landschap/ cultuur van de regio.
2. Culinair/ gastronomisch erfgoed wordt automatisch beschermd.
3. Wanneer er samenwerking komt binnen de productie van lokale producten (bijvoorbeeld een streeklijn) kan er door synergie winst worden geboekt (Ilbery & Kneafsey, 1999, 2208).

Zoals hierboven al gesteld heeft de Europese Unie drie typen erkenningen in het leven geroepen. Het PDO-label wordt verleend wanneer productie, verwerking en bereiding plaatsvinden binnen een bepaald geografisch gebied, volgens een erkende en gecontroleerde werkwijze. Iets meer dan de helft van alle producten die in de database van erkende streekproducten zijn opgenomen, mag dit label voeren. Parmaham en champagne zijn hier bekende voorbeelden van.

Wanneer een product een PGI erkenning krijgt, moet minimaal één van de productie-, verwerkings- of bereidingsstadia plaatsvinden in een afgebakend geografisch gebied of heeft het product een bepaalde faam binnen de regio. Dit label heeft veel overeenkomst met de PDO-erkenning. Het belangrijkste verschil is dat producten met een PGI-embleem een iets minder sterke link hoeven te hebben met de regio waar ze naar appelleren. Van alle erkende streekproducten is 45% gelabeld met het PGI keurmerk. Bijvoorbeeld Spreewald-augurken en Hasseltse jenever.

Figuur 4.2 PGI keurmerk



Bron: Europese Commissie, 2010a

Met de TSG-vermelding wordt de traditionele samenstelling of productiemethode van het product benadrukt (Ministerie van LNV, 2008). Producten die dit label mogen voeren hoeven zich dus niet te affichereren met een regio. Deze producten zullen ook niet behandeld worden in het empirische onderzoek, aangezien er geen duidelijke regio aan het product is gelinkt. Voorbeelden van producten met een TSG-keurmerk zijn Mozzarella en Boerenkaas. Deze kazen kunnen dus overal geproduceerd worden mits hiervoor de traditionele ingrediënten en methode worden gebruikt. TSG-producten

Figuur 4.1 PDO keurmerk



Bron: Europese Commissie, 2010a

Figuur 4.3 TSG keurmerk



Bron: Europese Commissie, 2010a

beslaan niet meer dan 5% van alle door de EU erkende streekproducten. (Europese Commissie, 2010a)

In de factsheet die de Europese Commissie (2007) heeft opgesteld over haar streekproductenbeleid is er omschreven wat zij definiëren als een kwalitatief hoogwaardig voedselproduct. De producten die in aanmerking willen komen voor een keurmerk moeten aan de volgende voorwaarden (blijven) voldoen:

- Karakteristieke eigenschappen van het product die gelinkt zijn aan de oorspronkelijke productieregio, productiemethode of veeslag.
- Speciale ingrediënten.
- Eigen productie methoden als resultaat van lokale traditie en expertise.
- Aandacht voor het dierenwelzijn en het milieu.
- De productie, presentatie en etikettering worden op dusdanige manier gedaan dat het ten gunste is van de aantrekkingskracht van het product.

Op deze punten worden de producenten gecontroleerd door onafhankelijke controleurs. De nationale overheid van het land waar het product vandaan komt, is verantwoordelijk voor het opzetten van de controle organen. De kosten die gemaakt worden voor het controleren van de producenten komen voor rekening van de producenten zelf (WIPO, 2007). Dit is voor een aantal potentiële licentiehouders de reden geweest waarom ze uiteindelijk geen Europees label hebben aangevraagd. Met name in Groot-Brittannië zijn veel boeren en andere voedselproducenten hierop afgeknapt. In 2007 waren er slechts 36 producten gecertificeerd, terwijl er een veelvoud hiervoor in aanmerking zou kunnen komen (Meat and livestock commission, 2007).

Volgens Marian Fischer Boel, destijds Europees commissaris voor Landbouw en Plattelandsontwikkeling (Europa.nu.nl, 2009), is het belangrijk dat het Europees certificeringssysteem kwaliteit boven kwantiteit stelt. De criteria voor het keurmerk mogen dus niet naar beneden worden bijgesteld. Volgens haar vertegenwoordigen producten met een GI-label (Geographic Indication label) veel meer economische waarde dan eenzelfde product zonder keurmerk. Het is volgens haar van groot belang dat het keurmerksysteem bekender wordt bij het grote publiek, zodat het voor de consument heel duidelijk is dat ze een kwalitatief hoogwaardig product kopen. Om dit te bereiken vindt ze het, het overwegen waard om in de toekomst het PDO en PGI-label samen te voegen om het voor de consument minder ingewikkeld te maken. Er is namelijk gebleken dat de grote mate van complexiteit die volgens veel consumenten om de keurmerken heen hangen, de grootste factor is waarom gecertificeerde streekproducten nog niet optimaal renderen (College of Agriculture and Home Economics, 2005).

Vanaf 2003 kunnen ook producten die buiten Europa worden geproduceerd een PDO, PGI & TSG-keurmerk krijgen. Het WTO heeft dit besloten nadat negen landen die niet lid waren van de EU (Verenigde Staten, Australië, Mexico, Guatemala, Columbia, Turkije, India, Taiwan en Nieuw Zeeland) zich benadeeld voelden ten opzichte van de Europese landen. Zij ervoeren de Europese keurmerken als oneerlijke concurrentie omdat bijvoorbeeld een Australisch keurmerkloos streekproduct dat aan de EU-richtlijnen voldoet een minder goede marktpositie heeft dan bijvoorbeeld een beschermd regioproduct uit Bretagne (College of Agriculture and Home Economics, 2005).

De invoering van de keurmerken voor streekproducten is de belangrijkste beleidsmaatregel geweest op Europees niveau. Toch is er door de Europese Commissie ook op andere manieren getracht producenten te stimuleren om zich (gedeeltelijk) toe te leggen op streekproducten. Het Leader+ programma is hier een goed voorbeeld van. Dit programma liep van 2001 tot en met 2007 en was onderdeel van het Plattelands Ontwikkelings Programma (POP). Aan het begin van deze eeuw zijn er acht Leader+ gebieden geïdentificeerd in Noord-Nederland. In deze landelijke regio's werden een aantal bedrijven dat de streekproductenmarkt probeerde te betreden, financieel ondersteund. Na een paar jaar zouden deze bedrijven dan zelfstandig en subsidieeloos moeten kunnen opereren. (Leadernetwerk Nederland, 2005)

4.3 Conclusie

In dit hoofdstuk is besproken welk beleid overheidsorganen op zowel nationaal (Nederland) als Europees niveau voeren en hebben gevoerd ten aanzien van streekproducten. Zo is gebleken dat de Nederlandse overheid sinds het begin van deze eeuw zich serieus heeft ingezet voor deze opkomende sector door onder meer een officieel erkend keurmerk voor streekproducten in het leven te roepen. Daarnaast heeft het ministerie van LNV in het kader van het Plattelands Ontwikkelings Plan, verschillende kleinschalige streekproduct-initiatieven ondersteund om de rurale en economisch minder sterke regio's in Nederland een boost te geven.

Op Europees niveau zijn er de laatste decennia ook veel beleidsmaatregelen getroffen om de streekproductensector te ondersteunen/ beschermen. De belangrijkste maatregel is zonder twijfel de start van de drie officiële keurmerken. Sinds de start van dit label hebben meer dan duizend producenten een PDO, PGI of TSG-keurmerk succesvol aangevraagd. De vraag is natuurlijk of deze beleidsplannen tot op heden succesvol zijn geweest. Hebben deze maatregelen geleid tot meer verbreding (lees; boeren die overstappen op streekproducten) in de agrarische sector? En, in het kader van dit onderzoek nog wel belangrijker, hebben perifere rurale regio's van deze beleidsmaatregelen geprofiteerd? In de volgende hoofdstukken zal door middel van een empirische analyse en literatuurstudie, gekeken worden in hoeverre de in dit hoofdstuk besproken beleidsplannen (positieve) gevolgen hebben gehad voor de perifere regio's in Europa.

5. Methodiek

In dit onderzoek wordt bestudeerd in hoeverre er een verband bestaat tussen de periferiteit, de institutionaliseringsgraad van een regio en het aantal streekproducten dat er wordt geproduceerd en of deze producten verwijzen naar rurale of urbane regio's. Daarnaast wordt er onderzocht of de regio's waar streekproducten worden gemaakt, economische vooruitgang hebben geboekt. Er is voor gekozen om alleen de streekproducten te onderzoeken die een officieel PDO- of PGI-keurmerk hebben gekregen van de Europese Commissie. Dit is slechts een heel klein percentage van alle in Europa geproduceerde streekproducten. Het is vanwege de omvang en de beperkte transparantie van de sector, niet mogelijk om het volledige streekproductenbestand aan een analyse te onderwerpen. De database die de Europese Commissie beschikbaar stelt, is natuurlijk geen volledig significante steekproef van de volledige markt, maar doordat het duidelijk afgebakend is en de producenten moeite en uitgaven moeten doen, zijn hier over het algemeen wel de meest belangrijkste streekproducten vertegenwoordigd. Alle producten worden op basis van hun geografische verwijzing ingedeeld in een bepaalde NUTS-2 regio (Eurostat, 2011a). Op deze manier kan er op een zuivere manier worden geanalyseerd in hoeverre streekproducten uit regio's komen die op economisch vlak minder presteren.

5.1 Regio-indeling

Om te kunnen onderzoeken in welke mate de streekproducten verwijzen naar perifere gebieden, is het van belang om deze gebieden op een zuivere manier te indexeren. De streekproducten worden geografisch ingedeeld op basis van de NUTS-2 regio's (Eurostat, 2011a) (zie kaart 5.1). Er is gekozen voor deze indeling omdat alleen voor deze door Europa gecreëerde administratieve regio's statistieken beschikbaar zijn die voor alle landen van de Europese Unie gelijk zijn. De administratieve regio's zijn zo ingedeeld dat er zo min mogelijk grote verschillen in inwoneraantallen zijn. Gemiddeld wonen er per NUTS-2 regio tussen de één en twee miljoen mensen. Een aantal NUTS-2 regio's (bijvoorbeeld in Duitsland en Finland) zijn de laatste tien jaar opnieuw ingedeeld, waardoor sommige statistieken voor een aantal landen niet beschikbaar zijn.

Kaart 5.1 NUTS-2 regio's in Europa



Bron: Eurostat, 2011a

5.2 Streekproducten

Op het moment van de analyse (20 december 2010) zijn 1003 streekproducten van Europese makelij officieel geregistreerd door de Europese Commissie. Deze producten staan in de Database of Origin and Registration (DOOR) die te raadplegen is op de website van de Europese Commissie (2010a). Er is gekozen om alleen de producten te gebruiken die een PDO of PGI-label hebben. De dertig geregistreerde producten met een TSG-keurmerk worden niet meegenomen in de analyse omdat dit keurmerk niks zegt over de geografische herkomst van het product. Zodoende zijn er dus 960 producten onderzocht om tot beantwoording van de onderzoeksvragen te komen.

Er zijn producten die verwijzen naar verschillende regio's of plaatsen. Gouda Holland en Ananás dos Açores - São Miguel zijn hier voorbeelden van. De eerstgenoemde geografische naam is in zo'n geval bindend. Gouda Holland verwijst dus naar Gouda (NUTS-2 regio Zuid-Holland) en Ananás dos Açores - São Miguel refereert naar Açores (Região Autónoma dos Açores). Een aantal producten heeft een geografische verwijzing die op verschillende manieren geïnterpreteerd kan worden. Het product Carne de Morucha de Salamanca is hier een voorbeeld van. Salamanca is zowel een stad als een provincie. In deze gevallen wordt er gekeken naar de stad en niet naar de omvattende regio die naar deze stad is vernoemd. Bij dit voorbeeld wordt er dus gerefereerd naar de stad Salamanca.

Als een streekproduct naar een streek verwijst dat niet binnen één NUTS-2 regio valt, wordt er gekeken naar de reële productielocatie. Op de website van Qualigeo (2011) is voor elk geregistreerd streekproduct aangegeven waar het geproduceerd wordt. Op het moment dat ook dat geen uitsluitel geeft, omdat de reële productieregio bijvoorbeeld de precieze grenzen aanhoudt van meerdere NUTS-2 regio's, wordt de regio gekozen die qua inwonertal het grootst is. Wanneer er meer dan één streekproduct uit deze zelfde regio komen, worden de producten 'verdeeld' over de regio's.

Naast dat de producten in een NUTS-2 regio worden ingedeeld, wordt er ook gekeken hoe geïnstitutionaliseerd de regio of plaats is waar naar wordt verwezen. Producten die geen geografische verwijzing hebben maar refereren naar bijvoorbeeld een koesoort (Carne Arouquesa) of een historische boerderij (Queijo Terrincho) worden ingedeeld als "niet geïnstitutionaliseerd". Producten die verwijzen naar natuurlijke elementen zoals een moerasgebied (Riz de Camargue) Berg (Muscat du Ventoux) of rivier (Pagnotta del Dittaino) worden ingedeeld als "gedeeltelijk geïnstitutionaliseerd".

Om vast te stellen in welke mate streekproducten verwijzen naar stedelijke gebieden of juist landelijke regio's, zijn alle onderzochte producten geclassificeerd op basis van stedelijkheid. Producten die verwijzen naar een plaats met minder dan 10.000 inwoners of een regio die zeer dunbevolkt is, wordt het ingedeeld als "ruraal". Refereert het product naar een stad met tussen de 10.000 en 50.000 inwoners of naar een regio waar zowel agrarische als stedelijke gebieden zijn, krijgt het de classificatie "semi-urbaan". Producten met een "urbane" verwijzing refereren naar steden met meer dan 50.000 inwoners of stedelijke, industriële regio's. Deze indeling is gemaakt omdat de producten in veel gevallen verwijzen naar een klein gebied of plaats binnen de NUTS-2 regio. Hierdoor is het mogelijk dat twee producten die in een zelfde NUTS-2 regio worden geproduceerd, verwijzen naar twee gebieden of plaatsen binnen die sterk verschillen qua ruraliteit. Zo worden Asparago di Badoere (Badoere is een klein dorpje met 2.750 inwoners) en Pesca di Verona (in Verona wonen meer dan 250.000 inwoners) beiden in de NUTS-2 regio Veneto geproduceerd. Asparago di Badoere wordt dus als "ruraal" geïndexeerd en Pesca di Verona als "urbaan". Op deze manier is het mogelijk om een eerlijkere weergave te geven van de ruraliteit of urbaniteit van de regio's waar de onderzochte streekproducten naar verwijzen.

5.3 Statistische gegevens

Naast dat er gekeken wordt naar de institutionaliseringsgraad van de regio's waar de streekproducten naar verwijzen, wordt ook de economische situatie van deze regio's geanalyseerd. Deze analyse gebeurt met behulp van statistische regionale cijfers van het Europees Observatienetwerk voor Ruimtelijke Ordening (ESPON). Dit instituut interpreteert en combineert statistische gegevens van Eurostat (2011a) en brengt actuele en toekomstige ontwikkelingen in kaart (ESPON, 2011). Door bijvoorbeeld het werkloosheidscijfer en het bruto binnenlands product van een regio te combineren, is het mogelijk om de economische situatie van deze regio te schetsen.

6. Primaire analyse onderzoeksveld

In dit hoofdstuk wordt het onderzoeksveld in kaart gebracht en aan statistische toetsen onderworpen. De spreiding van geregistreerde streekproducten binnen Europa wordt weergegeven. Daarnaast wordt er gekeken waar de periferie van Europa ligt. Deze basale analyse van het onderzoeksveld dient als basis om in het volgende hoofdstuk de onderzoeksvragen op een goed onderbouwde manier te kunnen beantwoorden.

6.1 Streekproducten per land

Allereerst wordt bestudeerd naar welke Europese regio's de streekproducten verwijzen. Zoals al vermeld in hoofdstuk 5, worden alleen de streekproducten meegenomen met een geregistreerd PGI- of PDO-label. Dit zijn in totaal 960 streekproducten die verdeeld zijn over 21 Europese landen (zie tabel 6.1).

Tabel 6.1 Aantal streekproducten per land en het BBP

Land	Absoluut aantal streekproducten	Aantal streekproducten per 1 miljoen inwoners	Nominaal BBP per hoofd van de bevolking (2009)
Italië	217	3,60	25.200
Frankrijk	181	2,80	29.600
Spanje	144	3,13	22.900
Portugal	114	10,72	15.800
Griekenland	88	7,78	20.700
Duitsland	80	0,98	29.300
Groot-Brittannië	32	0,52	25.300
Tsjechië	25	2,38	13.100
Polen	17	0,45	8.100
Oostenrijk	13	1,55	32.800
Nederland	8	0,48	34.600
België	8	0,74	31.400
Hongarije	7	0,70	9.300
Finland	4	0,75	32.100
Ierland	4	0,90	35.700
Luxemburg	4	7,97	76.500
Slowakije	4	0,74	11.600
Zweden	4	0,43	31.100
Denemarken	3	0,54	40.300
Slovenië	2	0,98	17.300
Cyprus	1	1,25	21.200

Bron: Eurostat, 2011a & Europese Commissie, 2010a

Tabel 6.2 Correlatie BBP met relatief aantal streekproducten

	Relatief aantal streekproducten per land	Significantie
Nominaal BBP per hoofd van de bevolking (Pearson's R)	0,207	0,367

Bron: Eurostat, 2011a & Europese Commissie, 2010a

De meeste streekproducten verwijzen dus naar regio's in mediterrane landen. In Italië, Frankrijk, Spanje, Portugal en Griekenland worden 744 van de in totaal 960 Europese streekproducten geproduceerd. In de meer welvarende landen in West-Europa vormt de landbouw een minder belangrijke pijler van de economie dan de in Oost- en Zuid-Europese landen (Espon, 2011). Daarnaast spelen er ook andere lokale factoren mee. Zo zijn Europa zijn er minder streekproducten geregistreerd. Deze verspreiding is te verklaren met het feit dat er in deze landen een veel lager percentage van de bevolking werkzaam is in de landbouwsector. Daarnaast zijn boeren in Nederland en Groot-Brittannië minder snel geneigd om hun regioproduct te registreren vanwege de hoge kosten die er mee gemoeid zijn (Meat and livestock commission, 2007)(Bureau Bartels, 2008). Wellicht dat ook de economische situatie van de producenten in deze landen meespeelt. Boeren in Portugal of Griekenland zijn gemiddeld genomen afhankelijker van de eventuele extra

inkomsten en waardevermeerdering van hun product, die gegeneerd kan worden door een Europese erkenning.

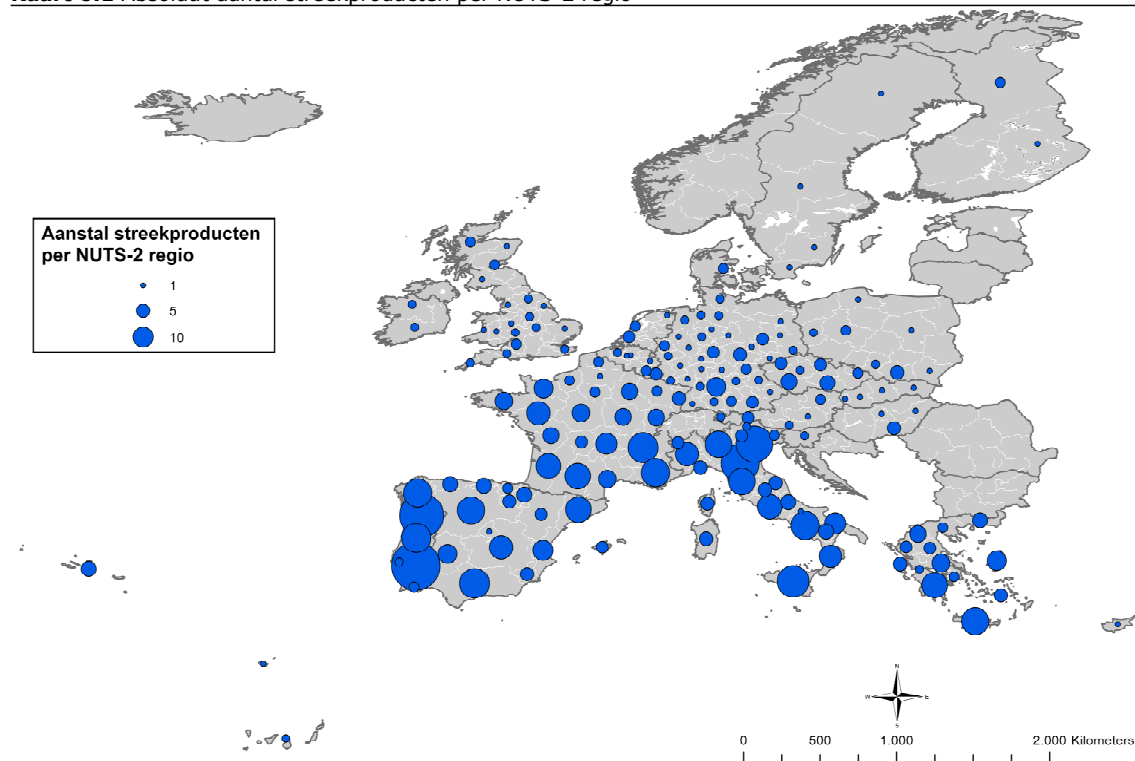
Naast dat er gekeken wordt naar het absoluut aantal streekproducten per regio, wordt ook het relatief aantal streekproducten geanalyseerd. Dit omdat het aantal streekproducten van een land of NUTS-2 regio natuurlijk sterk afhankelijk is van het aantal inwoners. Op grond van het absolute aantal streekproductregistraties moet er geconcludeerd worden dat er in Duitsland bijna evenveel gekeurde regioproducten worden geproduceerd als in Griekenland. Wanneer dit aantal wordt gerelateerd aan het inwonertal, blijkt dat er per één miljoen Grieken bijna acht streekproducten geregistreerd staan en dat er per evenveel Duitsers bijna acht keer zo weinig streekproducten zijn. Door ook de 'dichtheid' van de geregistreerde streekproducten te meten, wordt de spreiding van streekproducten nog beter zichtbaar.

Het relatief aantal streekproducten per land en het nominale Binnenlandse Bruto Product zijn aan een correlatieanalyse onderworpen (zie tabel 6.2). Hieruit bleek dat er maar een heel zwak niet significant positief verband. Dit komt onder meer doordat Luxemburg een heel hoog BBP heeft en er relatief gezien veel streekproducten worden geregistreerd. In Slowakije, Roemenië en Hongarije zijn juist weinig geregistreerde streekproducten. Het Bruto Binnenlands Product van deze landen is heel laag in vergelijking met de rest van Europa, waardoor een eventuele correlatie teniet wordt gedaan.

6.2 Streekproducten per regio

Om te kunnen analyseren of er een verband bestaat tussen het aantal geregistreerde streekproducten en de periferaliteit en de institutionalisering van de regio, worden de streekproducten ingedeeld per NUTS-2 regio. Binnen een land zijn er grote verschillen qua periferaliteit en zodoende is het zinvoller om op dit lager schaalniveau een eventueel verband tussen periferaliteit, institutionalisering en het aantal streekproducten te toetsen.

Kaart 6.1 Absoluut aantal streekproducten per NUTS-2 regio



Bron: Europese Commissie, 2010a

Op kaart 6.1 zijn het absoluut aantal streekproducten per NUTS-2 regio weergegeven. Zoals in de vorige paragraaf al beschreven, hebben vooral boeren in Zuid-Europa hun regioproducten laten registreren. In Portugal (Norte & Alentejo) en Italië (Veneto & Emilia-Romagna) liggen de regio's

met het hoogste aantal geregistreerde streekproducten. Frankrijk fungeert als scheidslijn tussen Zuid- en Noordwest Europa. In de zuidelijke regio's van Frankrijk zijn veel meer streekproducten geproduceerd dan de meer noordelijk gelegen regio's.

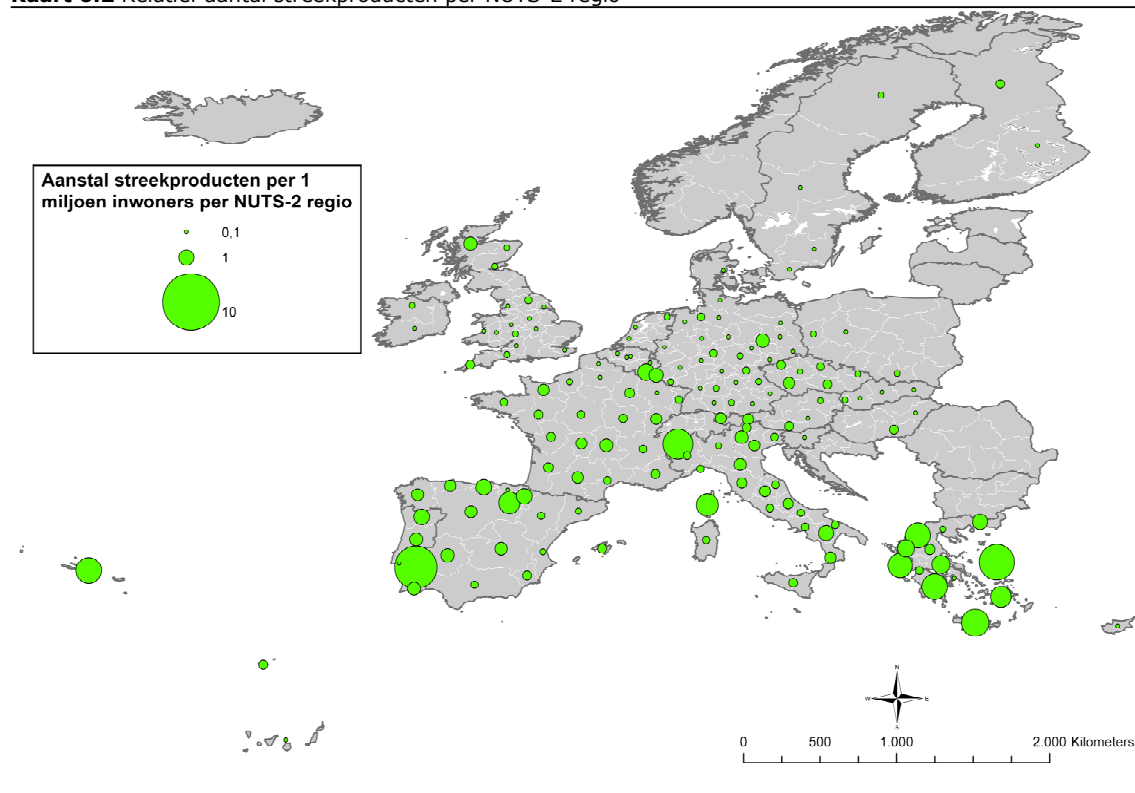
Verder valt op dat in Oost-Europa bijna geen streekproducten zijn geregistreerd. Behalve Polen en Tsjechië zijn er in dit deel van Europa minder erkende regioproducten dan verwacht kan worden op basis van het aantal personen werkzaam in de agrarische sector (ESPON, 2011). Deze ondervetegenwoordiging kan verklaard worden met de late toetreding van deze landen tot de Europese Unie. Pas sinds 2004 zijn deze landen lid van de Europese Unie en omdat tot dat moment producenten buiten de Europese Unie hun producten niet konden registreren bij de Europese Commissie, kan het logisch geacht worden dat er minder erkende streekproducten uit deze landen komen (Europese Unie, 2011). Wanneer gekeken wordt naar de streekproducten die nog wachten op de definitieve registratie, valt op dat juist uit deze landen veel aanvragen zijn gedaan (tabel 6.2).

Tabel 6.2 Aangevraagde PDO- en PGI-keurmerken in Oost-Europa

Land	Aantal PDO- en PGI-aanvragen
Slovenië	17
Slowakije	8
Tsjechië	6
Hongarije	6
Polen	5
Bulgarije	1
Litouwen	1
Roemenië	1

Bron: Europese Commissie, 2010a

Kaart 6.2 Relatief aantal streekproducten per NUTS-2 regio



Bron: Europese Commissie, 2010a

Op kaart 6.2 wordt het aantal streekproducten per één miljoen inwoners weergegeven. Omdat het inwonertal van de NUTS-2 regio's in sommige gevallen sterk verschilt, is er ook voor gekozen om het relatieve aantal streekproducten weer te geven. Het belangrijkste verschil met kaart 6.1 is dat de cirkels in Italië en Duitsland hier veel kleiner zijn. Dit betekent dat in Italië en Duitsland de

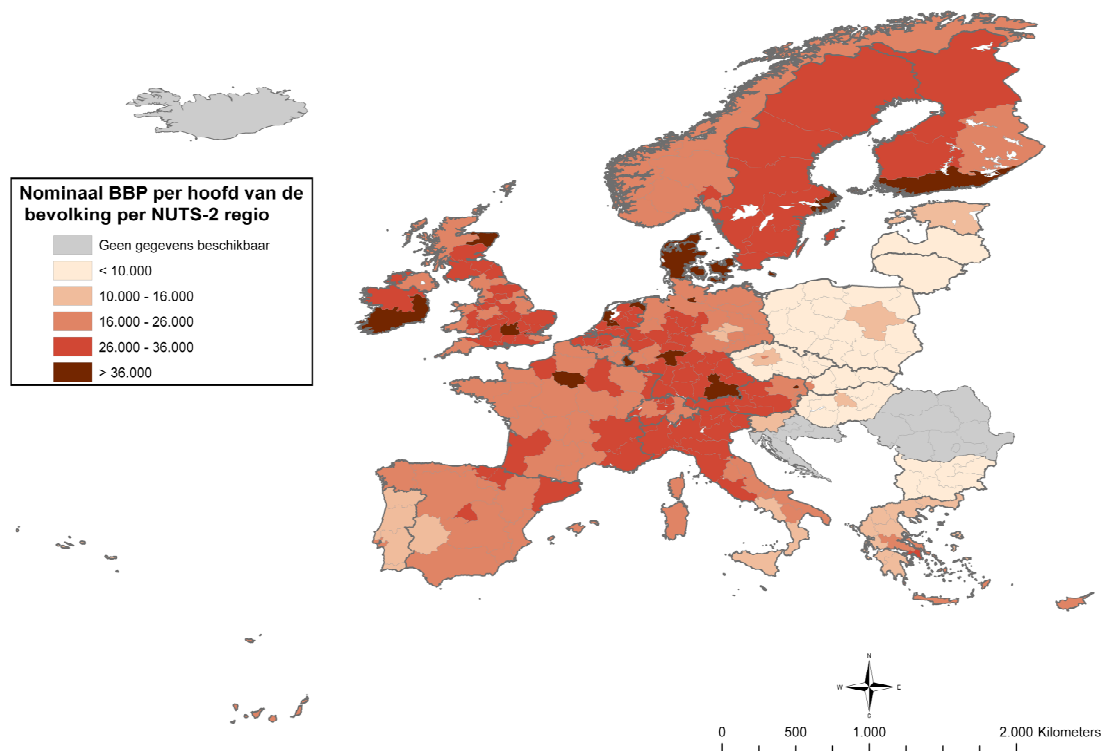
regio's een hoger inwonertal hebben dan in bijvoorbeeld Portugal of Griekenland. Deze laatste twee landen vallen in deze kaart veel meer op. Met name in Alentejo (Portugal) en Noord-Egeïsche Eilanden (Griekenland) zijn er veel streekproducten wanneer dit wordt afgezet tot het aantal inwoners.

In het geheel kan worden gesteld dat eilanden een hoog aantal geregistreerde streekproducten per inwoners heeft. Naast de Noord-Egeïsche Eilanden scoren ook de Canarische Eilanden, Corsica, Kreta en de Zuid-Egeïsche Eilanden hoog op deze kaart. Hier is niet een eenduidige verklaring voor te geven. Wellicht dat het te maken kan hebben met het feit dat dit allen toeristische eilanden zijn en dus een bepaalde naamsbekendheid hebben in de rest van Europa. Dit maakt het voor de boer ook aantrekkelijker om bijvoorbeeld je kaas naar Kreta te vernoemen.

6.3 Periferaliteit in Europa

Om de onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden is het van belang om, naast de verspreiding van streekproducten, te weten waar de periferie van Europa zich bevindt. De verwachting is dat juist in deze perifere regio's de meeste streekproducten worden geproduceerd. Er is gekozen om deze periferie op twee verschillende manieren te meten. De eerste toetsingsmethode is op basis van het nominale Bruto Binnenlandse Product (BBP) per hoofd van de bevolking. Door te kijken wat de totale geldwaarde is van alle in een regio geproduceerde goederen en diensten, wordt er een goed beeld geschetst van de economische situatie van die regio. Daarnaast wordt er gekeken naar de 'laggingness' van de regio. Zoals vermeld in hoofdstuk 5 is deze indexering gemaakt door het ESPON. Dit onderzoeksbureau wordt gefinancierd uit het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling en heeft als doel bij te dragen aan de ontwikkeling van regionaal ontwikkelingsbeleid via onderzoek. De *Typology of lagging* is een meeteenheid die gecreëerd is om de periferie van Europa beter in kaart te kunnen brengen. De *laggingness* ('lagging', 'potentially lagging' of 'non lagging') van de regio wordt bepaald aan de hand van het BBP per hoofd van de bevolking en het werkloosheidscijfer. Deze twee cijfers geven samen een heel goed beeld van de economische situatie van de regio. Dit is de reden waarom gekozen is om naast het BBP per hoofd van de bevolking ook deze ordinale variabele te gebruiken als periferaliteitsindex. (Espón, 2011)

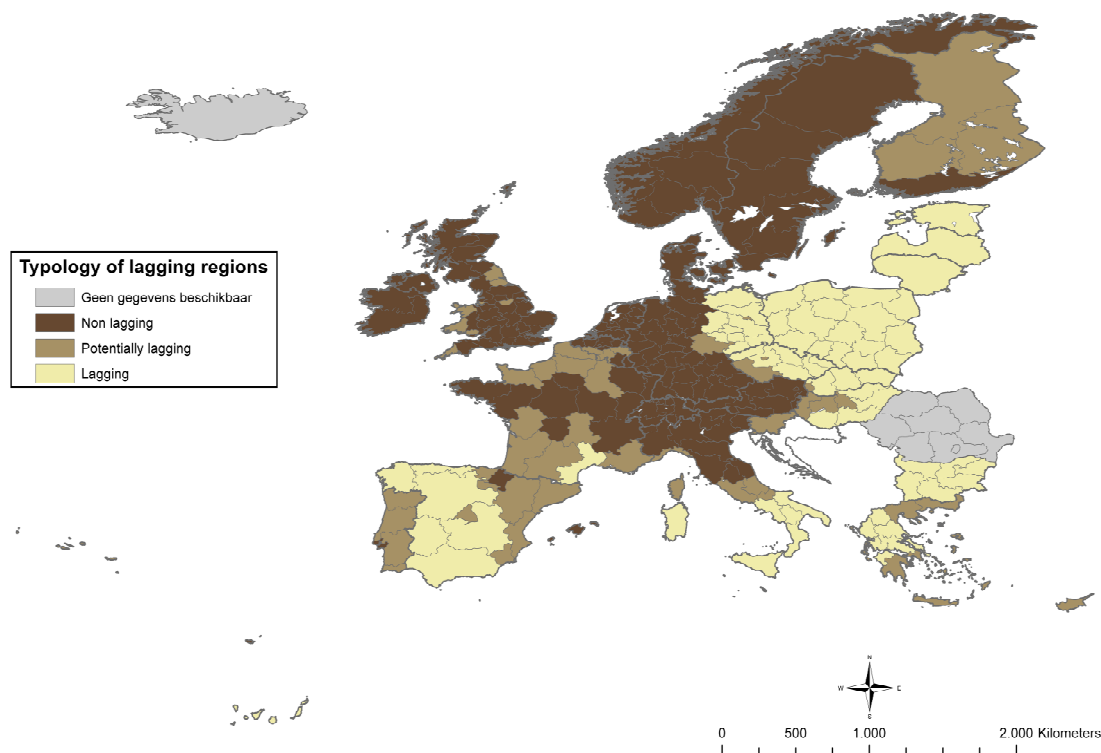
Kaart 6.3 Nominale BBP per hoofd van de bevolking per NUTS-2 regio



Bron: Eurostat, 2011a

Op kaart 6.3 is het BBP per hoofd van de bevolking voor alle NUTS-2 regio's weergegeven. Allereerst valt op dat er een duidelijke scheiding is tussen West- en Oost-Europa. Behalve in de stedelijke NUTS-2 regio's (Warschau, Praag, Bratislava en Boedapest) en Estland, is het gemiddelde BBP per hoofd van de bevolking in alle regio's onder de 10.000 euro. In het algemeen kan gesteld worden dat NUTS-2 regio's waar de hoofdstad of andere grote steden in liggen, vaak een hoger BBP per inwoner hebben dan andere regio's in het land. Alleen in Italië en Duitsland is de hoofdstadregio niet de hoogst scorende regio. Doordat het verschil tussen de Oost-Europese landen en de rest zo groot is, vallen andere verschillen minder in het oog. Zo is het BBP in de meest zuidelijke regio's significant lager dan in West-Europa.

Kaart 6.4 Typology of lagging regions per NUTS-2 regio



Bron: ESPON, 2011

Op kaart 6.4 wordt de *laggingness* van de Europese regio's getoond. De kaart vertoont enige overeenkomst de kaart waarop het BBP per hoofd van de bevolking wordt weergegeven. Ook hier scoren stedelijke regio's beduidend hoger dan rurale gebieden. De Oost-West tegenstelling is ook op deze kaart goed te zien. Vrijwel alle Oost-Europese regio's krijgen de kwalificatie *lagging*. De scheidslijn tussen Noordwest Europa en Zuid-Europa is op deze kaart duidelijker te zien. Vanaf Zuid-Frankrijk naar Toscane en Umbrië tot het Oosten van Oostenrijk.

Een belangrijk verschil met kaart 6.3 is dat via deze toetsingsmethode Portugese regio's beter scoren dan de rurale gebieden in Spanje. Dit komt waarschijnlijk doordat bij deze methode om periferaliteit te meten, de werkloosheidsratio ook een rol speelt. Spanje had, en heeft nu nog steeds, te kampen met een hoge werkloosheid. In 2002 was het nationale werkloosheidspercentage 11,0%. Om die reden scoren veel Spaanse regio's slechter dan regio's in Portugal (werkloosheidspercentage van 4,4%) en Italië (8,8%). (Eurostat, 2011b)

6.4 Verband periferaliteit en streekproducten (heel Europa)

Om te weten te komen of er een verband is tussen het aantal streekproducten per regio en de mate van periferaliteit van de regio is er een statistische analyse toegepast op deze variabelen. Zowel voor het nominale Bruto Binnenlands Product en de *Typology of lagging* is er uitgerekend

wat het verband is met het absolute en het relatieve aantal streekproducten per regio (zie tabel 6.3).

Tabel 6.3 Correlatie periferaliteit met aantal streekproducten per regio

Periferaliteitsindex	Aantal absolute streekproducten per regio	Significantie	Aantal relatieve streekproducten per regio	Significantie
BBP (Pearson's R)	-0,043	0,474	-0,087	0,144
Typology of lagging (Spearman's Rho)	0,062	0,298	0,053	0,380

Bron: Eurostat, 2011a & ESPON, 2011 & Europese Commissie, 2010a

Uit tabel 6.3 blijkt dat er geen enkel significant verband is tussen de mate van periferaliteit van een regio en het aantal geregistreerde streekproducten binnen die regio. Zowel het BBP als de Typology of lagging van de regio houdt geen enkel verband met het aantal streekproducten dat er in die regio wordt geproduceerd.

Een belangrijke verklaring voor dit niet-bestaande verband is dat in de zeer perifere Oost-Europese regio's maar heel weinig geregistreerde streekproducten worden gemaakt. Zoals in paragraaf 6.1 al wordt gesteld, zijn deze landen pas sinds korte tijd lid van de Europese Unie. Hierdoor zijn producenten van regioproducten nog niet lang in de gelegenheid om een erkenning aan te vragen. (London Economics, 2011). De Zuid-Europese landen waren tot 2004, toen deze landen toetraden tot de Europese Unie, dé periferie van Europa. Een groot gedeelte van het geld dat was bestemd voor de regionale ontwikkeling van achtergestelde gebieden, ging naar (voornamelijk rurale) regio's in deze landen (Malais & Haegeman, 2009) (Europese Commissie, 2011a). Dit verklaart wellicht ook het grote aantal geregistreerde streekproducten dat uit deze regio's komt. Na de toetreding van de nieuwe Oost-Europese lidstaten is de European Union Regional Policy veranderd. Er werd sindsdien vanuit Brussel minder direct geld gegeven aan regionale overheden en regionale initiatieven (Europese Commissie, 2011b). De nieuwe lidstaten waren op dat moment de armste landen van de Europese Unie en kregen dus minder geld voor rurale ontwikkeling dan de Zuid-Europese landen de jaren voordien kregen. Dit zou een verklaring kunnen zijn voor het kleine aantal Oost-Europese streekproducten in de Door-database van de Europese Unie.

Een andere reden voor de ondervertegenwoordiging van streekproducten uit die regio's zou kunnen zijn dat het de agrarische producenten ontbreekt aan kennis en geld om zich te laten registreren bij de Europese Commissie. Het laten registreren van je streekproduct is een ingewikkeld proces wat gepaard gaat met veel papierwerk. Het is als zelfstandige boer zeer lastig om zonder hulp vanuit de overheid of vakbond, je product te laten erkennen. Voor deze stelling is geen onderbouwing gevonden in beleidsnota's van deze landen en academische literatuur, maar het zou kunnen verklaren waarom in Oost-Europa veel minder producten geproduceerd staan. Als er in deze landen al beleid is ontwikkeld om streekproducenten (financieel) te steunen bij hun aanvraag, is dat in elk geval niet goed gedocumenteerd. Portugese boeren worden bijvoorbeeld veel beter bijgestaan door de landelijke overheid. Uit documenten van het Portugese ministerie van landbouw (GPP, 2011a) blijkt dat hen er alles aan gelegen is om zoveel mogelijk Portugese streekproducten te laten registreren. Zo is in het *Rural Development Programme* (GPP, 2011b) het volgende doel gesteld: "To support the development of promotional strategies and commercial policies to encourage consumption by valorising food products covered by quality schemes". Dit verklaart mogelijk ook de relatieve oververtegenwoordiging van Portugese streekproducten in de Door Database.

Daarnaast werden in deze analyse ook de vier overzeese departementen van Frankrijk meegenomen. Guadeloupe, Martinique, Guyana en Réunion zijn eilanden(groepen) die van de Europese Unie de status van ultraperifere regio hebben meegekregen en zijn dus technisch gezien ook lid van de Europese Unie. Deze eilanden liggen geografisch gezien erg ver van het Europees grondgebied af en het heeft voor boeren niet heel veel zin om hun streekproducten te laten erkennen door de Europese Commissie. Een PDO- of PGI-label geniet vooral bekendheid binnen Europa en doordat het vervoeren van producten vanaf deze eilanden naar het Europese vaste land dermate kostbaar en tijdrovend is, is het ook niet onlogisch dat er geen enkele agrarisch producent haar producten heeft laten erkennen. Maar doordat deze eilanden wel een erg laag BBP per hoofd van de bevolking hebben, zijn ze funest voor een eventueel verband tussen periferaliteit en het aantal streekproducten van een regio.

Om deze hierboven gestelde redenen is er voor gekozen om het onderzoeksgebied aan te passen. Regio's die niet- of minder dan tien jaar geleden tot de Europese Unie toegetreden zijn, worden niet meegenomen in de analyse. Ook worden de vier overzeese Franse departementen buiten de analyse gehouden (tabel 6.4). In het volgende hoofdstuk zal met behulp van deze

empirische gegevens en de gebruikte literatuur en theorie, de in de inleiding gestelde onderzoeksvragen worden beantwoord.

Tabel 6.4 Landen die niet worden meegenomen in de nieuwe analyse

Land	Reden
Slovenië	2004 toegetreden tot de Europese Unie
Slowakije	2004 toegetreden tot de Europese Unie
Tsjechië	2004 toegetreden tot de Europese Unie
Hongarije	2004 toegetreden tot de Europese Unie
Polen	2004 toegetreden tot de Europese Unie
Malta	2004 toegetreden tot de Europese Unie
Litouwen	2004 toegetreden tot de Europese Unie
Letland	2004 toegetreden tot de Europese Unie
Estland	2004 toegetreden tot de Europese Unie
Cyprus	2004 toegetreden tot de Europese Unie
Bulgarije	2007 toegetreden tot de Europese Unie
Roemenië	2007 toegetreden tot de Europese Unie
Zwitserland	Geen lid van Europese Unie
Noorwegen	Geen lid van Europese Unie
Guadeloupe	ultraperifere regio
Martinique	ultraperifere regio
Guyana	ultraperifere regio
Réunion	ultraperifere regio

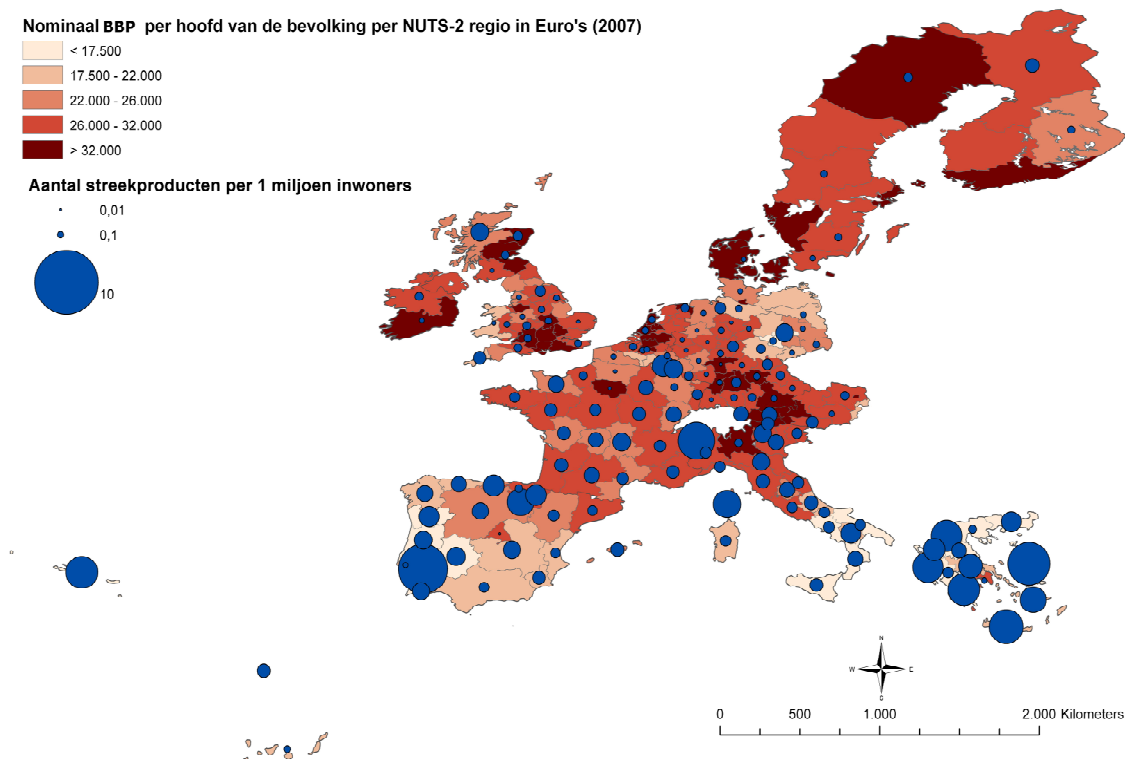
Bron: Europese Unie, 2011

7. Beantwoording onderzoeksvragen

In het vorige hoofdstuk is het onderzoeksgebied bepaald en in kaart gebracht. Zoals daar al is vermeld worden in de uiteindelijke analyse alleen de Europese landen meegenomen die tien jaar of langer lid zijn van de Europese Unie. Dit onderzoeksgebied geldt als basis voor dit hoofdstuk waarin de gestelde onderzoeksvragen zullen worden beantwoord. Door de empirische gegevens te toetsen aan de theoretische fundering die is gelegd in hoofdstuk 2,3 & 4 en deze te vergelijken met bestaande literatuur en casestudy's over streekproducten is het mogelijk om een onderbouwd antwoord geven op de gestelde onderzoeksvragen.

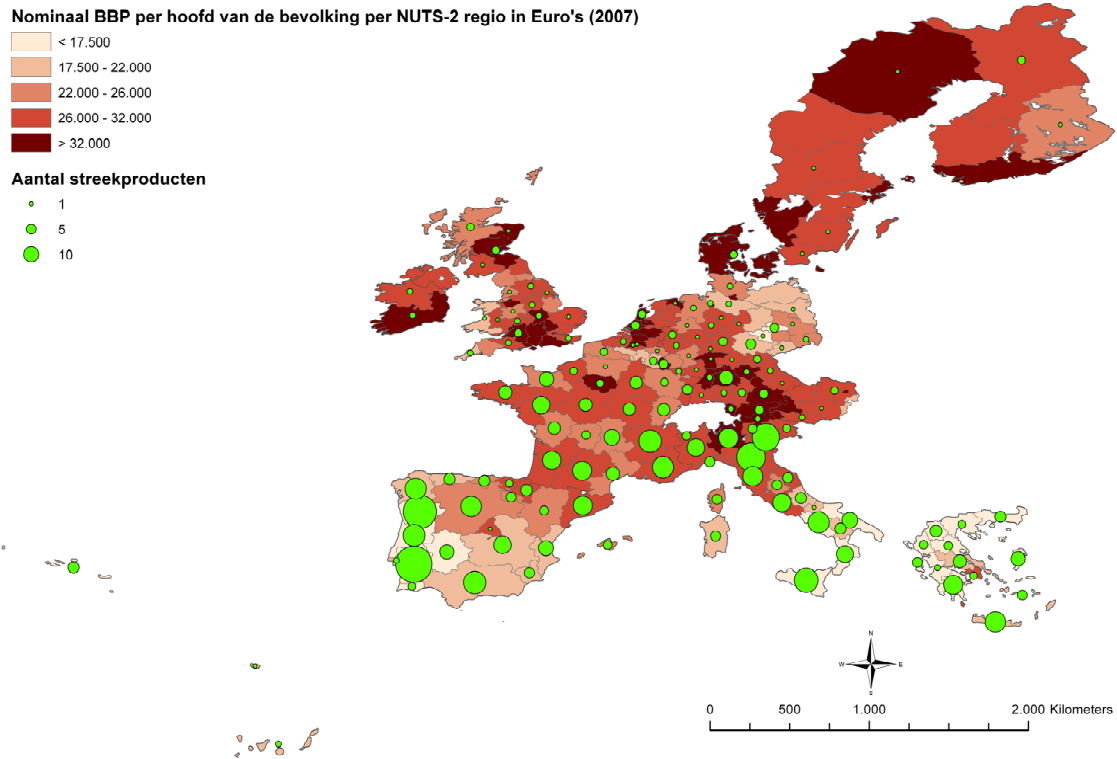
7.1 Streekproducten en periferie

Kaart 7.1 Nominaal BBP per hoofd van de bevolking en het relatief aantal streekproducten per NUTS-2 regio



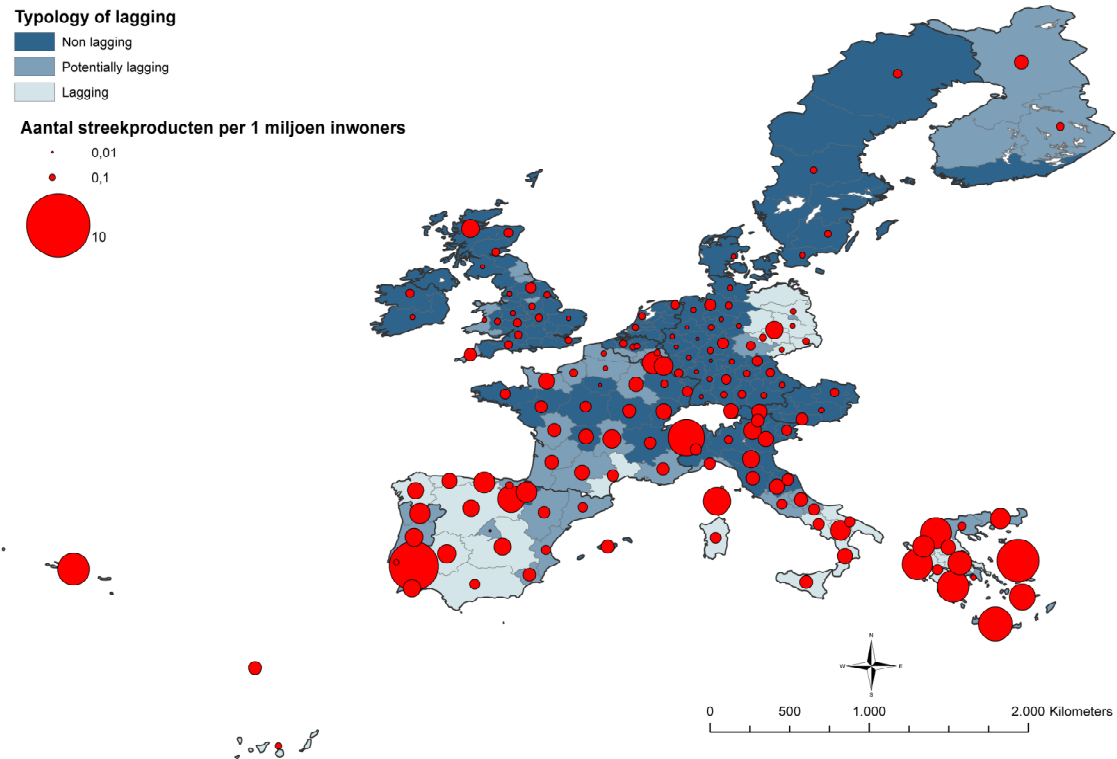
Bron: Eurostat, 2011a & Europese Commissie, 2010a

Kaart 7.2 Nominaal BBP per hoofd van de bevolking en het absoluut aantal streekproducten per NUTS-2 regio



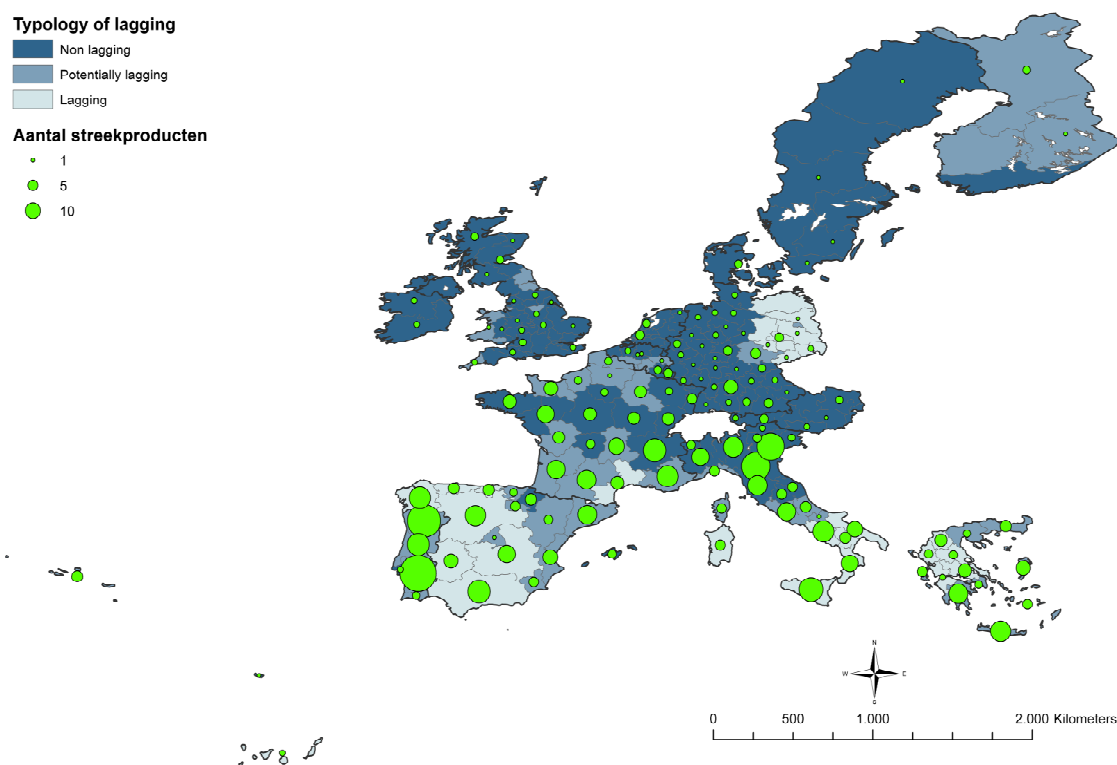
Bron: Eurostat, 2011a & Europese Commissie, 2010a

Kaart 7.3 Typology of lagging en het relatief aantal streekproducten per NUTS-2 regio



Bron: ESPON, 2011 & Europese Commissie, 2010a

Kaart 7.3 Typology of lagging en het absoluut aantal streekproducten per NUTS-2 regio



Bron: ESPON, 2011 & Europese Commissie, 2010a

In kaart 7.1 tot en met 7.4 is grafisch weergegeven waar de periferie in Europa zich bevindt en waar geregistreerde streekproducten worden geproduceerd. Op die manier is een eventueel verband tussen periferaliteit en productie van streekproducten, duidelijk te herkennen. Uit de vier kaarten kan worden geconcludeerd dat er een verband is tussen de periferaliteit van de regio en het aantal geregistreerde streekproducten. In globale termen kan gesteld worden dat de periferie van Europa zich bevindt onder de lijn die begint bij Zuid-Frankrijk en via Lazio in Italië loopt tot het Oosten van Oostenrijk. Aan de oostkant loopt de grens van Hamburg tot Thüringen. Dezelfde lijnen kunnen op een paar uitzonderingen na ook worden getrokken als wordt gekeken naar de herkomst van de streekproducten. Eén van de significante verschillen is te zien in Noordoost-Duitsland. Brandenburg-Nordost, Mecklenburg-Vorpommern en Magdeburg zijn één van de armste en meest rurale regio's in Duitsland maar zijn verantwoordelijk voor slechts één van de tachtig geregistreerde Duitse streekproducten.

Tabel 7.1 Correlatie tussen periferaliteit en het aantal streekproducten per NUTS-2 regio

Periferaliteitsindex	Aantal absolute streekproducten per regio	Significantie	Aantal relatieve streekproducten per regio	Significantie
BBP (Pearson's R)	-0,269	0,000	-0,300	0,000
Typology of lagging (Spearman's Rho)	0,377	0,000	0,377	0,000
Typology Multimodal Accessibility Potential (Spearman's Rho)	0,282	0,000	0,387	0,000

Bron: Eurostat, 2011a & ESPON, 2011 & Europese Commissie, 2010a

Voor de rest vallen er geen heel duidelijke verschillen op te merken tussen de periferaliteit en de herkomst van streekproducten. Dit blijkt ook uit de correlatie tussen de verschillende variabelen (zie tabel 7.1). Het BBP en de *laggingness* van de regio correleert significant met zowel het absolute aantal als met het relatieve aantal streekproducten. Dit is een duidelijk verschil met de correlatie die is uitgerekend met alle regio's in Europa in paragraaf 6.4. Door alle landen die niet of

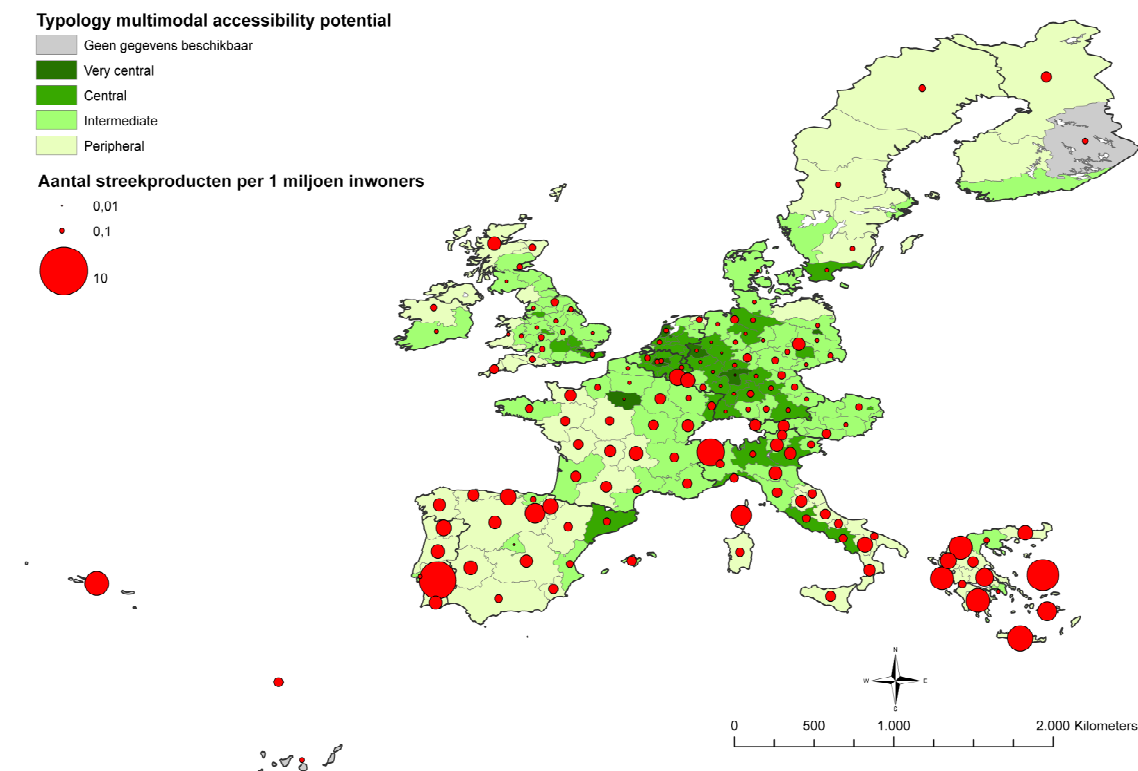
pas recent lid zijn geworden van de Europese Unie uit de database te verwijderen, is het verband veel sterker geworden.

Tussen het nominale Bruto Binnenlands Product per hoofd van de bevolking (2007) en het absoluut aantal streekproducten is een correlatie berekend van $-0,269$, wat inhoudt dat er hier sprake is van een zwak verband. De gemeenschappelijke variantie is respectievelijk 7,2% (absoluut) en 9% (relatief). Doordat het een negatief getal is, betekent het dat hoe lager het BBP van de NUTS-2 regio is, hoe waarschijnlijker het is dat er streekproducten zijn die naar die regio verwijzen. De correlatiecoëfficiënt is sterker wanneer het BBP vergeleken wordt met het relatieve aantal streekproducten. Dit komt waarschijnlijk doordat er veel streekproducten geproduceerd worden in arme en dunbevolkte regio's in Griekenland en Portugal.

Er is een sterker verband (zwak tot matig) tussen de *laggingness* van de geanalyseerde Europese regio's en het (relatieve) aantal streekproducten. De gemeenschappelijke variantie is ook bijna twee keer zo hoog, namelijk 14,2%. Het betreft hier een positief getal, wat betekent dat hoe hoger de *laggingness* (*lagging*= 3 en *non lagging*= 1) is, hoe groter de kans dat er hier geregistreerde streekproducten worden gemaakt. Deze sterkere correlatie is wellicht te verklaren met het feit dat de *Typology of lagging* een ordinale schaal van drie klassen is, waardoor er een duidelijkere scheiding komt tussen de periferie en de kern van Europa. Dit is ook te zien op de kaarten. Op kaart 7.1 en 7.2 (BBP) is bijvoorbeeld een geleidelijk verloop te zien vanaf Frankrijk tot Portugal. Op kaart 7.3 en 7.4 is dat verloop veel minder gradueel.

In tabel 7.1 is ook de correlatie weergegeven tussen de ESPON-variabele '*Typology Multimodal Accessibility Potential*' en het aantal streekproducten. Met de *Typology of Multimodal Accessibility Potential* wordt de fysieke bereikbaarheid van de regio via de autoweg, trein of vliegtuig geïndexeerd. Regio's die heel goed bereikbaar zijn scoren '*very central*' (1) en regio's die juist heel slecht te bereiken zijn worden geïndexeerd met '*very peripheral*' (5) (zie kaart 7.5). Deze variabele heeft een zwak verband (0,282) met het absoluut aantal streekproducten en een zwak tot matige correlatie (0,387) met het aantal streekproducten per één miljoen inwoners. Dit sterkere verband met het relatieve aantal streekproducten kan verklaard worden met het feit dat dunbevolkte regio's waar streekproducten worden geproduceerd vaak minder goed bereikbaar zijn. Deze NUTS-2regio's (zie bijvoorbeeld Portugal en Griekenland) komen sterker naar voren in de kaart met het aantal streekproducten per hoofd van de bevolking.

Kaart 7.5 Typology multimodal accessibility potential en het relatief aantal streekproducten per NUTS-2 regio



Bron: ESPON, 2011 & Europese Commissie, 2010a

Volgens deze onderzoeksresultaten kan er dus met 100% zekerheid worden gesteld dat er een zwak verband is tussen de mate van periferiteit van een regio – hier uitgedrukt in het BBP, de *laggingness* en de fysieke bereikbaarheid van de regio – en het aantal geregistreerde streekproducten dat in deze regio wordt geproduceerd. Deze correlatie strookt ook met de academische literatuur over dit onderwerp. Volgens Ilbery & Kneafsey (1999, p. 2211) is het voor kleine agrarische producenten in de perifere regio's heel lastig om zonder (Europese) regelgeving de "*geographical origins and perceived quality*" van hun producten te beschermen tegen machtige multinationals. Ze kunnen zich niet goed beschermen tegen bedrijven die op valse gronden 'streekproducten' verkopen. Deze Europese regelgeving is er nu dus, in de vorm van de PDO, PGI & TSG keurmerken, en met name boeren in armere gebieden maken hier –in veel gevallen gesteund door landelijke overheid- gebruik van. Door het Europese keurmerk is het voor deze producenten makkelijker om de herkomst en de streekeigenheid –de twee belangrijkste intrinsieke eigenschappen van een streekproduct (Espejel et al., 2008)- van hun product, kenbaar te maken bij de consument. De '*local knowledge*' die de boeren gebruiken om het product op hun unieke wijze te produceren, wordt dan geconcretiseerd in intellectueel eigendom. Ze krijgen eigendomsrechten op hun (streekgebonden) manier van produceren (Moran, 1993).

Daarnaast produceren streekproducenten in deze gebieden vaak op kleine schaal en hebben ze te maken met een relatief duur productieproces om de kwaliteit van hun product te kunnen waarborgen. Wanneer op de verpakking van een voedselproduct een PDO-keurmerk te zien is en er aangegeven staat waar het vandaan komt, schatten veel consumenten in dat het product van hoge kwaliteit is en zijn dan ook eerder bereid om hier meer geld aan uit te geven (Van der Lans, 2001) (Jasinki & Rzytki, 2005) (Nikodemaska-Wolowik, 2007).

Toch is niet elke regio gebaat bij de ontwikkeling van streekproducten. Vakoufaris (2010) heeft bijvoorbeeld onderzocht wat voor invloed het PDO-keurmerk voor de Ladotyri Mytilinis kaas heeft gehad op de sociaaleconomische status van de producenten en andere relevante actoren op het eiland Lesbos, waar deze kaas wordt gemaakt. Hieruit is gebleken dat er weliswaar veranderingen zijn geweest maar dat deze niet veel verschilden ten opzichte van de actoren die betrokken zijn bij de productie van de Graviera kaas, een niet PDO-gekeurde kaas die in dezelfde regio wordt gemaakt. Het verkrijgen van de PDO-status heeft in deze specifieke regio dus geen grote directe invloed gehad op de actoren die actief zijn in deze sector. Volgens de boeren op Lesbos die zowel PDO-gelabelde kaas als ongelabelde kaas maken is er geen kwaliteitsverschil tussen de twee producten. De boeren krijgen voor beide kazen dezelfde prijs. Een PDO-status zorgt dus niet in alle gevallen voor een waardevermeerdering van het product.

Er is dus meer voor nodig dan alleen een officieel keurmerk om een streekproduct op een succesvolle manier te vermarkten. Zo hebben volgens Ivo van der Lans (2001) herkomstkeurmerken alleen nut wanneer het wordt ingezet in een doelmatige en goed doordachte marketing mix. Op die manier kun je de positieve, emotionele aspecten van de herkomstregio op een goede manier naar voren laten komen, waardoor de consument zich aangetrokken voelt tot het product.

7.2 Streekproducten en institutionalisering

Om te ontdekken in hoeverre streekproducten met hun geografische naam refereren naar geïnstitutionaliseerde regio's of plaatsen, zijn van alle 905 streekproducten de institutionaliseringsgraad van de productieregio geïndexeerd. Zoals te lezen in hoofdstuk 5 is de mate van institutionalisering van de streekproductregio gebaseerd op de geografische component in de productnaam. Producten die verwijzen naar een niet (meer) geïnstitutionaliseerde regio of plaats of naar een natuurlijk object (bijvoorbeeld een rivier of gebergte) worden geïndexeerd als 'gedeeltelijk geïnstitutionaliseerd'. "Niet geïnstitutionaliseerd" geldt voor producten die geen enkele geografische naamverwijzing in de naam hebben.

In tabel 7.2 is te zien dat 698 van de 905 streekproducten (77,1%) een geïnstitutionaliseerde productielocatie heeft, of in elk geval hiernaar verwijst. In totaal zijn er 165 producten (18,2%) die naar geografische locaties verwijzen, die niet sterk geïnstitutionaliseerd zijn. Maar een klein percentage (4,6%) van de streekproducenten heeft geen enkele geografische verwijzing in de naam van het streekproduct.

Tabel 7.2 Institutionaliseringsgraad streekproducten

	Wel geïnstituti- onaliseerd	Gedeeltelijk ge- institutionaliseerd	Niet ge- institutionaliseerd	Totaal
Aantal streekproducten	698 (77,1%)	165 (18,2%)	42 (4,6%)	905 (100%)

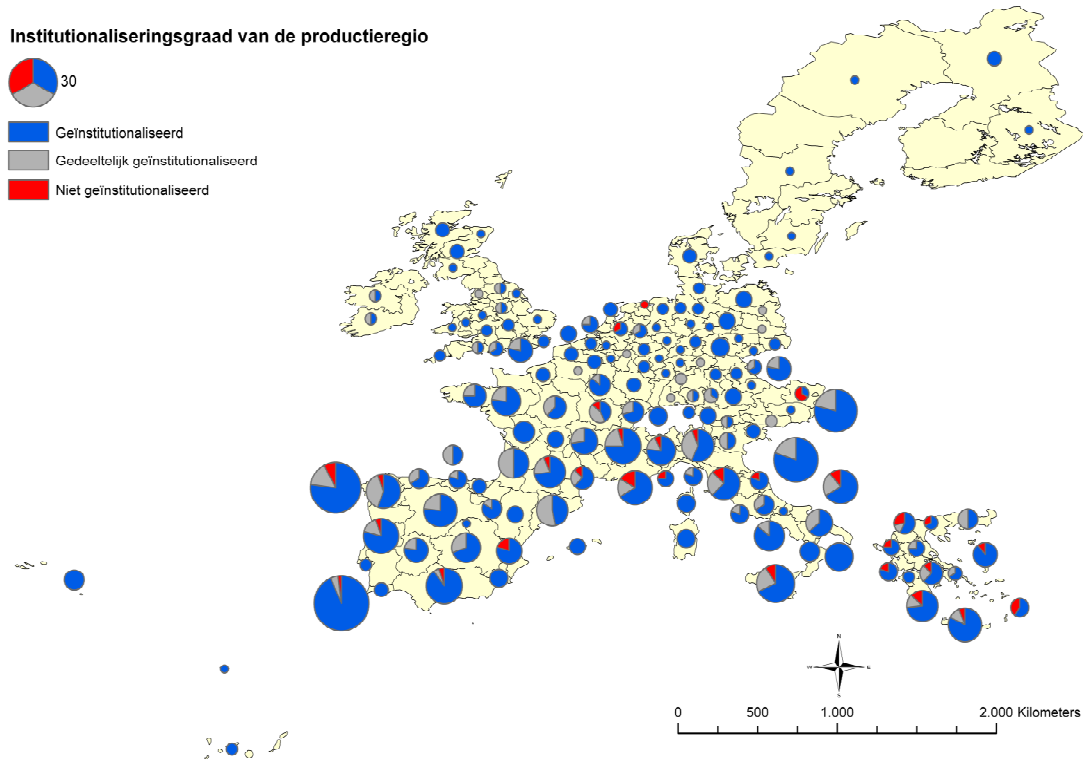
Bron: Europese Commissie, 2010a

De meeste producenten achten het dus kennelijk van groot belang dat hun product geassocieerd wordt met een bekend en goed geïnstitutionaliseerde plaats of streek. Deze keuze wordt onderbouwd door de literatuur. Volgens Delamont (1995) is bij streekproducten de link tussen 'place' (geografische locatie) en het voedselproduct erg belangrijk. Deze link is niet iets van de laatste periode maar wordt al veel langer gebruikt. Al sinds het begin van de mens zijn er historische en symbolische links tussen *place* en voedsel door de interactie die er plaats vindt tussen de mens en haar omgang met de natuurlijke leefomgeving en natuurlijke (voedsel)bronnen. Tregear et al., (1998, 387) omschrijft dit als volgt: "*Food products would appear to embody strong associations with place because they have, by their very nature, a land-based geographical origin.*"

Om een streekproduct succesvol te produceren en in de markt te zetten, is er in veel gevallen een samenwerkingsinitiatief nodig van meerdere actoren. Dit omdat één enkele boer in veel gevallen de schaalgrootte, 'know how', kapitaal en promotiemogelijkheden mist om het streekproduct te kunnen laten renderen. Voor het slagen van een dergelijke samenwerking is een goede regionale 'social capital' onmisbaar. Deze term is bedacht door Coleman (1988) waarmee hij de patronen van sociale relaties en vertrouwen bedoelt waardoor er sprake kan zijn van coöperatie en competitie en er de mogelijkheid is om publieke goederen te produceren en er door het collectief langetermijninvesteringen kunnen worden gedaan. Zo kan er verder gekeken worden dan de individuele korte termijn visie en kan er gewerkt worden aan de collectieve belangen in plaats van individuele belangen (Putnam, 1993). Het is dus van belang dat de plaats of regio een sterke functionele rol heeft. Deze functionele rol moet zowel intern als buiten de regio goed ontwikkeld zijn. Intern omdat alle partners een zelfde doel voor ogen moeten hebben en in sommige gevallen het collectieve belang boven het eigen belang moeten stellen. En de externe functionele rol is belangrijk om de afzetmarkt op een succesvolle manier te kunnen bereiken. Op het moment dat de regio in het collectieve geheugen van consumenten is gevormd, krijgt een product dat zich met deze regio afficheert, meer (positieve) aandacht van de consument. Daarnaast kan een duidelijke functionele rol in een intraregionale context worden gebruikt om subsidie te krijgen van de overheid. Uit onderzoek van Bureau Bartels (2008) is namelijk gebleken dat Nederlandse streekproductinitiatieven in bijna alle gevallen steun van de overheid onmisbaar vonden. Wanneer zo'n initiatief duidelijk kan maken en in hun doelstellingen kan opnemen dat ze een bijdrage willen leveren aan de stimulering van de plattelandseconomie en regionale ontwikkeling, wordt in een groot aantal gevallen deze subsidieaanvraag ook gehonoreerd (Leadernetwerk Nederland, 2005, 6) (Van Broekhuizen, 2004) (Roep, 2002).

Naast dat er gekeken is naar de statistische gegevens omtrent de institutionalisering van streekproducten, is er ook een ruimtelijke analyse gemaakt. In kaart 7.6 is met behulp van proportionele taartdiagrammen weergegeven hoeveel streekproducten er per NUTS-2 regio geregistreerd staan en hoeveel er daarvan verwijzen naar een geïnstitutionaliseerde regio of plaats.

Kaart 7.6 Institutionaliseringsgraad van de productieregio



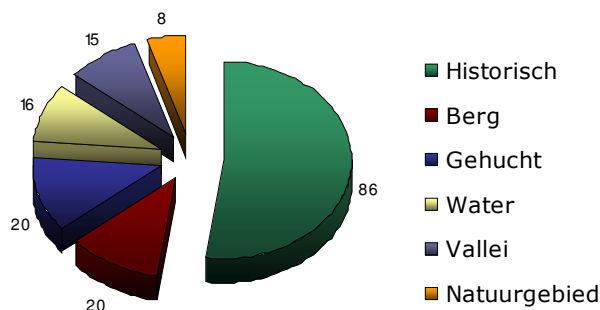
Bron: Europese Commissie, 2010a

Er vallen een aantal zaken op in deze kaart. Zo is goed te zien dat in Noord- en West-Europa de streekproducten veel vaker naar geïnstitutionaliseerde steden of regio's verwijzen, dan in de rest van Europa. In Scandinavië en het noorden Duitsland is er zelfs geen enkel geregistreerd streekproduct dat verwijst naar een gedeeltelijk of niet geïnstitutionaliseerde geografische naam. Op Boerenkaas (Nederland) en Pâté gaumais (België) na is er ook geen enkel streekproduct dat geen geografische component in de productnaam heeft opgenomen.

In Zuid-Europa is niet alleen het aantal streekproducten veel hoger, maar zijn er ook verhoudingsgewijs meer streekproducten die verwijzen naar minder sterk geïnstitutionaliseerde streken, plaatsen of andere geografische objecten. Met name in Spanje en Zuid-Frankrijk is het grijs in de taartdiagrammen goed vertegenwoordigd. In Catalonië en Aquitaine verwijst (meer dan) de helft van de geregistreerde streekproducten naar zwak geïnstitutionaliseerde regio's of plaatsen. In Griekenland en de Cote d'Azur zijn zowel absoluut als relatief de meest 'niet-geïnstitutionaliseerde streekproducten' te vinden.

Met name de gedeeltelijk geïnstitutionaliseerde regionamen zijn voor dit onderzoek interessant. Dit omdat boeren die geen enkele regionaam hebben opgenomen in hun productnaam, in de meeste gevallen logische verklaringen voor hadden. Namelijk dat ze refereren naar een authentieke productiewijze, specifiek veesoort of de pionier van het door hun gemaakte streekproduct. Binnen dit onderzoek is het interessanter om te kijken waarom boeren verwijzen naar een gedeeltelijk geïnstitutionaliseerde regionaam in plaats van naar een bekende plaats of regio. In het hier onderstaande taartdiagram is te zien waar deze 165 streekproducten naar Verwezen.

Figuur 7.1 Verwijzingen van gedeeltelijk geïnstitutionaliseerde streekproducten



Bron: Europese Commissie, 2010a

In meer dan de helft van de gevallen wordt er verwezen naar een historische streeknaam. Volailles de Gascogne is hier een goed voorbeeld van. Dit pluimveeproduct verwijst naar de historische regio Gascogne. Deze regio was in het verleden goed geïnstitutionaliseerd (Lewis, 2011) maar is sinds de Franse herindeling geen officiële provincie of departement meer. De regio is opgedeeld in de gewesten Aquitanië en Midi-Pyrénées die elk een regionaal bestuur hebben en een bepaalde mate van autonomie. De reële productiezone van Volailles de Gascogne is een kleine zone rond de stad Bordeaux verdeeld over de twee departementen Landes en Gironde (Qualigeo, 2011b). Deze regio is op geen enkele manier geïnstitutionaliseerd. Er is geen enkele territoriale, symbolische, institutionele vorm of functionele rol te ontdekken. Omdat de historie van het product ver terug gaat tot zelfs in de 8^e eeuw na Christus is het dus niet onlogisch om te linken aan een historische geografische naam. De producent had ook kunnen kiezen om zich te afficheren met de stad Bordeaux, het productiegebied ligt immers rondom deze stad. Wellicht dat het belangrijker werd geacht om dit traditionele product te linken met een (in het buitenland) minder bekende historische, traditionele regio dan met het bekendere en minder authentieke Bordeaux.

De keuze van deze Franse boer voor het authentieke in plaats van het moderne, heeft wellicht met de doelgroep van zijn product te maken. Zoals in paragraaf 2.4 is gemeld, zijn er twee behoorlijk verschillende groepen van consumenten die in potentie geïnteresseerd zijn in streekproducten (Motivaction, 2009). De jonge en moderne postmaterialisten en kosmopolieten en de conservatievere traditionele burgerij. Deze laatste groep is traditioneel ingesteld en zou om die reden dus beter bereikt kunnen worden met een traditionele streekproductnaam.

Naast de historische regio, zijn natuurlijke objecten/ gebieden zoals rivieren, bergen, valleien en natuurgebieden populair bij streekproducenten. Met name in Portugal, Italië en in iets mindere mate Duitsland zijn er relatief veel streekproducten die verwijzen naar een natuurlijk geografische plaats of object. Zij hechten er belang aan om de consument te wijzen op de territoriale eigenschappen van de productieomgeving. De territoriale vorm –de eerste fase in het proces van institutionalisering– van de regio wordt dus benadrukt. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat wellicht de andere fases van institutionalisering minder ontwikkeld zijn. Zo zijn er drie Portugese streekproducten die verwijzen naar het gebergte Serra da Estrela. De reële productiezone van deze producten liggen in en rond kleine dorpjes in valleien van dit gebergte (Qualigeo, 2011). Deze gehuchten zijn niet bekend bij consumenten die niet uit deze regio komen en wellicht dat er daarom is gekozen om het product te vernoemen naar het gebergte. Serra da Estrela is in die zin meer geïnstitutionaliseerd bij consumenten dan de dorpjes waarbinnen de productiezones vallen. Zoals al gesteld in paragraaf 3.5 is het belangrijk dat de consumenten de regio kennen waar de streekproducten naar verwijzen. De bekendheid van een product heeft een enorme invloed hebben op de verkoopcijfers van het product. Met name omdat een streekproduct vooral een abstracte, symbolische en culturele meerwaarde heeft ten opzichte van andere voedselproducten. Het moet dus vooral concurreren op basis van deze abstracte waarde in plaats van de functionele waarde of de prijs van het product.

Het is interessant om te zien of er een verband is te zien tussen de mate van periferiteit van de regio en de institutionaliseringsgraad van de geografische namen die gebruikt worden in de streekproductnamen die geproduceerd worden van de regio. Er zou namelijk gesteld kunnen worden dat producenten in perifere regio's eerder een geforceerde overstap maken naar streekproducten vanwege financiële redenen, dan boeren in welvarende regio's. Boeren in de periferie van Europa hebben meer moeite om in de 'race to the bottom' (zie paragraaf 2.3) hun hoofd boven water te houden. Dit betekent dat zij volgens deze denkwijze eerder geneigd zijn om een (authentieke) regio te 'verzinnen' om op die manier het product een grotere symbolische waarde te geven.

Tabel 7.3 Institutionaliseringsgraad streekproducten vergeleken met typology of lagging van NUTS-2 regio's

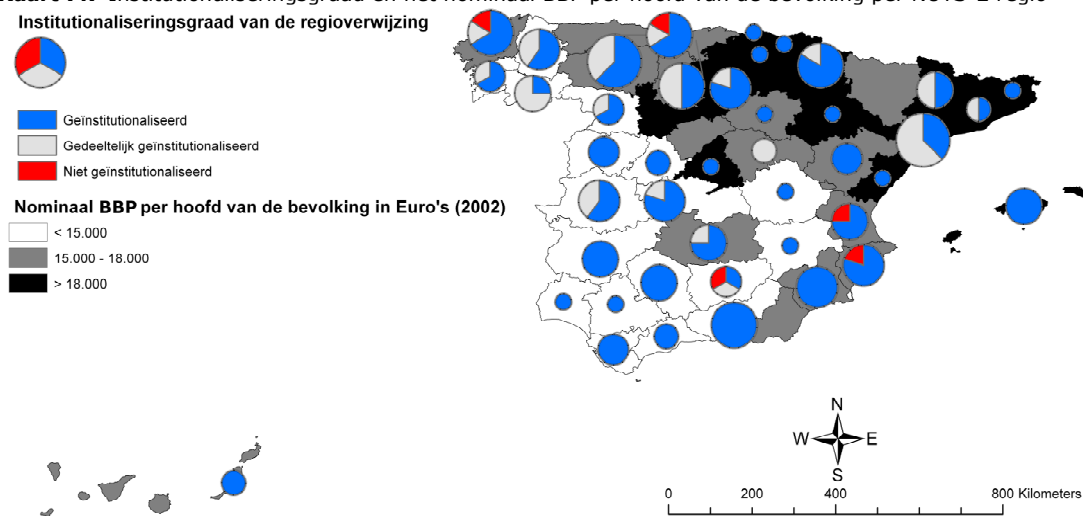
	Wel geïstitutionaliseerd	Gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Niet geïstitutionaliseerd	Totaal
<i>Non Lagging</i>	77,2%	19,4%	3,5%	346
<i>Potentially Lagging</i>	79,2%	15,4%	5,4%	351
<i>Lagging</i>	73,6%	21,2%	5,3%	208

Bron: ESPON, 2011 & Europese Commissie, 2010a

In tabel 7.3 is de *laggingness* van de regio vergeleken met het aantal geïstitutionaliseerde streekproducten. Er is gekozen voor deze economische indicator omdat hier al een duidelijke onderverdeling is gemaakt in klassen, in tegenstelling tot bijvoorbeeld het BBP per hoofd van de bevolking. De theorie dat streekproducenten in armere (*lagging*) regio's hun producten laten verwijzen naar minder geïstitutionaliseerde plaatsen en regio's, wordt in deze tabel bevestigd. Al is het wel opvallend dat het percentage weinig 'gedeeltelijk geïstitutionaliseerde producten' het laagst is in de semi-perifere gebieden (15,4%) in plaats van de meer welvarende regio's (19,4%). Het is niet volledig duidelijk wat hier de verklaring van kan zijn. Het feit dat volgens deze indicator Portugal –waar het percentage geïstitutionaliseerde producten hoger ligt dan in de andere mediterrane landen- als semi-perifeer wordt beschouwd, zal invloed hebben gehad op deze niet volledig verwachte score. Portugal scoort qua BBP minder goed wanneer je het bijvoorbeeld vergelijkt met de andere mediterrane landen, waardoor deze tabel er heel ander zou hebben uitgezien.

Om te analyseren of het klopt dat er in perifere regio's meer streekproducten worden geregistreerd die verwijzen naar een zwak geïstitutionaliseerde plaats of regio, zijn deze twee variabelen uitgezet op de kaart van Spanje (kaart 7.7). Om een beter en eerlijker beeld te kunnen schetsen is er gekozen om de variabelen per NUTS-3 regio weer te geven. Dit is een schaalniveau lager dan de NUTS-2 regio-indeling. Deze NUTS-2 regio's in Spanje zijn namelijk dermate groot dat er in de meeste regio's zowel urbane welvarende gebieden als rurale arme gebieden zijn. Zo liggen in de NUTS-2 regio Castilla y León de regio's Burgos en Valladolid met een gemiddeld BBP per hoofd van de bevolking van boven 18.000 euro per jaar, maar ook Avila en Salamanca waar het BBP onder de 14.000 euro ligt. Deze regio's zijn bij deze regio-indeling dus gescheiden.

Kaart 7.7 Institutionaliseringsgraad en het nominaal BBP per hoofd van de bevolking per NUTS-2 regio



Bron: Eurostat, 2011a & Europese Commissie, 2010a

In de bovenstaande kaart is er geen duidelijk patroon of verband te ontdekken tussen de periferaliteit van de regio en de institutionaliseringsgraad van de streekproducten. Wat opvalt is dat in Zuid-Spanje vrijwel alle producten verwijzen naar een geïstitutionaliseerde geografische naam. De streekproducten die hier geproduceerd worden verwijzen vrijwel allemaal naar grotere steden in de omgeving van de reële productiezone. Deze reële productiezone is in de meeste gevallen een rurale streek zonder duidelijke grenzen. Het is in dit geval dus niet zo dat er in Zuid-

Spanje de streekproducten uit meer geïnstitutionaliseerde gebieden komen, maar dat de boeren er voor gekozen hebben om hun product te liëren met een bekende stad (bijvoorbeeld Granada en Córdoba).

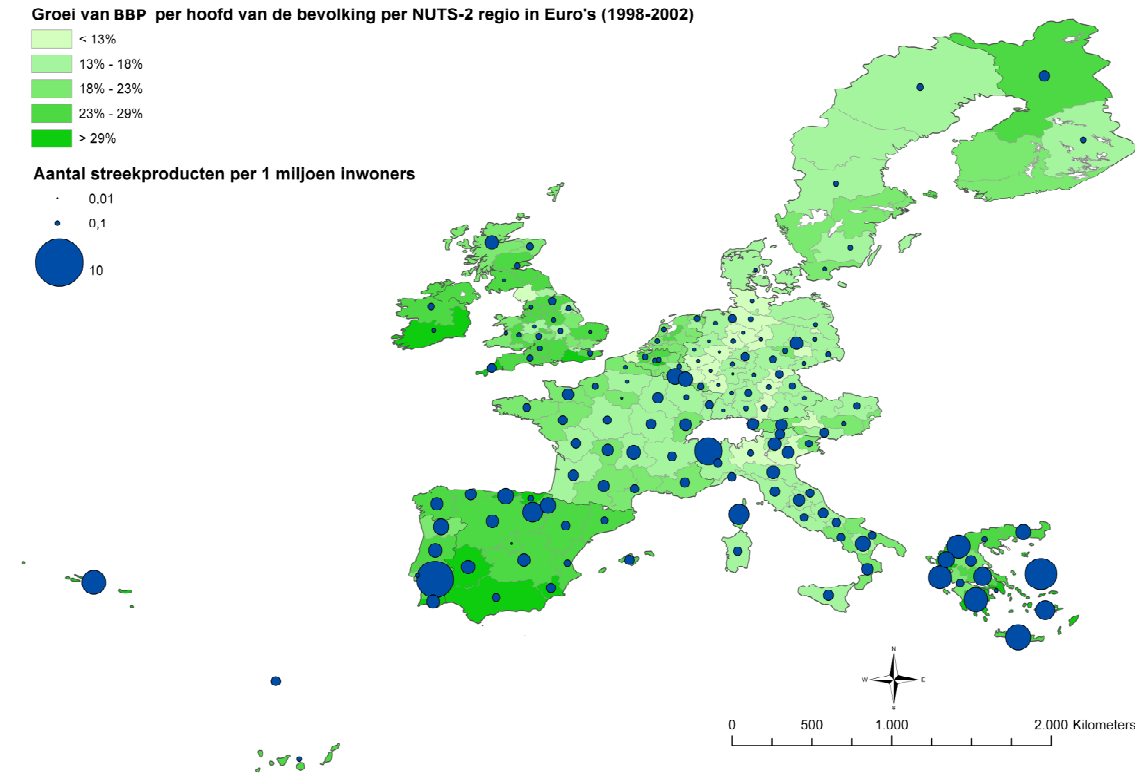
In Galicië (Noordwest-Spanje) hebben de producenten juist meer de neiging om de echte productieplaats te benoemen. Veel van deze producten worden geproduceerd in heel kleine gehuchten van niet meer dan duizend inwoners. Deze gehuchten of nederzettingen zijn onderdeel van een grotere gemeente en hebben een heel beperkte functionele rol. Om die reden zijn streekproducten uit deze dorpen als 'gedeeltelijk geïnstitutionaliseerd' geïndexeerd. Wanneer deze producten vernoemd waren naar de provincie Galicië of de grotere gemeente waarbinnen het dorp ligt, zouden waarschijnlijk meer mensen een associatie hebben bij het product. Daarentegen zou hiermee wellicht de sfeer van traditionaliteit en uniciteit van het product worden aangetast. Een hypothese zou kunnen zijn dat de Gallische boeren gaan voor traditionele producten die op kleine schaal (consumenten kennen het dorp) worden afgezet en zich dus richten op de conservatieve doelgroep. De producenten in Zuid-Spanje hebben wellicht een andere doelgroep voor ogen, namelijk de moderne kosmopolieten (zie paragraaf 2.4). Deze consumenten zijn beter te bereiken met een (inter)nationaal bekendere geografische naam. De *ideal identity* van de regio of plaats wordt in beide gevallen dus aangepast aan de doelgroep.

7.3 Streekproducten en economische vooruitgang

In paragraaf 7.1 is bestudeerd in hoeverre geregistreerde streekproducten uit de periferie van Europa komen. Uit deze analyse kwam naar voren dat er een (zwak) verband bestaat tussen de economische situatie van de regio en het aantal streekproducenten. Uit de resultaten van paragraaf 7.2 zou heel voorzichtig kunnen worden opgemaakt dat boeren in armere gebieden hun product laten registreren om zich uit de economische malaise te trekken. De plaatsen en regio's waar de streekproducten uit deze regio's naar verwijzen, zijn over het algemeen minder geïnstitutionaliseerd en kunnen daarom duiden op een gecreëerde regio om het product beter te laten aansluiten op de wens van de consument. Het ontwikkelen van een streekproduct(en) kan namelijk een oplossing zijn voor kleinere boeren die niet op kunnen tegen de grotere agrarische bedrijven. In de agrarische sector is er vanwege het feit dat agrarische producten weinig onderscheidend vermogen hebben, een hevige concurrentiestrijd. De kostprijs per product is daarin vaak doorslaggevend en omdat grotere ondernemingen door schaal- en breedtevoordelen goedkoper kunnen produceren, delven kleine boeren (veelal wonend in perifere gebieden) vaak het onderspit. Wanneer zij zich gaan concentreren op streekproducten, die een bepaalde meerwaarde vertegenwoordigen ten opzichte van reguliere producten, hoeven ze hun concurrentievoordeel niet meer te behalen in kostenminimalisatie (College of Agriculture and Home Economics, 2005, 6). Marsden (1998, 111) omschrijft deze rol van streekproducten voor kleinere boeren als volgt: "*Such parameters (streekproducten) could form part of regionally induced 'insurance policies' against the more aggregated mass food 'race to the bottom'.*"

In deze paragraaf zal worden gekeken of deze kunstgreep daadwerkelijk effect heeft gehad. Kennen de regio's waar veel streekproducten geregistreerd staan, een sterkere economische groei dan gebieden waar dit niet het geval is?

Kaart 7.8 Ontwikkeling BBP en het relatief aantal streekproducten per NUTS-2 regio



Bron: Eurostat, 2011a & Europese Commissie, 2010a

In kaart 7.8 zijn zowel het relatieve aantal streekproducten als de percentuele groei van het BBP in de periode tussen 1998 en 2002 per NUTS-2 regio weergegeven. Er zijn helaas geen recentere economische gegevens bekend die stroken met de gebruikte NUTS-2 regio indeling. De economische ontwikkeling is dus slechts over een relatief korte periode gemeten. Om die reden is het belangrijk om te vermelden dat er geen verregaande conclusies kunnen worden getrokken uit de bevindingen in deze paragraaf. Daarnaast had een deel van de in dit onderzoek gebruikte streekproducten in deze periode (tussen 1998 en 2002) nog geen Europese erkenning, waardoor het economische effect niet direct naar de productie en registratie van streekproducten kan worden geleid. Deze analyse geldt dus vooral als voorzichtige schets voor eventueel vervolgonderzoek met recentere economische statistische gegevens.

Wat opvalt aan deze kaart is dat de regio's in Zuid-Europa en het Verenigd Koninkrijk qua BBP het meest zijn gegroeid. Doordat het hier een groeipercentage betreft is het logisch dat de regio's die in 1998 een laag BBP per hoofd van de bevolking hadden, het makkelijkst een sterk groeicijfer kunnen laten noteren. Dit verklaart ook de groene gebieden in het zuiden van Spanje en Griekenland. Deze regio's behoren tot de armste van het onderzoeksgebied. De groei in veel NUTS-2 regio's in Groot-Brittannië en Ierland wekken meer verbazing. Deze landen scoorden qua economische cijfers in 1998 ook al goed. Dit houdt in dat binnen de kern van Europa, deze regio's rond de eeuwwisseling de sterkst groeiende economie hadden. Dit wordt ook onderkend door verschillende bronnen (De Vlieghe, 2005 & The Economist, 2005). In Noord-Italië en het Westen van Duitsland is de economische groei het laagst, minder dan 13%.

In tabel 7.4 is de correlatie berekend tussen de economische groei en het aantal relatieve streekproducten per NUTS-2 regio. Hieruit blijkt dat er een heel zwak positief verband is tussen deze twee variabelen. Er kan met bijna 100% zekerheid (significantie van 0,001) worden gesteld dat regio's waarbinnen (veel) streekproducten worden gemaakt, gemiddeld meer economische groei hebben gehad in de periode 1998-2002 dan regio's waar weinig of geen streekproducten staan geregistreerd. Zoals hierboven al vermeld, duidt dit niet persé op een causaal verband tussen de twee variabelen, maar kan het louter als indicatie worden gezien. Op kaart 7.8 is te zien dat er op nationaal niveau een verband te zien is. Landen waar veel streekproducten geregistreerd staan, zoals Spanje, Portugal en Griekenland, hebben ook een hoog groeicijfer qua BBP.

Tabel 7.4 Correlatie ontwikkeling BBP met relatief aantal streekproducten per NUTS-2 regio

	Relatief aantal streekproducten per regio	Significantie
Groei BBP 1998-2002	0,207	0,001

Bron: Eurostat, 2011a & Europese Commissie, 2010a

7.4 Streekproducten en ruraliteit

Het is in het kader van dit onderzoek zeer interessant om te weten in wat voor soort regio's de producenten van geregistreerde streekproducten zich bevinden. In de vorige paragrafen is hier op verschillende manieren antwoord op gegeven. Zo kan gesteld worden dat de meeste onderzochte streekproducten worden geproduceerd in de (semi-)perifere regio's in de voornamelijk de Zuid-Europese landen. Deze analyse fixeert zich op een relatief grote schaal, de meeteenheden zijn namelijk de NUTS-2 regio's die in veel gevallen niet volledig homogeen zijn qua ruraliteit/stedelijkheid. In deze paragraaf wordt ingezoomd op de meer nabije fysieke omgeving van de streekproductlocatie. Per streekproduct is er gekeken naar welke plaats of regio er verwezen wordt en is de mate van urbaniteit van deze geografische locatie geïndexeerd. In hoofdstuk 5 is te vinden op welke bases deze drie klassen zijn bepaald.

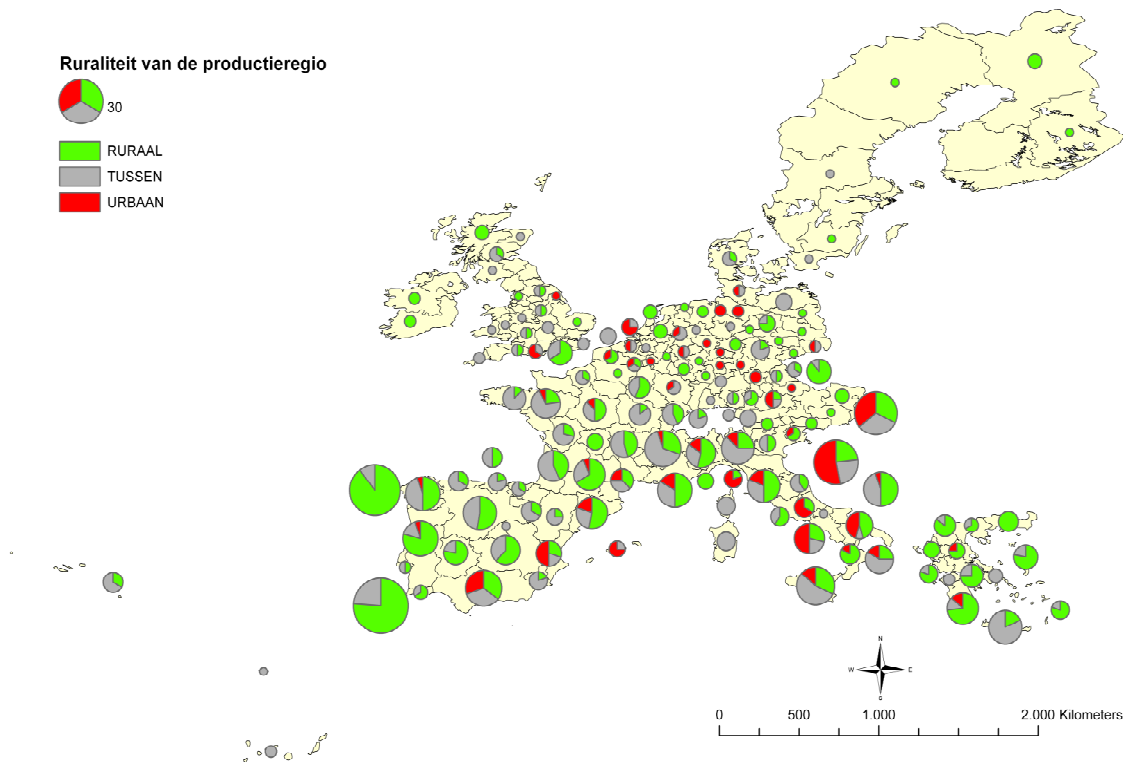
Tabel 7.5 De streekproductverwijzingen ingedeeld op basis van ruraliteit/ urbaniteit

	Ruraal	Semi-urbaan	Urbaan	Totaal
Aantal streekproducten	433 (47,8%)	352 (38,9%)	120 (13,3%)	905 (100%)

Bron: Europese Commissie, 2010a

In tabel 7.5 is te zien dat bijna de helft van alle 905 onderzochte streekproducten verwijst naar een ruraal gebied of dorp. Het aantal producten dat verwijst naar een suburbane plaats of regio is iets lager, namelijk 38,9%. In totaal verwijst nog geen 14% van alle onderzochte streekproducten met een geregistreerd PDO of PGI-label naar een stad of stedelijke regio. Dit is natuurlijk niet onlogisch, gezien het feit dat voor de productie van vrijwel alle agrarische producten veel ruimte (weide/ akker) nodig is. En de grondprijs is in minder dichtbevolkte gebieden stukken lager dan in urbane regio's. Maar vanwege het feit dat het hier puur om de verwijzing gaat, en dus niet om de reële productielocatie, is deze tabel zeer relevant. Zoals gezegd, de meeste boeren die streekproducten maken wonen dus niet in de stad. Dit houdt alleen dus niet in dat ze hier niet naar kunnen verwijzen. In paragraaf 7.2 kwam al naar voren dat boeren in het zuiden van Spanje veel vaker dan gemiddeld zich liëren met een stad die in de buurt ligt. Om te kijken of er een ruimtelijk patroon is in de verwijzing van boeren naar urbane of rurale gebieden, is in kaart 7.9 met behulp van cirkeldiagrammen de spreiding van het absoluut aantal streekproducten per NUTS-2 regio en hun verwijzing, in beeld gebracht.

Kaart 7.9 Ruraliteit van de regio of plaats waar het streekproduct naar verwijst



Bron: Europese Commissie, 2010a

Er zijn een aantal patronen te ontwaren. Zo valt op dat er met name in de kustregio's van de Middellandse Zee (van Andalusië tot Sicilië) veel streekproducten zijn die zich affichereren met een stad. Dit terwijl deze NUTS-2 regio's in de meeste gevallen helemaal geen urbana karakter hebben. Zo is de provincie Campanië in het zuiden van Italië, bij uitstek een agrarische regio met weinig stedelijke zones (Eurostat, 2011c). Toch heeft de helft van deze producten een 'urbane verwijzing'. Producten uit Portugal, Griekenland en het binnenland van Spanje verwijzen juist vrijwel in geen enkel geval naar een dichtbevolkt gebied of stad. Terwijl deze regio's qua periferaliteit en ruraliteit niet heel erg sterk verschillen van sommige Mediterrane provincies met veel 'urbane streekproducten'.

De meest rode cirkels zijn te vinden in West-Europa. Het merendeel van de daar geproduceerde streekproducten verwijst naar een urbane of semi-urbane regio of stad. Uitzonderingen hierop zijn onder andere de Opperdoezer Ronde en de Noord-Hollandse Edammer. Deze producten komen uit de NUTS-2 regio Noord-Holland, wat één van de meest urbane en meest dichtbevolkte regio's is van Europa. Dit voorbeeld geeft goed aan dat de NUTS-2 regio's eigenlijk te groot en te heterogeen zijn om het gemiddelde BNP per hoofd van de bevolking of de populatiedichtheid te middelen. Deze producten komen uit dorpen met een heel laag inwonertal (Opperdoes 1.860, Edam 7.380 (CBS, 2011)) waar de agrarische sector van oudsher de belangrijkste peiler is. Toch hadden de producenten er ook voor kunnen kiezen om zich te affichereren met een nabij gelegen grote stad, Amsterdam bijvoorbeeld, zoals collega's van hen in de mediterrane gebieden doen.

Volgens Tregear (1998) is het logisch dat streekproducenten zich linken aan een ruraal en authentiek dorpje. Volgens hem krijgt het dorp of de regio waar een voedselproduct mee verbonden is, een grotere naamsbekendheid als toeristische bestemming. Streekproducten kunnen worden gebruikt om de territoriale identiteit te promoten door naar de landelijkheid en de 'quality of life' van de regio te refereren. Hopkins (1998) stelt dat moderne urbane toeristen steeds positiever over het platteland zijn. Ze vinden dit een fijne vakantiebestemming omdat de verhaastende werking van de modernisering er nog niet heeft toegeslagen (Volkskrant, 2008). Een (ogenschijnlijk) traditioneel, kleinschalig en ouderwets streekproduct ondersteunt dit beeld. Zo heeft Edam heeft in samenwerking met andere soortgelijke gemeentes zelfs een plan gemaakt om zich beter als authentiek en ouderwets dorp te profileren naar toeristen (LAGroup, 2008). Om op die manier de *ideal identity* van het dorp over te brengen naar potentiële bezoekers.

In deze plannen spelen regionale overheden een belangrijke rol. Het is zinvol om de promotie van het streekproduct te vervlechten met de promotie van toerisme, cultuur, natuurschoon en streekeigen gastronomie in brede zin (Leadernetwerk Nederland, 2005). Daarbij is het belangrijk dat de regio zich niet alleen richt op haar historische elementen maar juist op de moderne en hedendaagse aspecten. Hierdoor wordt voorkomen dat de streek als een fossiel behandeld wordt en spreekt het ook jongere mensen aan (Vakgroep landbouweconomie, 2009, 13).

Deze streekproducenten maken dus gebruik van de traditionaliteit van hun product. Deze traditionaliteit bestaat in de ogen van de consument uit een traditioneel, ouderwets en kleinschalig productieproces. Met name de meer conservatievere consumenten (traditionele burgerij in paragraaf 2.4) blijken namelijk graag producten te kopen waaraan de suggestie kleeft dat ze al generaties lang bestaan en nog met de hand worden gemaakt. Vooral wanneer deze uit traditioneel ogende gebieden met zonovergoten landschappen, oude dorpjes en een (vermeende) ongehaaste levensstijl komen (Van Leeuwen & De Pater, 2007). Deze uitstraling is zeer belangrijk om de extra waarde te creëren die nodig is om het prijsverschil met concurrenten die reguliere producten voor een lagere prijs in de markt zetten. Tegelijkertijd heeft de streekproducent ook last van de *'race to the bottom'* die woedt in de agrarische sector, en is het vrijwel onmogelijk om op ambachtelijke, kleinschalige wijze het product op een winstgevende manier te fabriceren. Dit leidt er bij veel producenten toe dat ze toch hun oude vertrouwde productiemethoden en in sommige gevallen de productielocatie -de factoren waarmee ze voorsprong hebben op hun concurrenten- moeten inruilen tegen modernere technieken en goedkopere productielocaties. Ze stuiten dus op een paradox (zie ook paragraaf 3.2) die alleen is vol te houden met een zeer goed doordachte communicatie naar de consument. (Ray, 1998)(Pike, 2009)

Het bekende streekproduct Roquefort is een goed voorbeeld van een product dat deze paradox succesvol heeft omgebogen. De Franse blauwschimmelkaas verwijst naar het dorp Roquefort-sur-Soulzon (690 inwoners) in de provincie Midi-Pyrénées en is sinds 2008 een officieel geregistreerd streekproduct (Europese Commissie, 2010a). Al sinds de 15^e eeuw wordt deze kaas in Frankrijk beschermd tegen onechte roqueforts uit andere regio's (Qualigeo, 2011c). De kaas wordt volgens het registratieformulier in de database van de Europese Commissie nog steeds op heel ambachtelijke wijze gemaakt. Wel is de regio waarbinnen de schapen mogen grazen in 1961 uitgebreid om aan de stijgende vraag te kunnen voldoen (Europese Commissie, 2010a).

Wanneer gekeken wordt naar de reële productielocatie en methoden, moet worden geconcludeerd dat het productieproces in de loop der jaren behoorlijk is gemoderniseerd. De zeven aangesloten productiebedrijven produceren met elkaar meer dan drie miljoen kazen per jaar. Roquefort Société is van deze zeven bedrijven de grootste qua productie (Roquefort, 2011). Dit bedrijf heeft een museum ingericht waar de 200.000 toeristen die per jaar de regio bezoeken (Businessweek, 2011), kunnen zien welke ambachtelijke bereidingswijze er wordt gebruikt. In werkelijkheid is dit een miljoenenbedrijf waar in grote fabrieken de kaas met behulp van moderne en efficiënte technieken wordt geproduceerd.

Door te verwijzen naar het authentieke dorpje Roquefort-sur-Soulzon en door het openen van musea, wordt de illusie gewekt dat roquefort nog steeds op ambachtelijke, traditionele wijze door die paar kleine lokale boeren wordt gemaakt. Dit beeld kan versterkt worden door goed doordachte reclame-uitingen en een ouderwets ogende verpakking. Op deze manier wordt de *factual identity* -enorme bedrijven die op grote schaal kaas produceren- voor de consument omgeturnd in de *ideal identity* zoals die hierboven beschreven.

Eerder in dit onderzoek (paragraaf 7.1) is al aangegeven dat er een zeker verband is tussen de periferaliteit en de ruraliteit van de regio. De verwachting is dan ook dat streekproducten die verwijzen naar een rurale regio of plaats juist vooral worden geproduceerd in perifere gebieden. In tabel 7.6 is de *laggingness* van de NUTS-2 regio's vergeleken met de mate waarin de streekproducten worden geafficheerd met rurale of urbane geografische steden of regio's.

Tabel 7.6 Ruraliteit van streekproductverwijzing vergeleken met typology of lagging van NUTS-2 regio's

	Ruraal	Semi-urbaan	Urbain	Totaal
<i>Non Lagging</i>	38,4%	42,5%	19,%	346
<i>Potentially Lagging</i>	57,0%	34,2%	8,8%	351
<i>Lagging</i>	48,1%	40,9%	11,1%	208

Bron: ESPON, 2011 & Europese Commissie, 2010a

Er is een duidelijk patroon te onderscheiden in deze tabel. De periferaliteit van de NUTS-2 regio houdt sterk verband met de mate van urbaniteit van de geografische indicatie van de producten uit die regio. In welvarende (*non-lagging*) NUTS-2 regio's worden bijna twee keer zo veel 'urbane streekproducten' gemaakt als in de meer perifere regio's. Voor 'rurale streekproducten' geldt dit

omgekeerd. Opvallend is dat het percentage 'urbane streekproducten' in de minst welvarende regio's hoger is (11,1%) dan in de semi-perifere (8,8%) regio's. Wellicht dat dit verklaard kan worden met de analyse uit paragraaf 7.2. Boeren in zeer perifere gebieden zijn gemiddeld genomen armer en daarom misschien meer gemotiveerd om via een kunstgreep hun reguliere voedselproduct te veranderen in een geregistreerd streekproduct. Deze kunstgreep kan dan ook inhouden dat ze, om de doelgroep te vergroten, gebruikmaken van een bekende stad in de omgeving. Agrariërs uit semi-perifere regio's zijn wellicht minder geforceerd de streekproductensector ingestapt.

8. Conclusie

In deze thesis is onderzocht of er een verband bestaat tussen de periferiteit van een regio en de productie van streekproducten binnen deze regio. Zijn boeren in minder welvarende gebieden eerder geneigd om zich te richten op de streekproductensector dan hun collega's in rijkere regio's? Daarnaast is er gekeken naar de economische ontwikkeling en de institutionaliseringsgraad van deze regio's en is onderzocht of streekproducten naar stedelijke of rurale gebieden refereren. De resultaten van deze vragen dienen als verdieping en extra interpretatie van de bevindingen op de hoofdonderzoeksvraag. Om hier antwoord op te kunnen geven zijn alle geregistreerde streekproducten in de database van de Europese Commissie geanalyseerd en geïndexeerd op basis van hun NUTS-2 regio. Door deze database te interpreteren en te toetsen aan de academische literatuur over dit onderwerp, is het mogelijk om op een goed gefundeerde manier de onderzoeksvragen te beantwoorden. Allereerst zullen de deelvragen worden behandeld zodat daarna met behulp van die bevindingen, de hoofdvraag beantwoord kan worden.

Allereerst is bestudeerd in welke mate de geografische verwijzing van de streekproducten geïnstitutionaliseerd is. Hieruit is naar voren gekomen dat het leeuwendeel van de onderzochte producten verwijst naar een plaats of regio die sterk geïnstitutionaliseerd is in de beleving van potentiële consumenten. Vooral de producten die uit welvarende regio's komen, zijn in de meeste gevallen gelinkt aan regio's of plaatsen die een sterke in- en externe functionele rol hebben. Streekproducten uit de periferie van Europa zijn minder sterk 'geïnstitutionaliseerd'. Een verklaring hiervoor kan zijn, dat deze boeren niet kunnen concurreren tegen de grote producenten in meer welvarende regio's en zodoende zich gedwongen voelen om hun product een geografische link te geven. Door van hun product een geregistreerd streekproduct te maken, kunnen ze meer geld voor hun product vragen. Deze boeren zijn dus in zekere mate de streekproductensector ingeduwde, waardoor ze worden gedwongen een regio te 'kiezen' waarmee ze hun product kunnen vermarkten. Streekproducenten uit welvarende regio's hebben gemiddeld genomen minder last van deze druk en hun keuze om deze sector in te gaan zal om die reden dus eerder vanuit henzelf en hun verbondenheid met de regio komen, dan vanuit contextuele omstandigheden.

Naast dat er is gekeken naar de institutionaliseringsgraad van de streekproductnaam, is er ook bestudeerd of deze naam verwijst naar een urbane of rurale regio of plaats en of er verschillen zijn tussen streekproducten uit de periferie en streekproducten uit de kern van Europa. Niet geheel verrassend is het aantal streekproducten dat een 'rurale verwijzing' heeft, groter in de periferie. Doordat in de periferie gemiddeld genomen minder stedelijke zones zijn, verwijzen producten uit deze gebieden vaker naar een rurale regio of plaats. Opvallend is dat in de semi-urbane regio's het percentage 'rurale verwijzingen' het grootst is. Boeren in de armste gebieden kiezen er vaker voor om zich te liëren aan een grote stad die (toevallig) in de buurt ligt. Dit resultaat zou heel goed kunnen aansluiten bij de conclusie dat de armste groep streekproducenten niet volledig vrijwillig heeft gekozen voor deze sector. Het kiezen van een bekende stad als streekproductnaam zou namelijk een strategische keus kunnen zijn. Uit het *mentality*-onderzoek van Motivaction (2009) bleek namelijk dat streekproducenten te maken hebben met twee heel verschillende groepen afnemers, de conservatieve burgerij en jonge moderne kosmopolieten. Met name deze jonge consumenten zijn sneller geneigd producten te kopen die gelinkt zijn aan een bekende stad of regio, zo blijkt uit verschillende onderzoeken (Pike, 2009; Scott, 1997). Wanneer de boer kansen ziet om een marktaandeel te veroveren bij deze jonge groep consumenten, doet hij er dus verstandig aan om zich te binden met een grote stad, ook al is de plaats of regio waarbinnen de reële productiezone valt, niet geïnstitutionaliseerd en op enige manier verbonden met deze stad.

Met de laatste deelvraag wordt gekeken of de regio's waarbinnen veel geregistreerde streekproducten worden bereid, een (sterke) economische ontwikkeling hebben gekend. Vanwege het gebrek aan recente economische cijfers van de onderzochte regio's is deze temporele analyse gemaakt over de tijdspanne van slechts vier jaar, tussen 1998 en 2002. Doordat een deel van de onderzochte producten in die periode nog niet geregistreerd was, is het lastig om de eventuele economische ontwikkeling op enige wijze te linken met de productie van streekproducten. De regio's in Zuid-Spanje, Portugal en Groot-Brittannië zijn de Europese regio's die rond de eeuwwisseling de grootste economische groei kenden. Met uitzondering van de Britse regio's zijn dit de gebieden waar naar verhouding veel streekproducten worden geproduceerd, wat tot de heel voorzichtige conclusie zou kunnen leiden dat er een verband is tussen de productie van streekproducten en de economische ontwikkeling van de regio.

De resultaten van deze deelvragen komen terug in de beantwoording van de hoofdvraag. Met deze vraag wordt er namelijk onderzocht of er een verband is tussen de periferiteit van de regio en het aantal streekproducten dat er wordt geproduceerd. Er kan met zekerheid worden gesteld dat er binnen het onderzoeksgebied een significant (zwak) verband is tussen de

periferaliteit van de regio en het aantal streekproducten dat geregistreerd staat binnen deze regio. Met name in de armere mediterrane streken zijn er veel boeren die hun product hebben laten registreren. Net als bij de resultaten van de deelvragen, duidt dit er op dat het voeren van een streekproduct een ontsnappingspoging kan zijn van economische achteruitgang. Uit verschillende onderzoeken is naar voren gekomen dat streekproducten een bepaalde symbolische/ culturele meerwaarde hebben bij consumenten ten opzichte van reguliere producten (Van der Lans, 2001) (Jasinki & Rzytki, 2005). Op het moment dat een boer de efficiëncyslag lijkt te verliezen van concurrenten die goedkoper hetzelfde product kunnen produceren, kan hij door zijn product te liëren met een (willekeurige) geografische naam, hetzelfde product voor meer geld verkopen. In dat geval is er dus geen enkel regiogevoel ten grondslag aan de keuze om zich te richten op de streekproductenmarkt. De symbolische waarde die het zou kunnen hebben voor de regio of plaats is dan een bijkomend voordeel, maar is niet de primaire reden.

Institutionele verschillen tussen de Europese landen zou een reden kunnen zijn waarom de streekproducten zo onevenredig verspreid zijn. Zoals hierboven al vermeld zijn verhoudingsgewijs de Zuid-Europese streekproducten oververtegenwoordigd. Wellicht dat de nationale en regionale overheden van deze landen hier een rol in hebben gespeeld. Zoals in paragraaf 6.4 wordt gemeld, heeft bijvoorbeeld de Portugese overheid een belangrijke (financieel ondersteunende) rol gespeeld bij een groot deel van de 114 geaccepteerde keurmerk-aanvragen (GPP, 2011b). Er zijn geen soortgelijk bestuursdocumenten gevonden van andere landen, maar hoogstwaarschijnlijk speelt de houding van de regionale en nationale overheid ten opzichte van dit Europese keurmerk een grote rol bij de hoeveelheid aanvragen van een PDO- of PGI-registratie per land.

Een andere relevante institutionele factor die van invloed kan zijn op het aantal streekproductregistraties, is de hoeveelheid geld dat vanuit Brussel beschikbaar wordt gesteld voor het ontwikkelen van streekproducten. Voor de toetreding van de Oost-Europese landen in 2004, was er relatief veel geld gereserveerd voor de ontwikkeling van arme rurale regio's. Dit geld konden boeren onder andere gebruiken om streekproducten te ontwikkelen. Deze arme regio's waren destijds vooral agrarische gebieden in Spanje, Portugal, Zuid-Italië en Griekenland, waarmee de oververtegenwoordiging van deze landen in de DOOR-database verklaard zou kunnen worden. In de jaren nadien werd er beduidend minder geld vrij gemaakt voor de ontwikkeling van arme regio's. Vanaf 2004 liggen de meest perifere regio's in de nieuwe Oost-Europese lidstaten. Boeren in deze perifere gebieden hebben zodoende dus veel minder kunnen profiteren van deze Brusselse steunen dan hun Zuid-Europese collega's de jaren er voor. Dit zou een reden kunnen zijn waarom er veel minder streekproducten uit Oost-Europa geregistreerd staan dan uit Zuid-Europa.

De verklaring voor de ongelijke spreiding van streekproducten kan ook aan de vraagzijde liggen, bij de consumenten. Uit de typologie die in paragraaf 2.4 is gemaakt van de potentiële afnemer van streekproducten, blijkt dat deze sterk verschilt van de gemiddelde consument. Zo speelt de *mentality* van de consument een grote rol, maar ook de geografische locatie van de afnemer ten opzichte van het product. Wanneer het product uit de nabijheid van de consument komt, is deze sneller geneigd om het product aan te schaffen. Het zou dus kunnen zijn, dat de producenten in Zuid-Europa zich vooral richt op de consumenten in de regionale omgeving. Met andere woorden, deze producten hebben een lokaal of regionaal karakter en zijn dus vooral afhankelijk van de gunst van de lokale consumenten. Producenten in welvarende regio's in West-Europa bedienen gemiddeld genomen een grotere, internationale markt en zijn om die reden minder gebaat bij een geografische indicatie.

Bij een eventueel vervolgonderzoek zou het interessant zijn om te kijken of deze hypothese daadwerkelijk klopt. Zijn streekproducenten uit Zuid-Europa qua afzet(schaal) kleiner dan hun collega's uit welvarende regio's in Europa. Daarnaast zou het waardevol kunnen zijn om het onderscheid te maken tussen particuliere streekproduct-initiatieven en streekproducten die worden geïnitieerd en gesubsidieerd door regionale overheden. Omdat het hier om een strikt kwantitatief onderzoek ging, zijn deze relevante zaken helaas niet aan de orde gekomen. Heel waarschijnlijk is er namelijk ook een groot aantal producten dat vanuit 'de regio' is ontstaan en vooral regio- of citymarketing als doel heeft. Het zou interessant en relevant zijn om in vervolgonderzoek op een kleiner schaalniveau te kijken wat de beweegredenen zijn voor een producent om over te gaan op streekproductie.

9. Literatuur

- Agnew, J. (1987), *The United States in the world-economy - A regional geography*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Agnew, J. (1999), Regions on the mind does not equal regions of the mind. *Progress in Human geography*, vol. 23, 1, pp. 91-96.
- Allen, J. & D. Massey & A. Cochrane (1998), *Rethinking the region*. London and New York: Routledge.
- Amdam, R. (2002), Sectoral versus territorial regional planning. *European Planning Studies*, vol. 10, pp 99-111.
- Barker, C. (1999), *Television, globalization and cultural identities*. Buckingham: Open University Press.
- Bone, R.N. (2000), *The regional geography of Canada*. Don Mills: Oxford University Press.
- Bonnet, C. & M. Simioni (2001), Assessing consumer response to protected designation of origin labelling: a mixed multinomial logit approach, *European Review of Agricultural Economics*, Vol. 28 No. 4, pp. 433-449.
- Bourdieu, P. (1977), *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brah, A. (1996), *Cartographies of Diaspora*. London: Routledge.
- Broekhuizen, R. van (2004), Koepelproject kennisontwikkeling streekgebonden productie en vermarkting. Rapportage voor de co-innovatieprogramma's - Professionalisering Biologische Afzetketen en Duurzame Agro Foodketens [online]. [Geciteerd 23 november 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.multifunctionelelandbouw.nl/download.php?file_id=681
- Brouwer, R. (1999), Toerisme in de arena. Een sociologische reflectie op de betekenis van toeristische attractievorming voor de sociale en fysiek-ruimtelijke omgeving in de Euregio Maas-Rijn. Wageningen: Landbouwniversiteit Wageningen.
- Bureau Bartels (2008), Evaluatie van het LNV-streekproductenbeleid [online]. [Geciteerd 23 november 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.multifunctionelelandbouw.nl/index.php?file_id=60
- Businessweek (2011), Something Is Rotten in Roquefort PDO [online]. [Geciteerd 15 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.businessweek.com/magazine/content/01_53/b3764082.htm
- CBS (2011), Regionale Kerncijfers Nederland 2010 [online]. [Geciteerd 8 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70072ned&LA=NL>
- Cloke, P. & M. Goodwin (1992), Conceptualizing countryside change: from post-Fordism to rural structured coherence. *Transactions of the Institute of British Geographers*, vol.16, pp. 321-336.
- College of Agriculture and Home Economics (2005), *Regional Branding in a Global Marketplace*. New Mexico Chile Task Force, 21.
- Coleman, J. (1988), Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, Vol.94, pp. 95-120.
- De Chernatony, L. (2001), *From brand vision to brand evaluation*. Amsterdam: Elsevier.

- Delamont, S. (1995). *Appetites and Identities: an Introduction in the Social Anthropology of Western Europe*. London: Routledge.
- Economist, the (2005), The Economist Intelligence Unit's quality-of-life index [online]. [Geciteerd 11 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.economist.com/media/pdf/QUALITY_OF_LIFE.pdf
- Espejel, J & C. Fandos & C. Flavia 'n (2008), Spanish's air-cured ham with protected designation of origin (PDO): a study of intrinsic and extrinsic attributes influence on customer satisfaction and loyalty. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, Vol. 19 No. 4, pp. 5-30.
- ESPON (2011), European Observation Network, Territorial Development and Cohesion [online]. [Geciteerd 10 januari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.espon.eu/>
- Europa.nu.nl (2009), Speech Eurocommissaris Boel ter gelegenheid van het Europese forum voor Europese Voedselkwaliteit (en) – Hoofdinhoud (2009) [online]. [Geciteerd 18 september 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.europa-nu.nl/9353000/1/j9vvh6nf08temv0/vi94hqvxhz0>
- Europese Commissie (2007), Fact Sheet: European Policy For Quality Agricultural Products [online]. [Geciteerd 24 november 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.seerural.org/wp-content/uploads/2009/05/02_EUROPEAN-POLICY-FOR-QUALITY-AGRICULTURAL-PRODUCTS.pdf
- Europese Commissie (2010a), EU agricultural product quality policy - DOOR - Database of Origin and Registration [online]. [Geciteerd 23 november 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/database/index_en.htm
- Europese Commissie (2011a), Overview of the European Union activities regional policies [online]. [Geciteerd 7 maart 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://europa.eu/pol/reg/index_en.htm
- Europese Commissie (2011b), EU Regional Policy after enlargement [Online] [Geciteerd 7 maart 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.euractiv.com/en/enlargement/eu-regional-policy-enlargement/article-117535>
- Europese Unie (2011) De geschiedenis van de Europese Unie: De geschiedenis van de Europese Unie [online]. [Geciteerd 25 januari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://europa.eu/abc/history/2000_today/index_nl.htm
- Eurostat (2011a), NUTS - Nomenclature of territorial units for statistics [online]. [Geciteerd 10 januari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/nuts_nomenclature/introduction
- Eurostat (2011b), Harmonised unemployment rates (%) - monthly data, Januari 2002 [online]. [Geciteerd 7 maart 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database#
- Eurostat (2011c), Portrait of the Regions: Campania, economy [online]. [Geciteerd 8 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://circa.europa.eu/irc/dsis/regportraits/info/data/en/itf3_eco.htm
- Fog Olwig, K. & K. Hastrup (1997), *Siting Culture*. London: Routledge.
- Gauthier, R. & Damave, M.-C. (2004). Making the French connection on certification standards [online]. [Geciteerd 21 november 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: www.fas.usda.gov/info/agexporter/1998/July%201998/making.html
- GPP (2011a), Programma National Rural Network [online]. [Geciteerd 27 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.gppaa.min-agricultura.pt/en/PEN_Novembro_2009_EN.pdf
- GPP (2011b), Portuguese Strategic Programme Rural Development [online]. [Geciteerd 27 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.gppaa.min-agricultura.pt/en/Portuguese%20Strategic%20Programme_Rural%20Development.pdf

- Groene Hoed (2010), Groene Hoede – uniek initiatief [online]. [Geciteerd 12 december 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.groenehoed.nl/groenehoed.html>
- Gronow, J. (1993), What is good taste?. *Social Science Information*. Vol. 32, pp. 279–301.
- Haartsen, T. (2002), Platteland: boerenland, natuurterrein of beleidsveld? Een onderzoek naar veranderingen in functies, eigendom en representaties van het Nederlandse platteland. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- Hall, S. (1990), Cultural identity and diaspora. In: Rutherford, J. (ed.), *Identity: community, culture, difference*. London: Lawrence & Wishart.
- Hall, S. (1997a), The work of representation. In: Hall, S. (ed.), *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage, pp. 13-64.
- Hall, S. (1997b), Introduction, In: Hall, S. (ed.), *Representation: cultural representations and signifying practices* London: Sage, pp. 1-11.
- Hamin. E. M. (2008), Ad hoc rural regionalism. *Journal of Rural Studies*, vol. 24, pp. 467–477.
- Hayes, D. J., Lence, S. H. & Stoppa, A. (2003). *Farmer-Owned Brands?* (Briefing Paper 02-BP 39). Ames: Iowa State University Center for Agricultural and Rural Development.
- Herb, G.H. (1999), National identity and territory. In: G.H. Herb & D.H. Kaplan (eds.), *Nested identities. Nationalism, territory, and scale*. Lanham etc.: Rowman & Littlefield Publishers, pp. 9-30.
- Hetherington, K. (1998), *Expressions of identity*. London: Sage.
- Hettner, A. (1905), *Das Europäische Russland - Eine Studie zur geographie des Menschen*. Leipzig /Berlin: 1905.
- Hettner, A. (1927), *Die Geographie, ihre Geschichte, ihr Wesen und ihre Methoden*. Breslau: Ferdinand Hirt.
- Holloway, L & P. Hubbard (2001), *People and place. The extraordinary geographies of everyday life*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Holmen, H. (1995), What's new and what's regional in the 'new regional geography'. In: *Geografisker Annaler* Vol. 77, pp. 47-63.
- Hopkins, J. (1998), Commodifying the countryside: marketing myths of rurality. In *Tourism and Recreation in Rural Areas*, ed. R. Butler, C. M. Hall & J. Jenkins, pp. 139–156. West Sussex: Wiley.
- Hudson, R. (2005), *Economic geographies*. London: Sage.
- Huigen, P.P.P. (1996), Rurale geografie gaat op in rurale studies. *Plattelandsonderzoek is multidisciplinair geworden*. *Geografie*, vol.5, pp. 27-31.
- Inglehart, R. (1990), *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Inglehart, R. (1995) Changing values, economic development and political change, *International Social Science Journal*, Vol.145, pp. 379–403.
- Ilbery, B. & M. Kneafsey (1999), Niche markets and regional speciality food products in Europe: towards a research agenda. *Environment and Planning A* 31, pp. 2207–2222.
- Ittersum, K. van & M.T.G. Meulenber & J.C.M van Trijp & M.J.J.M. Candel (2001), *Certificates of origin and regional product loyalty*, Working Paper. Wageningen: Wageningen University.
- Keating, M. (1998a), *The new regionalism in Western Europe*. Cheltenham: Edward Elgar.

- Keating, M. (1998b), Is there a regional level of government in Europe? In: *Regions in Europe*, London: Routledge, pp. 11–29.
- Keating, M. (2001), Rethinking the region: culture, institutions and economic development in Catalonia and Galicia. *European Urban and Regional Studies*, vol. 8, pp. 217–234.
- Knox, P.L. & S.A. Marston (2001), *Places and regions in global context: Human Geography*. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall.
- Lans, I. van der & A. van Ittersum & K. De Cicco & M. Loseby (2001), The role of the region of origin and EU certificates of origin in consumer evaluation of food products. *European Review of Agricultural Economics*, Vol. 28 No. 4, pp. 457-477.
- Lapping, M.B. & T.C. Daniels et al. (1989), *Rural Planning and Development in the United States*. Guilford Press: New York.
- Lash, S. & J. Urry (1994), *Economies of sign and space*. London: Sage publications.
- Leadernetwerk Nederland (2005), *Tussen tafellaken en servet: Streekproducten in Noord-Nederland: stand van zaken, perspectieven en ondersteuningsbehoefte* [online]. [Geciteerd 29 januari 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.groenendestad.nl/upload/publicaties/documenten/Stad%20en%20land/Tussen_tafellak_en_servet.pdf
- LEI (1999), *Ketenonderzoek streekproducten*. LEI: Den Haag
- Lee, R. (2002). Nice maps, shame about the theory? Thinking geographically about the economic. *Progress in Human Geography*, vol. 26, pp. 333–355.
- Leeuwen, M. van & B. de Pater (2007), *Waarom feta voortaan saladekaas heet*. *Geografie*, 16, Vol. 8, pp. 28–30.
- Lewis, A. (2011), *The Development of Southern French and Catalan Society* [online]. [Geciteerd 11 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://libro.uca.edu/lewis/sfc1.htm>
- London Economics 2011, *Evaluatie van het in het kader van het GLB gevoerde beleid op het gebied van beschermde oorsprongsbenamingen (BOB) en beschermde geografische aanduidingen (BGA)* [online]. [Geciteerd 19 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/pdopgi/short_sum_nl.pdf
- Lury, C. (2004), *Brands: The Logos of the Global Economy*. Routledge: London.
- MacLeod, G. & M. Jones (2001), *Renewing the geography of regions*. *Environment and planning D Society & Space*, vol. 19, 6, p. 669-695.
- Malais, J. & H. Haegeman (2009), *Analysis on the European Union Regional Policy*. *School of Doctoral Studies (European Union) Journal*, vol. 1, pp. 77-82.
- Marsden, T. (1998), *New rural territories: regulating the differentiated rural space*. *Journal of Rural Studies*, vol. 14, pp. 107-117.
- Massey, D. (1984), *Spatial divisions of labour. Social structures and the geography of production*. Houndmills: Macmillan.
- McCracken, G. (1993), *The value of the brand: an anthropological perspective*. In Aaker, D.A. and Biel, A.L., editors, *Brand equity and advertising*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McLuhan, M. (1964), *Understanding media: extensions of man*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Meat and livestock commission (2007), *The PDO and PGI logos as information tools: Producers and consumers expectations – A View from the UK* [online]. [Geciteerd 10 februari 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.insight-consulting.eu/documents/uploads/news_en_program_en.doc

- Midmore, P. & C. Ray & A. Tregear (1994), *The South Pembrokeshire LEADER project: an evaluation*. Aberystwyth: Department of Agricultural Sciences, University of Wales
- Ministerie van LNV (2000), *Beleidsnota Streekproducten*. Den Haag: Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij.
- Ministerie van LNV (2002), *Structuurschema Groene Ruimte 2. Samen werken aan Groen Nederland*. Den Haag: Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij.
- Ministerie van LNV (2008), *Europese bescherming streekproducten 'authenticiteit gewaarborgd'*. Factsheet uit de portfolio van de directie Industrie en Handel versie januari 2008 [online]. [Geciteerd 23 november 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.minlnv.nl/txmpub/files/?p_file_id=15095
- Ministerie van VROM (2001), *Ruimte maken, ruimte delen. Vijfde Nota over de Ruimtelijke Ordening 2000/2020*. Den Haag: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer. Rijksplanologische Dienst.
- Moor, L. (2007), *The rise of brands*. London: Berg.
- Moran, W. (1993), *Rural space as intellectual property*. *Political Geography* 12, Vol.3, pp. 263–277.
- Morello, G. (1993), *International product competitiveness and the 'Made in' concept*. In Papadopoulos, N. and Heslop, L.A., editors, *Product country images: impact and role in international marketing*. New York: International Business Press, pp. 285–309.
- Motivaction (2009), *Het marktpotentieel van streekproducten* [online]. [Geciteerd 21 februari 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.businessopeners.nl/blog/uploads/Totaalrapport_Motivaction_22_december_2009%5B1%5D%281%29.pdf
- Murphy, A. (1991), *Regions as social constructs: the Gap between theory and practice*. In: *Progress in Human Geography*, Vol. 14, pp. 22-35.
- Nikodemska-Wolowik, A. M. (2007), *Regional products in the European policy context – Stakeholders' benefits*. *Isletme Fakültesi Dergisi*, 1, Vol. 8, pp. 31-42.
- Nijman, J. (1999), *Cultural globalization and the identity of place: the reconstruction of Amsterdam*. *Cultural Geographies* 1999, vol. 6, pp. 145-164.
- Nora, P. (1989), *Between Memory and History: Les Lieux de Memoire*. *Representations*, Vol. 60, pp. 7–25.
- Paasi, A. (1986), *The Institutionalization of Regions: A Theoretical Framework for Understanding the Emergence of Regions and the Constitutions of Regional Identity*. *Fennia* 164, pp. 105–146.
- Paasi, A. (1991), *Deconstructing regions: notes on the scales of spatial life*. *Environment and Planning A*, vol.23, pp. 239-256.
- Paasi, A. (2001), *Europe as a social process and discourse. Considerations of place, boundaries and identity*. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 8, 1, pp. 7-28.
- Paasi, A. (2002a), *Place and region: regional worlds and words*. *Progress in Human Geography* Vol. 26, 6, pp. 802–811.
- Paasi, A. (2002b), *Bounded spaces in the mobile world: deconstructing 'regional identity'*. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, vol. 93, 2, pp. 137-148.
- Paasi, A. (2003), *Region and place: regional identity in question*. *Progress in Human Geography*, vol.27, 4, pp. 475-485.
- Paquette, S. & G. Domon (2003), *Changing ruralities, changing landscapes: exploring social recomposition using a multi-scale approach*. *Journal of Rural Studies*, vol. 19, pp. 425–444.

- Papadopoulos, N. & L.A. Heslop (1993), *Product country images: impact and role in international marketing*. New York: International Business Press.
- Pater, B. de & K. Terlouw (2002), *De geografie van regio's, regio's in de geografie*. In: B. de Pater, P. Groote, K. Terlouw en anderen, *Denken over regio's. Geografische perspectieven*. Bussum: Coutinho, pp. 9-22.
- Pers, de (2010), *Nigaz, we konden zo gauw niks beters bedenken* [online]. [Geciteerd 30 november 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.depers.nl/opmerkelijk/323861/Nigaz-we-konden-niks-beters-bedenken.html>
- Pew Partnership (2000), *Voices of Rural America: National Survey Results* [online]. [Geciteerd 10 oktober 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.pew-partnership.org/pubs/voicesofRuralAmerica.html> Accessed on 3/1
- Pike, A. (2009), *Geographies of brands and branding*. *Progress in Human Geography* 33, Vol.5, pp. 619-645
- Putnam, R. (1993), *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Qualigeo (2011a), *GIs in the World* [online]. [Geciteerd 11 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.qualigeo.eu>
- Qualigeo (2011b), *Volailles des Landes PGI Society* [online]. [Geciteerd 11 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.qualigeo.eu/prodotti/086c01fa-4b03-41c3-b46d-eef724a1d1db/VolaillesdesLandes>
- Qualigeo (2011c), *Roquefort PDO* [online]. [Geciteerd 15 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.qualigeo.eu/prodotti/c59b37ec-111b-4a99-a00b-e78d428bc246/Roquefort>
- Raagmaa, G. (2002), *Regional identity in regional development and planning*. *European Planning Studies*, Vol 10, pp. 55-76.
- Radio 1 (2007), *K3-vlees (en andere 'ongelukkige' merknamen)* [online]. [Geciteerd 30 november 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.radio1.be/programmas/pepi/170129>
- Ray, C. (1996a), *Local rural development in the Western Isles, Skye and Lochalsh, and Brittany*. Unpublished PhD thesis. Welsh Institute of Rural Studies: University of Wales, Aberystwyth.
- Ray, C. (1996b), *Local rural development and the LEADER I Programme*. In M.C. Whitby and P. Allanson eds, *The rural economy and the British countryside*. London: Earthscan.
- Ray, C. (1998), *Culture, intellectual property and territorial rural development*, *Sociologia Ruralis*, Vol.38, pp. 1-19.
- Ritzer, G. (1998), *The McDonaldization thesis: explorations and extensions*. London: Sage.
- Roep, D. (2002), *Value of quality and region: the Waddengroep Foundation*, in: *Living Countrysides, rural development processes in Europe: the state of the art*. Elsevier bedrijfsinformatie: Doetinchem.
- Room, A. (1998), *History of branding*. In Hart, S. and Murphy, J., editors, *Brands*. Basingstoke: Macmillan, pp. 13-23.
- Rose, G. (2001), *Place and identity: a sense of place*. In: D. Massey & P. Jess (eds.), *A place in the world? Places, cultures and globalization*. New York: Oxford University Press Inc., pp. 87-132.
- Rusten, G. & R. John & U. Aarflot (2007), *Places through products and products through places: Industrial design and spatial symbols as sources of competitiveness*. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, vol. 61, 3, pp. 133-144.
- Ruiz Vega, A. (1988), *Analisis del consumidor en la CEE*. *Information Comercial Espanola* April, pp. 143-152.

- Scott, A. (1997), The cultural economy of cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 21, 2, pp. 323-339.
- Shurmer-Smith, P. (2002), Introduction. In: P. Shurmer-Smith (ed.), *Doing cultural geography*. London: Sage Publications, pp. 1-7.
- Simon, C. & P. Groote & P. Huigen (2001), Verstreking of ontstreking. *Rooilijn*, Vol.1, pp. 16-22.
- Strong, A.L. (1975), *Private Property and the Public Interest: The Brandywine Experience*. Johns Hopkins University Press: Baltimore.
- SPN (2010), Criteria & eisen [online]. [Geciteerd 17 september 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.erkendstreekproduct.nl/index.php/keurmerk/pagina-3>
- Storey, D. (2001), *Territory: the claiming of space*. Harlow: Pearson.
- Tempelman, S. (1999), Duiken in het duister: een gematigd constructivistische benadering van culturele identiteit. *Migrantenstudies*, vol.2, pp. 70-82.
- Tregear, A.E.J. (1998), Artisan producers in the UK food system: attributes and implications. To be presented at the Agricultural Economics Society annual conference, 25–28 March. University of Reading: Reading.
- Tregear, A. & S. Kuznesof & A. Moxey (1998), Policy initiatives for regional foods: some insights from consumer research. *Food Policy* 23. Vol.5, pp. 383-394.
- Tuan, Y.F. (1996), Space and place: humanistic perspective, in J. Agnew, D.N. Livingstone & A. Rogers.(Eds) *Human Geography. An Essential Anthology*. Oxford: Blackwell. pp. 444-457.
- Urry, J. (1995), *Consuming places*. London & New York: Routledge.
- Vaart, R. van der (2003), The Netherlands: a cultural region?. In: B. Gorp van, M. Hoff & H. Renes (eds.) (2003), *Dutch windows. Cultural geographical essays on The Netherlands*. Utrecht: Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen, Universiteit Utrecht, pp. 21-32.
- Vakoufari, H. (2010), The impact of Ladotyri Mytilinis PDO cheese on the rural development of Lesvos island, Greece. *Local Environment*, Vol. 15, 1, pp. 27-41.
- Vlieghe, M. de (2005), The Myth of the Scandinavian Model [online]. [Geciteerd 8 februari 2011]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.brusselsjournal.com/node/510>
- Voisey, H. & T. O'Riordan (2001), Globalization and localization. In: T. O'Riordan (ed.), *Globalism, localism & identity. Fresh perspectives on the transition to sustainability*. London & Sterling: Earthscan, pp. 25-42.
- Volkskrant, de (2008), 21 oktober 2008, p. 8.
- Waddengoud (2010), Het keurmerk voor duurzame producten & diensten uit het Waddengebied [online]. [Geciteerd 20 september 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.waddengoud.nl/>
- Water, Land & Dijken (2010), Water, land & Dijken [online]. [Geciteerd 30 september 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.waterlandendijken.nl/index.php?m=O&item=176>
- WIPO (2007), International symposium on geographical indications [online]. [Geciteerd 30 september 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_bei_07/wipo_geo_bei_07_www_81757.doc
- WIPO (2010), World Intellectual Property Organization [online]. [Geciteerd 30 september 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/index.html>

World Intellectual Property Organization (2001), *WIPO Treaties – General Information* [online].
[Geciteerd 21 november 2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: from
www.wipo.int/treaties/en/general

Zúñiga, R & Raúl H. Green (1992), Las perspectivas del sistema agro-alimentario. Consumo, 3, pp.
36-44.

10. Bijlagen

Bijlage 1. Database van alle onderzochte streekproducten.

Productnaam	Land	Soort label	NUTS-2 regio	Institutionaliseringsgraad	Urbaan of Ruraal
Steirischer Kren	Oostenrijk	PGI	AT22	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Gailtaler Speck	Oostenrijk	PGI	AT21	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Marchfeldspargel	Oostenrijk	PGI	AT12	niet geinstitutionaliseerd	Ruraal
Tiroler Almkäse ; Tiroler Alpkäse	Oostenrijk	PDO	AT33	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Vorarlberger Alpkäse	Oostenrijk	PDO	AT34	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Tiroler Bergkäse	Oostenrijk	PDO	AT33	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Vorarlberger Bergkäse	Oostenrijk	PDO	AT34	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Waldviertler Graumohn	Oostenrijk	PDO	AT12	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Tiroler Speck	Oostenrijk	PGI	AT33	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Gailtaler Almkäse	Oostenrijk	PDO	AT21	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Tiroler Graukäse	Oostenrijk	PDO	AT33	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Steirisches Kürbiskernöl	Oostenrijk	PGI	AT22	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Wachauer Marille	Oostenrijk	PDO	AT12	niet geinstitutionaliseerd	Ruraal
Vlaams-Brabantse tafeldruif	België	PDO	BE24	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Brussels grondwitloof	België	PGI	BE1	geinstitutionaliseerd	Urbaan
Gentse azalea	België	PGI	BE23	geinstitutionaliseerd	Urbaan
Geraardsbergse mattentaart	België	PGI	BE23	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Fromage de Herve	België	PDO	BE33	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Beurre d'Ardenne	België	PDO	BE34	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Pâté gaumais	België	PGI	BE34	niet geinstitutionaliseerd	Ruraal
Jambon d'Ardenne	België	PGI	BE34	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Loukoumi Geroskipou	Cyprus	PGI	CY00	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Olomoucké tvarůžky	Tsjechië	PGI	CZ04	geinstitutionaliseerd	Urbaan
Jihočeská Zlatá Niva	Tsjechië	PGI	CZ06	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Jihočeská Niva	Tsjechië	PGI	CZ06	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Černá Hora	Tsjechië	PGI	CZ06	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Březnický ležák	Tsjechië	PGI	CZ02	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Brněnské pivo ; Starobrněnské pivo	Tsjechië	PGI	CZ06	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mariánskolázeňské oplatky	Tsjechië	PGI	CZ04	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Znojemské pivo	Tsjechië	PGI	CZ06	geinstitutionaliseerd	Urbaan
České pivo	Tsjechië	PGI	CZ0 (Heel Tsjechie)	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Všestarská cibule	Tsjechië	PDO	CZ05	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Chamomilla bohémica	Tsjechië	PDO	CZ01 t/m CZ05	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Chodské pivo	Tsjechië	PGI	CZ03	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Český kmín	Tsjechië	PDO	CZ0 (Heel Tsjechie)	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Hořické trubičky	Tsjechië	PGI	CZ05	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Nošovické kysané zelí	Tsjechië	PDO	CZ08	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Pardubický perník	Tsjechië	PGI	CZ05	geinstitutionaliseerd	Urbaan
Třeboňský kapr	Tsjechië	PGI	CZ03	niet geinstitutionaliseerd	Ruraal
Lomnické suchary	Tsjechië	PGI	CZ05	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Karlovarský suchar	Tsjechië	PGI	CZ04	geinstitutionaliseerd	Urbaan
Pohořelický kapr	Tsjechië	PDO	CZ06	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Žatecký chmel	Tsjechië	PDO	CZ04	geinstitutionaliseerd	Urbaan
Štramberské uši	Tsjechië	PGI	CZ08	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan

Budějovické pivo	Tsjechië	PGI	CZ03	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Budějovický měšťanský var	Tsjechië	PGI	CZ03	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Českobudějovické pivo	Duitsland	PGI	CZ03	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Aachener Printen	Duitsland	PGI	DEA2	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Allgäuer Bergkäse	Duitsland	PDO	DE14 & DE27	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Ruraal
Allgäuer Emmentaler	Duitsland	PDO	DE14 & DE27	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Ruraal
Altenburger Ziegenkäse	Duitsland	PDO	DEG	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Ammerländer Dielenrauchschinken ; Ammerländer Katenschinken	Duitsland	PGI	DE94	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Ammerländer Schinken ; Ammerländer Knochenschinken	Duitsland	PGI	DE94	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Bad Hersfelder Naturquell	Duitsland	PDO	DE73	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Bad Pyrmont	Duitsland	PDO	DE92	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Bayerischer Meerrettich ; Bayerischer Kren	Duitsland	PGI	DE21 & DE22 & DE 23 & DE24 & DE25 & DE26 & DE27	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Bayerisches Bier	Duitsland	PGI	DE21 & DE22 & DE 23 & DE24 & DE25 & DE26 & DE27	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Birresborner	Duitsland	PDO	DEB3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Bissinger Auerquelle	Duitsland	PDO	DE27	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Blankenburger Wiesenquell	Duitsland	PDO	DEE0	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Bremer Bier	Duitsland	PGI	DE50	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Bremer Klaben	Duitsland	PGI	DE50	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Caldener Mineralbrunnen	Duitsland	PDO	DE73	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Diepholzer Moorschnucke	Duitsland	PDO	DE92	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Dortmunder Bier	Duitsland	PGI	DEA5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Dresdner Christstollen / Dresdner Stollen/ Dresdner Weihnachtsstollen	Duitsland	PGI	DED2	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Ensinger Mineralquelle	Duitsland	PDO	DE11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Feldsalat von der Insel Reichenau	Duitsland	PGI	DE11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Felsenquelle Beiseförth	Duitsland	PDO	DE73	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Graf Meinhard Quelle Gießen	Duitsland	PDO	DE73	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Greußener Salami	Duitsland	PGI	DEG	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Gurken von der Insel Reichenau	Duitsland	PGI	DE11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Gögginger Bier	Duitsland	PGI	DE11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Göppinger Quelle	Duitsland	PDO	DE11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Haaner Felsenquelle	Duitsland	PDO	DEA1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Halberstädter Würstchen	Duitsland	PGI	DEE0	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Haltern-Quelle	Duitsland	PDO	DEA3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Hessischer Apfelwein	Duitsland	PGI	DE71 & DE72 & DE73	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Hessischer Handkäse / Hessischer Handkäs	Duitsland	PGI	DE71 & DE72 & DE73	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Hofer Bier	Duitsland	PGI	DE24	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Holsteiner Karpfen	Duitsland	PGI	DEF0	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Hopfen aus der Hallertau	Duitsland	PGI	DE21 & DE22	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Streek)	Semi-urbaan
Höllen-Sprudel	Duitsland	PDO	DE24	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Ruraal
Katlenburger Burgbergquelle	Duitsland	PDO	DE91	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Kulmbacher Bier	Duitsland	PGI	DE24	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Kölsch	Duitsland	PGI	DEA2	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Lausitzer Leinöl	Duitsland	PGI	DE41 & DE42 & DED1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Historische regio)	Ruraal
Leisslinger Mineralbrunnen	Duitsland	PDO	DEE2	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Lübecker Marzipan	Duitsland	PGI	DEF0	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Lüneburger Heidekartoffeln	Duitsland	PGI	DE93	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Lüneburger Heidschnucke	Duitsland	PDO	DE93	geïstitutionaliseerd	Urbaan

Mainfranken Bier	Duitsland	PGI	DE26	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Urbaan
Meißner Fummel	Duitsland	PGI	DED2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Münchener Bier	Duitsland	PGI	DE21	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Nieheimer Käse	Duitsland	PGI	DEA4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Nürnberger Bratwürste ; Nürnberger Rostbratwürste	Duitsland	PGI	DE25	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Nürnberger Lebkuchen	Duitsland	PGI	DE25	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Oberpfälzer Karpfen	Duitsland	PGI	DE23	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Odenwälder Frühstückskäse	Duitsland	PDO	DE11 & DE12 & DE26 & DE71	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (berggebied)	Ruraal
Reuther Bier	Duitsland	PGI	DE23	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Rhenser Mineralbrunnen	Duitsland	PDO	DEA1 & DEA1 & DEA3 & DEA4 & DEA5	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (riviergebied)	Semi-urbaan
Rieser Weizenbier	Duitsland	PGI	DE27	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (meteorietinslag)	Semi-urbaan
Rilchinger Amandus-Quelle	Duitsland	PDO	DECO	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Rilchinger Gräfin Mariannen-Quelle	Duitsland	PDO	DECO	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Salate von der Insel Reichenau	Duitsland	PGI	DE11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Salzwedeler Baumkuchen	Duitsland	PGI	DEE0	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Schrobenhausener Spargel/Spargel aus dem Schrobenhausener Land/Spargel aus dem Anbaugebiet Schrobenhausen	Duitsland	PGI	DE21	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Schwarzwaldforelle	Duitsland	PGI	DE12 & DE13	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (berggebied)	Semi-urbaan
Schwarzwälder Schinken	Duitsland	PGI	DE12 & DE13	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (berggebied)	Semi-urbaan
Schwollener Sprudel	Duitsland	PDO	DEB1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Schwäbisch-Hällisches Qualitätsschweinefleisch	Duitsland	PGI	DE11 & DE12 & DE13 & DE14 & DE27	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Historische regio)	Semi-urbaan
Schwäbische Maultaschen ; Schwäbische Suppenmaultaschen	Duitsland	PGI	DE11 & DE12 & DE13 & DE14 & DE27	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Historische regio)	Semi-urbaan
Siegsdorfer Petrusquelle	Duitsland	PDO	DE21	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Spreewälder Gurken	Duitsland	PGI	DE42	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (natuurgebied)	Ruraal
Spreewälder Meerrettich	Duitsland	PGI	DE42	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (natuurgebied)	Ruraal
Steinsieker Mineralwasser	Duitsland	PDO	DEA4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Tettlinger Hopfen	Duitsland	PGI	DE14	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Thüringer Leberwurst	Duitsland	PGI	DEG0	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Thüringer Rostbratwurst	Duitsland	PGI	DEG0	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Thüringer Rotwurst	Duitsland	PGI	DEG0	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Tomaten von der Insel Reichenau	Duitsland	PGI	DE11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Vesalia-Quelle	Duitsland	PDO	DEA1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Wernesgrüner Bier	Duitsland	PGI	DED1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Wernigeröder Mineralbrunnen	Duitsland	PDO	DEE0	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Wildenrath-Quelle	Duitsland	PDO	DEA2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Esrom	Denemarken	PGI	DKOO (Heel Denemarken)	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Danablu	Denemarken	PGI	DKOO (Heel Denemarken)	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Lammefjordsgulerod	Denemarken	PGI	DK02	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Aceite Campo de Montiel	Spanje	PDO	ES42	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Aceite Monterrubio	Spanje	PDO	ES43	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Aceite de La Alcarria	Spanje	PDO	ES42	Beetj	Ruraal
Aceite de Mallorca ; Aceite mallorquín ; Oli de Mallorca ; Oli mallorquí	Spanje	PDO	ES53	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Aceite de Terra Alta ; Oli de Terra Alta	Spanje	PDO	ES51	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal

Aceite de la Rioja	Spanje	PDO	ES23	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Aceite del Baix Ebre-Montsià ; Oli del Baix Ebre-Montsià	Spanje	PDO	ES51	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Aceite del Bajo Aragón	Spanje	PDO	ES24	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Afuega'l Pitu	Spanje	PDO	ES12	niet geïstitutionaliseerd (geen regionaam)	Semi-urbaan
Ajo Morado de Las Pedroñeras	Spanje	PGI	ES42	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Alcachofa de Benicarló ; Carxofa de Benicarló	Spanje	PDO	ES52	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Alcachofa de Tudela	Spanje	PGI	ES22	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Alfajor de Medina Sidonia	Spanje	PGI	ES61	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Alubia de La Bãeza-León	Spanje	PGI	ES41	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Antequera	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Arroz de Valencia ; Arròs de València	Spanje	PDO	ES52	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Arroz del Delta del Ebro ; Arròs del Delta de l'Ebre	Spanje	PDO	ES51	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Arzúa-Ulloa	Spanje	PDO	ES11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Avellana de Reus	Spanje	PDO	ES51	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Azafrán de la Mancha	Spanje	PDO	ES42	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Baena	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Berenjena de Almagro	Spanje	PGI	ES42	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Botillo del Bierzo	Spanje	PGI	ES41	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Caballa de Andalucía	Spanje	PGI	ES61	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cabrales	Spanje	PDO	ES12	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Calasparra	Spanje	PDO	ES62	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Calçot de Valls	Spanje	PGI	ES51	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Carne de Cantabria	Spanje	PGI	ES13	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Carne de Morucha de Salamanca	Spanje	PGI	ES41	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Carne de Vacuno del País Vasco ; Euskal Okela	Spanje	PGI	ES21	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Carne de la Sierra de Guadarrama	Spanje	PGI	ES30	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Carne de Ávila	Spanje	PGI	ES41	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Castaña de Galicia	Spanje	PGI	ES11	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cebreiro	Spanje	PDO	ES11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Cecina de León	Spanje	PGI	ES41	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Cereza del Jerte	Spanje	PDO	ES43	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Cerezas de la Montaña de Alicante	Spanje	PGI	ES52	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Chirimoya de la Costa tropical de Granada-Malaga	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Chorizo Riojano	Spanje	PGI	ES23	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Chufa de Valencia	Spanje	PDO	ES52	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Clementinas de las Tierras del Ebro ; Clementines de les Terres de l'Ebre	Spanje	PGI	ES51	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Coliflor de Calahorra	Spanje	PGI	ES23	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cordero Manchego	Spanje	PGI	ES42	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cordero de Navarra ; Nafarroako Arkumea	Spanje	PGI	ES22	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cítricos Valencianos ; Cítrics Valencians	Spanje	PGI	ES52	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Dehesa de Extremadura	Spanje	PDO	ES43	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Ensaïmada de Mallorca ; Ensaïmada mallorquina	Spanje	PGI	ES53	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Espárrago de Huétor-Tájar	Spanje	PGI	ES61	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Espárrago de Navarra	Spanje	PGI	ES22	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Estepa	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Faba Asturiana	Spanje	PGI	ES12	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Faba de Lourenzà	Spanje	PGI	ES11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Gamoneu ; Gamonedo	Spanje	PDO	ES12	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Garbanzo de Fuentesauco	Spanje	PGI	ES41	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Gata-Hurdes	Spanje	PDO	ES43	geïstitutionaliseerd	Ruraal

Grellos de Galicia	Spanje	PGI	ES11	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Guijuelo	Spanje	PDO	ES41	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Idiazábal	Spanje	PDO	ES21	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Jamón de Huelva	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Urbain
Jamón de Teruel	Spanje	PDO	ES24	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Jamón de Trevélez	Spanje	PGI	ES61	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Jijona	Spanje	PGI	ES52	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Judías de El Barco de Ávila	Spanje	PGI	ES41	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Kaki Ribera del Xúquer	Spanje	PDO	ES52	niet geïstitutionaliseerd	Ruraal
Lacón Gallego	Spanje	PGI	ES11	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Lechazo de Castilla y León	Spanje	PGI	ES41	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Lenteja Pardina de Tierra de Campos	Spanje	PGI	ES41	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Lenteja de La Armuña	Spanje	PGI	ES41	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Les Garrigues	Spanje	PDO	ES51	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Los Pedroches	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Mahón-Menorca	Spanje	PDO	ES53	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mantecadas de Astorga	Spanje	PGI	ES41	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mantequilla de Soria	Spanje	PDO	ES41	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Mantequilla de l'Alt Urgell y la Cerdanya ; Mantega de l'Alt Urgell i la Cerdanya	Spanje	PDO	ES51	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Manzana Reineta del Bierzo	Spanje	PDO	ES41	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Manzana de Girona ; Poma de Girona	Spanje	PGI	ES51	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mazapán de Toledo	Spanje	PGI	ES42	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mejillón de Galicia ; Mexillón de Galicia	Spanje	PDO	ES11	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Melocotón de Calanda	Spanje	PDO	ES24	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Melva de Andalucía	Spanje	PGI	ES61	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Melón de la Mancha	Spanje	PGI	ES42	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Miel de Galicia ; Mel de Galicia	Spanje	PGI	ES11	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Miel de Granada	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Urbain
Miel de La Alcarria	Spanje	PDO	ES42	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Montes de Granada	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Urbain
Montes de Toledo	Spanje	PDO	ES42	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Montes de Toledo	Spanje	PDO	ES42	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Montoro-Adamuz	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Nisperos Callosa d'En Sarriá	Spanje	PDO	ES52	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pan de Cea	Spanje	PGI	ES11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pan de Cruz de Ciudad Real	Spanje	PGI	ES42	geïstitutionaliseerd	Urbain
Pataca de Galicia ; Patata de Galicia	Spanje	PGI	ES11	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Patatas de Prades ; Patates de Prades	Spanje	PGI	ES51	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pemento da Arnoia	Spanje	PGI	ES11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pemento de Herbón	Spanje	PDO	ES11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pemento de Oimbra	Spanje	PGI	ES11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pemento do Couto	Spanje	PGI	ES11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pera de Jumilla	Spanje	PDO	ES62	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Peras de Rincón de Soto	Spanje	PDO	ES23	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Picón Bejes-Tresviso	Spanje	PDO	ES13	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pimentón de Murcia	Spanje	PDO	ES62	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pimentón de la Vera	Spanje	PDO	ES43	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pimiento Asado del Bierzo	Spanje	PGI	ES41	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pimiento Riojano	Spanje	PGI	ES23	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan

Pimiento de Gernika or Gernikako Piperra	Spanje	PGI	ES21	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pimientos del Piquillo de Lodosa	Spanje	PDO	ES22	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pollo y Capón del Prat	Spanje	PGI	ES51	geïstitutionaliseerd	Urbain
Poniente de Granada	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Urbain
Priego de Córdoba	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Urbain
Queso Ibores	Spanje	PDO	ES43	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Queso Majorero	Spanje	PDO	ES70	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Queso Manchego	Spanje	PDO	ES42	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Queso Nata de Cantabria	Spanje	PDO	ES13	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Queso Palmero ; Queso de la Palma	Spanje	PDO	ES13	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Queso Tetilla	Spanje	PDO	ES11	niet geïstitutionaliseerd (geen regionaam)	Semi-urbaan
Queso Zamorano	Spanje	PDO	ES41	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Queso de Flor de Guía / Queso de Media Flor de Guía / Queso de Guía	Spanje	PDO	ES70	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Queso de La Serena	Spanje	PDO	ES43	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Queso de Murcia	Spanje	PDO	ES62	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Queso de Murcia al vino	Spanje	PDO	ES62	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Queso de Valdeón	Spanje	PGI	ES41	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Queso de l'Alt Urgell y la Cerdanya	Spanje	PDO	ES51	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Quesucos de Liébana	Spanje	PDO	ES13	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Roncal	Spanje	PDO	ES22	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Salchichón de Vic ; Llonganissa de Vic	Spanje	PGI	ES51	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
San Simón da Costa	Spanje	PDO	ES11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Sidra de Asturias ; Sidra d'Asturies	Spanje	PDO	ES12	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Sierra Mágina	Spanje	PDO	ES61	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Sierra de Cazorla	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Sierra de Cádiz	Spanje	PDO	ES61	geïstitutionaliseerd	Urbain
Sierra de Segura	Spanje	PDO	ES61	niet geïstitutionaliseerd	Ruraal
Siurana	Spanje	PDO	ES51	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Sobao Pasiego	Spanje	PGI	ES13	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Sobrasada de Mallorca	Spanje	PGI	ES53	geïstitutionaliseerd	Urbain
Tarta de Santiago	Spanje	PGI	ES11	geïstitutionaliseerd	Urbain
Ternasco de Aragón	Spanje	PGI	ES24	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Tenera Asturiana	Spanje	PGI	ES12	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Tenera Gallega	Spanje	PGI	ES11	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Tenera de Extremadura	Spanje	PGI	ES43	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Tenera de Navarra ; Nafarroako Aratxea	Spanje	PGI	ES22	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Torta del Casar	Spanje	PDO	ES43	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Turrón de Agramunt ; Torró d'Agramunt	Spanje	PGI	ES51	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Turrón de Alicante	Spanje	PGI	ES52	geïstitutionaliseerd	Urbain
Uva de mesa embolsada "Vinalopó"	Spanje	PDO	ES52	niet geïstitutionaliseerd (Rivier)	Semi-urbaan
Lapin Poron kuivailha	Finland	PDO	FI1A	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Lapin Poron liha	Finland	PDO	FI1A	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Kainuun rönttönen	Finland	PGI	FI13	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Lapin Puikula	Finland	PDO	FI1A	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Abondance	Frankrijk	PDO	FR71	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Agneau de Lozère	Frankrijk	PGI	FR81	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Agneau de Pauillac	Frankrijk	PGI	FR61	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Agneau de Sisteron	Frankrijk	PGI	FR82	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Agneau de l'Aveyron	Frankrijk	PGI	FR62	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Agneau du Bourbonnais	Frankrijk	PGI	FR72	gedeeltelijk	Semi-urbaan

				geïstitutionaliseerd	
Agneau du Limousin	Frankrijk	PGI	FR63	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Agneau du Poitou-Charentes	Frankrijk	PGI	FR53	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Agneau du Périgord	Frankrijk	PGI	FR61	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Agneau du Quercy	Frankrijk	PGI	FR62	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Ail blanc de Lomagne	Frankrijk	PGI	FR62	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Ail de la Drôme	Frankrijk	PGI	FR71	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Ail rose de Lautrec	Frankrijk	PGI	FR62	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Anchois de Collioure	Frankrijk	PGI	FR81	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Asperge des sables des Landes	Frankrijk	PGI	FR61	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Banon	Frankrijk	PDO	FR82	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Barèges-Gavamie	Frankrijk	PDO	FR62	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Beaufort	Frankrijk	PDO	FR71	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Bergamote(s) de Nancy	Frankrijk	PGI	FR41	geïstitutionaliseerd	Urbain
Beurre Charentes-Poitou ; Beurre des Charentes ; Beurre des Deux-Sèvres	Frankrijk	PDO	FR53	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Beurre d'Isigny	Frankrijk	PDO	FR25	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Bleu d'Auvergne	Frankrijk	PDO	FR72	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Bleu de Gex Haut-Jura ; Bleu de Septmoncel	Frankrijk	PDO	FR43	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Bleu des Causses	Frankrijk	PDO	FR62	niet geïstitutionaliseerd	Ruraal
Bleu du Vercors-Sassenage	Frankrijk	PDO	FR71	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Boudin blanc de Rethel	Frankrijk	PGI	FR21	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Brie de Meaux	Frankrijk	PDO	FR10	geïstitutionaliseerd	Urbain
Brie de Melun	Frankrijk	PDO	FR10	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Brioche vendéenne	Frankrijk	PGI	FR51	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Brocciu Corse ; Brocciu	Frankrijk	PDO	FR83	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Bœuf charolais du Bourbonnais	Frankrijk	PGI	FR72	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Bœuf de Bazas	Frankrijk	PGI	FR61	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Bœuf de Chalosse	Frankrijk	PGI	FR61	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Bœuf du Maine	Frankrijk	PGI	FR51	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Camembert de Normandie	Frankrijk	PDO	FR23 & FR25	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascoigne, Gers, Landes, Périgord, Quercy)	Frankrijk	PGI	FR61, FR62, FR63 & FR81	niet geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cantal ; Fourme de Cantal ; Cantalet	Frankrijk	PDO	FR72	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Chabichou du Poitou	Frankrijk	PDO	FR53	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Chaurce	Frankrijk	PDO	FR21	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Chasselas de Moissac	Frankrijk	PDO	FR62	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Chevrotin	Frankrijk	PDO	FR71	niet geïstitutionaliseerd (geen geografische naam)	Ruraal
Cidre de Bretagne ; Cidre Breton	Frankrijk	PGI	FR52	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cidre de Normandie ; Cidre Normand	Frankrijk	PGI	FR23 & FR25	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Clémentine de Corse	Frankrijk	PGI	FR83	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Coco de Paimpol	Frankrijk	PDO	FR52	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan (ondanks dat het maar 7.000 inwoners heeft, is het niet echt ruraal)
Comté	Frankrijk	PDO	FR43	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Coquille Saint-Jacques des Côtes d'Armor	Frankrijk	PGI	FR52	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cornouaille	Frankrijk	PDO	FR52	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Semi-urbaan
Crottin de Chavignol ; Chavignol	Frankrijk	PDO	FR24	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Crème d'Isigny	Frankrijk	PDO	FR25	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Crème fraîche fluide d'Alsace	Frankrijk	PGI	FR42	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Dinde de Bresse	Frankrijk	PDO	FR26, FR43 & FR71	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Semi-urbaan

Domfront	Frankrijk	PDO	FR25	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Emmental de Savoie	Frankrijk	PGI	FR71	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Emmental français est-central	Frankrijk	PGI	FR21, FR26, FR41, FR43 & FR71	niet geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Farine de Petit Epeautre de Haute Provence	Frankrijk	PGI	FR82	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Farine de blé noir de Bretagne/Farine de blé noir de Bretagne — Gwinizh du Breizh	Frankrijk	PGI	FR52	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Farine de châtaigne corse/Farina castagnina corsa	Frankrijk	PDO	FR83	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Foin de Crau	Frankrijk	PDO	FR82	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Crauvlakte)	Semi-urbaan
Fourme d'Ambert ; Fourme de Montbrison	Frankrijk	PDO	FR72	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Fourme de Montbrison	Frankrijk	PDO	FR71	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Fraise du Périgord	Frankrijk	PGI	FR61	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Génisse Fleur d'Aubrac	Frankrijk	PGI	FR62, FR72 & FR81	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (natuurgebied)	Ruraal
Haricot tarbais	Frankrijk	PGI	FR62	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Huile d'olive d'Aix-en-Provence	Frankrijk	PDO	FR82	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Huile d'olive de Corse ; Huile d'olive de Corse-Oliu di Corsica	Frankrijk	PDO	FR83	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Huile d'olive de Haute-Provence	Frankrijk	PDO	FR82	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Huile d'olive de Nice	Frankrijk	PDO	FR82	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Huile d'olive de Nyons	Frankrijk	PDO	FR71	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Huile d'olive de Nîmes	Frankrijk	PDO	FR81	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Huile d'olive de la Vallée des Baux-de-Provence	Frankrijk	PDO	FR82	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Huile essentielle de lavande de Haute-Provence	Frankrijk	PDO	FR82	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Huitres Marennes Oléron	Frankrijk	PGI	FR53	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Jambon de Bayonne	Frankrijk	PGI	FR61	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Jambon sec et noix de jambon sec des Ardennes	Frankrijk	PGI	FR21	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Kiwi de l'Adour	Frankrijk	PGI	FR61 & FR62	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Riviergebied)	Semi-urbaan
Laguiole	Frankrijk	PDO	FR62	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Langres	Frankrijk	PDO	FR21	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Lentille verte du Puy	Frankrijk	PDO	FR72	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Lentilles vertes du Berry	Frankrijk	PGI	FR24	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (provincie bestaat niet meer)	Semi-urbaan
Lingot du Nord	Frankrijk	PGI	FR30	geïstitutionaliseerd	Urbaan (of Semi-urbaan?)
Livarot	Frankrijk	PDO	FR25	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Maine - Anjou	Frankrijk	PDO	FR51	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Maroilles ; Marolles	Frankrijk	PDO	FR22	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Melon du Haut-Poitou	Frankrijk	PGI	FR53	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Melon du Quercy	Frankrijk	PGI	FR62	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Miel d'Alsace	Frankrijk	PGI	FR42	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Miel de Corse ; Mele di Corsica	Frankrijk	PDO	FR83	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Miel de Provence	Frankrijk	PGI	FR82	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (provincie bestaat niet meer)	Semi-urbaan
Miel de sapin des Vosges	Frankrijk	PDO	FR41	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mirabelles de Lorraine	Frankrijk	PGI	FR41	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mogette de Vendée	Frankrijk	PGI	FR51	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mont d'Or ; Vacherin du Haut-Doubs	Frankrijk	PDO	FR43	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Morbier	Frankrijk	PDO	FR43	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Moutarde de Bourgogne	Frankrijk	PGI	FR26	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Munster ; Munster-Géromé	Frankrijk	PDO	FR42	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Muscat du Ventoux	Frankrijk	PDO	FR82	niet geïstitutionaliseerd	Ruraal

				(Ventoux verwijst naar berg)	
Mâche nantaise	Frankrijk	PGI	FR51, FR52 & FR53	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (verwijst naar Riviergebied)	Semi-urbaan
Mâconnais	Frankrijk	PDO	FR26	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (wijnindistrict)	Semi-urbaan
Neufchâtel	Frankrijk	PDO	FR23	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Noix de Grenoble	Frankrijk	PDO	FR71	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Noix du Périgord	Frankrijk	PDO	FR61	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Oignon doux des Cévennes	Frankrijk	PDO	FR81	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (berggebied)	Ruraal
Olive de Nice	Frankrijk	PDO	FR82	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Olive de Nîmes	Frankrijk	PDO	FR81	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Olives cassées de la Vallée des Baux-de-Provence	Frankrijk	PDO	FR82	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Olives noires de Nyons	Frankrijk	PDO	FR71	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Olives noires de la Vallée des Baux de Provence	Frankrijk	PDO	FR82	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Ossau-Iraty	Frankrijk	PDO	FR61	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pays d'Auge ; Pays d'Auge-Cambremer	Frankrijk	PDO	FR25	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Petit Épeautre de Haute Provence	Frankrijk	PGI	FR82	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Picodon de l'Ardèche o Picodon de la Drôme	Frankrijk	PDO	FR71	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Piment d'Espelette ; Piment d'Espelette - Ezpeletako Biperra	Frankrijk	PDO	FR61	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pintadeau de la Drôme	Frankrijk	PGI	FR71	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Poireaux de Créances	Frankrijk	PGI	FR25	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pomme de terre de l'Île de Ré	Frankrijk	PDO	FR53	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pomme du Limousin	Frankrijk	PDO	FR63	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pommes de terre de Merville	Frankrijk	PGI	FR30	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pommes des Alpes de Haute Durance	Frankrijk	PGI	FR82	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Durance is rivier)	Ruraal
Pommes et poires de Savoie	Frankrijk	PGI	FR71	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pont-l'Évêque	Frankrijk	PDO	FR25	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Porc de Franche-Comté	Frankrijk	PGI	FR43	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Porc de Normandie	Frankrijk	PGI	FR23 & FR25	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Porc de Vendée	Frankrijk	PGI	FR51	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Porc de la Sarthe	Frankrijk	PGI	FR51	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Porc du Limousin	Frankrijk	PGI	FR63	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pouigny-Saint-Pierre	Frankrijk	PDO	FR24	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pruneaux d'Agen ; Pruneaux d'Agen mi-cuits	Frankrijk	PGI	FR61	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pâtes d'Alsace	Frankrijk	PGI	FR42	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pélarдон	Frankrijk	PDO	FR81	niet geïstitutionaliseerd (geen geografische naam)	Semi-urbaan
Raviole du Dauphiné	Frankrijk	PGI	FR71	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (provincie bestaat niet meer)	Semi-urbaan
Reblochon ; Reblochon de Savoie	Frankrijk	PDO	FR71	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Riz de Camargue	Frankrijk	PGI	FR82	niet geïstitutionaliseerd (moerasgebied)	Ruraal
Rocamadour	Frankrijk	PDO	FR62	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Roquefort	Frankrijk	PDO	FR62	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Saint-Nectaire	Frankrijk	PDO	FR72	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Sainte-Maure de Touraine	Frankrijk	PDO	FR24	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (provincie bestaat niet meer)	Semi-urbaan
Salers	Frankrijk	PDO	FR72	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Saucisse de Morteau / Jésus de Morteau	Frankrijk	PGI	FR43	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Selles-sur-Cher	Frankrijk	PDO	FR24	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Taureau de Camargue	Frankrijk	PDO	FR82	niet geïstitutionaliseerd (moerasgebied)	Ruraal

Tome des Bauges	Frankrijk	PDO	FR71	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (berggebied)	Ruraal
Tomme de Savoie	Frankrijk	PGI	FR71	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Tomme des Pyrénées	Frankrijk	PGI	FR61, FR62 & FR81	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (berggebied)	Ruraal
Valençay	Frankrijk	PDO	FR24	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Veau d'Aveyron et du Ségala	Frankrijk	PGI	FR62	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Veau du Limousin	Frankrijk	PGI	FR63	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Volailles d'Alsace	Frankrijk	PGI	FR42	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles d'Anceins	Frankrijk	PGI	FR51	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Volailles d'Auvergne	Frankrijk	PGI	FR72	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles de Bourgogne	Frankrijk	PGI	FR26	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles de Bresse	Frankrijk	PDO	FR26, FR43 & FR71	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Semi-urbaan
Volailles de Bretagne	Frankrijk	PGI	FR52	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles de Challans	Frankrijk	PGI	FR51	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles de Cholet	Frankrijk	PGI	FR51	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Volailles de Gascogne	Frankrijk	PGI	FR61 & FR62	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (provincie bestaat niet meer)	Semi-urbaan
Volailles de Houdan	Frankrijk	PGI	FR10	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Volailles de Janzé	Frankrijk	PGI	FR52	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Volailles de Licques	Frankrijk	PGI	FR30	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Volailles de Loué	Frankrijk	PGI	FR51	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Volailles de Normandie	Frankrijk	PGI	FR23 & FR25	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles de Vendée	Frankrijk	PGI	FR51	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles de l'Ain	Frankrijk	PGI	FR71	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles de l'Orléanais	Frankrijk	PGI	FR24	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Volailles de la Champagne	Frankrijk	PGI	FR21	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Volailles de la Drôme	Frankrijk	PGI	FR71	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles des Landes	Frankrijk	PGI	FR61	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Volailles du Berry	Frankrijk	PGI	FR24	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (provincie bestaat niet meer)	Semi-urbaan
Volailles du Béarn	Frankrijk	PGI	FR61	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (provincie bestaat niet meer)	Semi-urbaan
Volailles du Charolais	Frankrijk	PGI	FR26	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (provincie bestaat niet meer)	Semi-urbaan
Volailles du Forez	Frankrijk	PGI	FR71 & FR72	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (provincie bestaat niet meer)	Semi-urbaan
Volailles du Gatinais	Frankrijk	PGI	FR21 & FR24	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (provincie bestaat niet meer)	Ruraal
Volailles du Gers	Frankrijk	PGI	FR62	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Volailles du Languedoc	Frankrijk	PGI	FR81	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles du Lauragais	Frankrijk	PGI	FR62 & FR81	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Lauragais is een natuurlijke regio)	Semi-urbaan
Volailles du Maine	Frankrijk	PGI	FR51	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles du Val de Sèvres	Frankrijk	PGI	FR53	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Volailles du Velay	Frankrijk	PGI	FR72	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Volailles du plateau de Langres	Frankrijk	PGI	FR21	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Époisses	Frankrijk	PDO	FR26	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Œufs de Loué	Frankrijk	PGI	FR51	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Fava Santorinis PDO 09/10/2010	Griekenland	PDO	GR42	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Exeretiko Partheno Eleolado Selino Kritis PDO 12/05/2010	Griekenland	PDO	GR43	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Stafida Zakynthou PDO 31/05/2008	Griekenland	PDO	GR25	geïstitutionaliseerd	Ruraal

Exeretiko partheno eleolado "Trizinia" PDO 13/07/2007	Griekenland	PDO	GR25	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Agios Mattheos Kerkyras PGI 23/10/2004	Griekenland	PGI	GR22	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Fassolia Gigantes-Elefantes Kastorias PGI 12/08/2003	Griekenland	PGI	GR11	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Finiki Lakonias PDO 23/07/2003	Griekenland	PDO	GR25	niet geinstitutionaliseerd	Ruraal
Lesvos ; Mytilini PGI 15/05/2003	Griekenland	PGI	GR41	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Milo Kastorias PGI 22/11/2002	Griekenland	PGI	GR13	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Aktinidio Pierias PGI 22/11/2002	Griekenland	PGI	GR12	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Feta PDO 15/10/2002	Griekenland	PDO	Heel oost Griekenland	niet geinstitutionaliseerd	Ruraal
Exeretiko partheno eleolado Thrapsano PDO 11/07/2002	Griekenland	PDO	Gr43	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Patata Kato Nevrokopiou PGI 26/03/2002	Griekenland	PGI	GR11	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Kasseri PDO 13/07/2000	Griekenland	PDO	Heel Noordoost Griekenland	niet geinstitutionaliseerd	Ruraal
Krokos Kozanis PDO 20/02/1999	Griekenland	PDO	GR13	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Korinthiaki Stafida Vostitsa	Griekenland	PDO	GR25	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Samos	Griekenland	PGI	GR41	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Zakynthos	Griekenland	PGI	GR22	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Fassolia Gigantes Elefantas Prespon Florinas	Griekenland	PGI	GR13	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Fassolia (plake megalosperma) Prespon Florinas	Griekenland	PGI	GR13	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Apokoronas Chanion Kritis	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Sitia Lasithiou Kritis	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Rodakina Naoussas	Griekenland	PDO	GR12	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Fassolia kina Messosperma Kato Nevrokopiou	Griekenland	PGI	GR11	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Fassolia Gigantes Elefantas Kato Nevrokopiou	Griekenland	PGI	GR11	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Kalamata	Griekenland	PDO	GR25	geinstitutionaliseerd	Urbaan
Kolymvari Chanion Kritis	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mila Delicious Pilafa Tripoleos	Griekenland	PDO	GR25	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mastichelaio Chiou	Griekenland	PDO	GR41	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Kerassia Tragana Rodochoriou	Griekenland	PDO	GR13	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Konservolia Piliou Volou	Griekenland	PDO	GR14	geinstitutionaliseerd	Urbaan
Masticha Chiou	Griekenland	PDO	GR41	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Tsikla Chiou	Griekenland	PDO	GR41	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Fystiki Megaron	Griekenland	PDO	GR30	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Fystiki Eginas	Griekenland	PDO	GR30	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pichtogalo Chanion	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Koum kouat Kerkyras	Griekenland	PGI	GR22	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Throumpa Ampadias Rethymnis Kritis	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Portokalia Maleme Chanion Kritis	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Konservolia Stylidas	Griekenland	PDO	GR24	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Konservolia Amfissis	Griekenland	PDO	GR24	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Konservolia Rovion	Griekenland	PDO	GR24	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Throumpa Chiou	Griekenland	PDO	GR41	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Throumpa Thassou	Griekenland	PDO	GR11	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Konservolia Atalantis	Griekenland	PDO	GR24	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Avgotaracho Messolongiou	Griekenland	PDO	GR23	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Meli Elatis Menalou Vanilia	Griekenland	PDO	GR25	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Syka Vavronas Markopoulou Messongion	Griekenland	PGI	GR30	geinstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Konservolia Artas	Griekenland	PGI	GR21	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Tsakoniki Melitzana Leonidiou	Griekenland	PDO	GR25	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Elia Kalamatas	Griekenland	PDO	GR25	geinstitutionaliseerd	Urbaan

Peza Irakliou Kritis	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Vorios Mylopotamos Rethymnis Kritis	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Viannos Irakliou Kritis	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Lygourio Asklipiou	Griekenland	PDO	GR25	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Arxanes Irakliou Kritis	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Aktinidio Sperchiou	Griekenland	PDO	GR24	niet geinstitutionaliseerd	Ruraal
Mila Zagoras Piliou	Griekenland	PDO	GR14	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Xera syka Kymis	Griekenland	PDO	GR24	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Petrina Lakonias	Griekenland	PDO	GR25	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Kranidi Argolidas	Griekenland	PDO	GR25	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Krokees Lakonias	Griekenland	PDO	GR25	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Kelifoto fystiki Fthiotidas	Griekenland	PDO	GR24	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Formaella Arachovas Parnassou	Griekenland	PDO	GR24	geinstitutionaliseerd	Ruraal
San Michali	Griekenland	PDO	GR42	niet geinstitutionaliseerd (geen GI)	Ruraal
Metsovone	Griekenland	PDO	GR21	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Graviera Naxou	Griekenland	PDO	GR42	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Kalathaki Limnou	Griekenland	PDO	GR41	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Sfela	Griekenland	PDO	GR25	niet geinstitutionaliseerd (geen GI)	Ruraal
Anevato	Griekenland	PDO	GR13	niet geinstitutionaliseerd (geen GI)	Ruraal
Manouri	Griekenland	PDO	GR12 & GR13	niet geinstitutionaliseerd (geen GI)	Ruraal
Galotyri	Griekenland	PDO	GR21 & GR 22	niet geinstitutionaliseerd (geen GI)	Ruraal
Kefalograviera	Griekenland	PDO	GR13, GR21, GR23, GR24	niet geinstitutionaliseerd (geen GI)	Ruraal
Ladotyri Mytilinis	Griekenland	PDO	GR41	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Batzos	Griekenland	PDO	GR12, GR13 & GR14	niet geinstitutionaliseerd (geen GI)	Ruraal
Xynomyzithra Kritis	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Graviera Agrafon	Griekenland	PDO	GR14	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal
Kopanisti	Griekenland	PDO	GR42	niet geinstitutionaliseerd (geen GI)	Ruraal
Graviera Kritis	Griekenland	PDO	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Katiki Domokou	Griekenland	PDO	GR14	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Chania Kritis	Griekenland	PGI	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Olympia	Griekenland	PGI	GR23	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Kritiko paximadi	Griekenland	PGI	GR43	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Thassos	Griekenland	PGI	GR11	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Kefalonia	Griekenland	PGI	GR22	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Rodos	Griekenland	PGI	GR42	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Preveza	Griekenland	PGI	GR21	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Lakonia	Griekenland	PGI	GR25	geinstitutionaliseerd	Ruraal
Budapesti télszalámi	Hongarije	PGI	HU10	geinstitutionaliseerd	Urban
Csabai kolbász/Csabai vastagkolbász	Hongarije	PGI	HU33	geinstitutionaliseerd	Urban
Gyulai kolbász / Gyulai pároskolbász	Hongarije	PGI	HU33	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Hajdúsági torma	Hongarije	PDO	HU32	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Makói vöröshagyma ; Makói hagyma	Hongarije	PDO	HU33	geinstitutionaliseerd	Semi-urban
Szegedi fűszerpaprika-őrlemény/Szegedi paprika	Hongarije	PDO	HU33	geinstitutionaliseerd	Urban
Szegedi szalámi ; Szegedi télszalámi	Hongarije	PDO	HU33	geinstitutionaliseerd	Urban
Clare Island Salmon	Ierland	PGI	IE01	geinstitutionaliseerd (Het eiland heeft bijna geen inwoners, vooral toeristen)	Ruraal
Connemara Hill lamb ; Uain Sléibhe Chonamara	Ierland	PGI	IE01	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd (natuurgebied)	Ruraal
Imokilly Regato	Ierland	PDO	IE02	gedeeltelijk geinstitutionaliseerd	Ruraal

				(historische provincie)	
Timoleague Brown Pudding	Ierland	PGI	IE02	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Abbacchio Romano	Italië	PGI	ITE4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Acciughe sotto sale del Mar Ligure	Italië	PGI	ITC3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Aceto Balsamico di Modena	Italië	PGI	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Aceto balsamico tradizionale di Modena	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Aceto balsamico tradizionale di Reggio Emilia	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Aglio Bianco Polesano	Italië	PDO	ITD3	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Semi-urbaan
Aglio di Voghiera	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Agnello di Sardegna	Italië	PGI	ITG2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Alto Crotonese	Italië	PDO	ITF6	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Amarene Brusche di Modena	Italië	PGI	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Aprutino Pescarese	Italië	PDO	ITF1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Arancia Rossa di Sicilia	Italië	PGI	ITG1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Arancia del Gargano	Italië	PGI	ITF4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Ruraal
Asiago	Italië	PDO	ITD3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Asparago Bianco di Bassano	Italië	PDO	ITD3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Asparago bianco di Cimadolmo	Italië	PGI	ITD3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Asparago di Badoere	Italië	PGI	ITD3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Asparago verde di Altedo	Italië	PGI	ITD5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Basilico Genovese	Italië	PDO	ITC3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Bergamotto di Reggio Calabria - Olio essenziale	Italië	PDO	ITF6	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Bitto	Italië	PDO	ITC4	niet geïstitutionaliseerd (geen regionaam)	Semi-urbaan
Bra	Italië	PDO	ITC1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Bresaola della Valtellina	Italië	PGI	ITC4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (vallei)	Semi-urbaan
Brisighella	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Bruzio	Italië	PDO	ITF6	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Caciocavallo Silano	Italië	PDO	ITF6	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Canestrato Pugliese	Italië	PDO	ITF4	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Canestrato di Moliterno	Italië	PGI	ITF5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Canino	Italië	PDO	ITE4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Capocollo di Calabria	Italië	PDO	ITF6	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cappero di Pantelleria	Italië	PGI	ITG1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Carciofo Romanesco del Lazio	Italië	PGI	ITE4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Carciofo di Paestum	Italië	PGI	ITF3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Carota Novella di Ispica	Italië	PGI	ITG1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Carota dell'Altopiano del Fucino	Italië	PGI	ITF1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (polder)	Ruraal
Cartoceto	Italië	PDO	ITE3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Casatella Trevigiana	Italië	PDO	ITD3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Casciotta d'Urbino	Italië	PDO	ITE3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Castagna Cuneo	Italië	PGI	ITC01	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Castagna del Monte Amiata	Italië	PGI	ITE1	niet geïstitutionaliseerd (vulkaan)	Ruraal
Castagna di Montella	Italië	PGI	ITF3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Castagna di Vallerano	Italië	PDO	ITE4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Castelmagno	Italië	PDO	ITC1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Chianti Classico	Italië	PDO	ITE1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (wijnstreek)	Ruraal
Ciauscolo	Italië	PGI	ITE3	niet geïstitutionaliseerd (geen regionaam)	Semi-urbaan
Cilento	Italië	PDO	ITF3	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Ruraal

Ciliegia di Marostica	Italië	PGI	ITD3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cipolla Rossa di Tropea Calabria	Italië	PGI	ITF6	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cipollotto Nocerino	Italië	PDO	ITF3	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Ruraal
Clementine del Golfo di Taranto	Italië	PGI	ITF4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Clementine di Calabria	Italië	PGI	ITF6	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Collina di Brindisi	Italië	PDO	ITF4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Colline Pontine	Italië	PDO	ITE4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Semi-urbaan
Colline Salernitane	Italië	PDO	ITF3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Colline Teatine	Italië	PDO	ITF1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Colline di Romagna	Italië	PDO	ITD5	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Semi-urbaan
Coppa Piacentina	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Coppia Ferrarese	Italië	PGI	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Cotechino Modena	Italië	PGI	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Crudo di Cuneo	Italië	PDO	ITC01	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Culatello di Zibello	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Dauno	Italië	PDO	ITF4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Ruraal
Fagiolo Cannellino di Atina	Italië	PDO	ITE4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Fagiolo di Lamon della Vallata Bellunese	Italië	PGI	ITD3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Fagiolo di Sarconi	Italië	PGI	ITF5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Fagiolo di Sorana	Italië	PGI	ITE1	niet geïstitutionaliseerd (geen regionaam)	Semi-urbaan
Farina di Neccio della Garfagnana	Italië	PDO	ITE1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Ruraal
Farro della Garfagnana	Italië	PGI	ITE1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Ruraal
Farro di Monteleone di Spoleto	Italië	PDO	ITE2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Fico Bianco del Cilento	Italië	PDO	ITF3	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Ruraal
Ficodindia dell'Etna	Italië	PDO	ITG1	niet geïstitutionaliseerd (berg)	Ruraal
Fiore Sardo	Italië	PDO	ITG2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Fontina	Italië	PDO	ITC2	niet geïstitutionaliseerd (geen regionaam)	Ruraal
Formaggio di Fossa di Sogliano	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Formai de Mut dell'Alta Valle Brembana	Italië	PDO	ITC4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Vallei)	Ruraal
Fungo di Borgotaro	Italië	PGI	ITD5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Garda	Italië	PDO	ITD3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Gorgonzola	Italië	PDO	ITC4	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Grana Padano	Italië	PDO	ITC1, ITC4, ITD3 & ITD5	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (verwijst naar po-vlakte)	Semi-urbaan
Insalata di Lusia	Italië	PGI	ITD3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Irpina - Colline dell'Ufita	Italië	PDO	ITF3	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Ruraal
Kiwi Latina	Italië	PGI	ITE4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
La Bella della Daunia	Italië	PDO	ITF4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Ruraal
Laghi Lombardi	Italië	PDO	ITC4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Lametia	Italië	PDO	ITF6	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Lardo di Colonnata	Italië	PGI	ITE1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Lenticchia di Castelluccio di Norcia	Italië	PGI	ITE2	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Limone Costa d'Amalfi	Italië	PGI	ITF3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Limone Femminello del Gargano	Italië	PGI	ITF4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Ruraal
Limone Interdonato Messina	Italië	PGI	ITG1	geïstitutionaliseerd	Urbaan

Limone di Sorrento	Italië	PGI	ITF3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Lucca	Italië	PDO	ITE1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Marrone del Mugello	Italië	PGI	ITE1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Streek)	Ruraal
Marrone della Valle di Susa	Italië	PGI	ITC1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Vallei)	Ruraal
Marrone di Caprese Michelangelo	Italië	PDO	ITE1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Marrone di Castel del Rio	Italië	PGI	ITD5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Marrone di Combai	Italië	PGI	ITD3	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Ruraal
Marrone di Roccadaspide	Italië	PGI	ITF3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Marrone di San Zeno	Italië	PDO	ITD3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Marroni del Monfenera	Italië	PGI	ITD3	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Is geen letterlijke regionaam)	Ruraal
Mela Alto Adige ; Südtiroler Apfel	Italië	PGI	ITD1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mela Val di Non	Italië	PDO	ITD1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (vallei)	Ruraal
Mela di Valtellina	Italië	PGI	ITC4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (vallei)	Semi-urbaan
Melannurca Campana	Italië	PGI	ITF3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Melanzana Rossa di Rotonda	Italië	PDO	ITF5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Miele della Lunigiana	Italië	PDO	ITC3 & ITE1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Ruraal
Molise	Italië	PDO	ITF2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Montasio	Italië	PDO	ITD3	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (bergketen)	Ruraal
Monte Etna	Italië	PDO	ITG1	niet geïstitutionaliseerd (berg)	Ruraal
Monte Veronese	Italië	PDO	ITD3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Monti Iblei	Italië	PDO	ITG1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (berggebied)	Ruraal
Mortadella Bologna	Italië	PGI	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Mozzarella di Bufala Campana	Italië	PDO	ITF3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Murazzano	Italië	PDO	ITC1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Nocciola Romana	Italië	PDO	ITE4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Nocciola del Piemonte ; Nocciola Piemonte	Italië	PGI	ITC1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Nocciola di Giffoni	Italië	PGI	ITF3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Nocellara del Belice	Italië	PDO	ITG1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Vallei)	Semi-urbaan
Oliva Ascolana del Piceno	Italië	PDO	ITE3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pagnotta del Dittaino	Italië	PDO	ITG1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (rivier)	Semi-urbaan
Pancetta Piacentina	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Pancetta di Calabria	Italië	PDO	ITF6	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pane casareccio di Genzano	Italië	PGI	ITE4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Pane di Altamura	Italië	PDO	ITF4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Pane di Matera	Italië	PGI	ITF5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Parmigiano Reggiano	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Patata della Sila	Italië	PGI	ITF6	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Patata di Bologna	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Pecorino Romano	Italië	PDO	ITE4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Pecorino Sardo	Italië	PDO	ITG2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pecorino Siciliano	Italië	PDO	ITG1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pecorino Toscano	Italië	PDO	ITE1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pecorino di Filiano	Italië	PDO	ITF5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Peninsula Sorrentina	Italië	PDO	ITF3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Peperone di Pontecorvo	Italië	PDO	ITE4	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Peperone di Senise	Italië	PGI	ITF5	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pera dell'Emilia Romagna	Italië	PGI	ITD5	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan

				(historische regio)	
Pera mantovana	Italië	PGI	ITC4	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pesca di Leonforte	Italië	PGI	ITG1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pesca di Verona	Italië	PGI	ITD3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Pesca e Nettarina di Romagna	Italië	PGI	ITD5	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Semi-urbaan
Piave	Italië	PDO	ITD3	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Rivier)	Semi-urbaan
Pistacchio verde di Bronte	Italië	PDO	ITG1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pomodoro del Piennolo del Vesuvio	Italië	PDO	ITF3	niet geïstitutionaliseerd (Vulkaan)	Ruraal
Pomodoro S. Marzano dell'Agro Sarnese-Nocerino	Italië	PDO	ITF3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pomodoro di Pachino	Italië	PGI	ITG1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Pretuziano delle Colline Teramane	Italië	PDO	ITF1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Prosciutto Toscano	Italië	PDO	ITE1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Prosciutto Veneto Berico-Euganeo	Italië	PDO	ITD3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Prosciutto di Carpegna	Italië	PDO	ITE3	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Prosciutto di Modena	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Prosciutto di Norcia	Italië	PGI	ITE2	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Prosciutto di Parma	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Prosciutto di S. Daniele	Italië	PDO	ITD4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Prosciutto di Sauris	Italië	PGI	ITD4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Provolone Valpadana	Italië	PDO	ITC1, ITC4, ITD3 & ITD5	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (verwijst naar po-vlakte)	Semi-urbaan
Provolone del Monaco	Italië	PDO	ITF3	niet geïstitutionaliseerd (geen regionaam)	Semi-urbaan
Quartirolo Lombardo	Italië	PDO	ITC4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Radicchio Rosso di Treviso	Italië	PGI	ITD3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Radicchio Variegato di Castelfranco	Italië	PGI	ITD3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Radicchio di Chioggia	Italië	PGI	ITD3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Radicchio di Verona	Italië	PGI	ITD3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Ragusano	Italië	PDO	ITG1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Raschera	Italië	PDO	ITC1	niet geïstitutionaliseerd (komt van een klein meerje Raschera)	Ruraal
Ricciarelli di Siena	Italië	PGI	ITE1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Ricotta Romana	Italië	PDO	ITE4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Ricotta di Bufala Campana	Italië	PDO	ITF3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Riso Nano Vialone Veronese	Italië	PGI	ITD3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Riso del Delta del Po	Italië	PGI	ITC1, ITC4, ITD3 & ITD5	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (verwijst naar po-vlakte)	Semi-urbaan
Riso di Baraggia Biellese e Vercellese	Italië	PDO	ITC1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Riviera Ligure	Italië	PDO	ITC3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Robiola di Roccaverano	Italië	PDO	ITC1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Sabina	Italië	PDO	ITE2 & ITE4, ITF1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (landstreek)	Ruraal
Salame Brianza	Italië	PDO	ITC4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Semi-urbaan
Salame Cremona	Italië	PGI	ITC4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Salame Piacentino	Italië	PDO	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Salame S. Angelo	Italië	PGI	ITG1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Salame d'oca di Mortara	Italië	PGI	ITC4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Salame di Varzi	Italië	PDO	ITC4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Salamini italiani alla cacciatora	Italië	PDO	Heel Italië	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Salsiccia di Calabria	Italië	PDO	ITF6	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Sardegna	Italië	PDO	ITG2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan

Scalognò di Romagna	Italië	PGI	ITD5	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Semi-urbaan
Sedano Bianco di Sperlonga	Italië	PGI	ITE4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Soppressata di Calabria	Italië	PDO	ITF6	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Sopressa Vicentina	Italië	PDO	ITD3	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Speck dell'Alto Adige ; Südtiroler Markenspeck ; Südtiroler Speck	Italië	PGI	ITD1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Spresa delle Giudicarie	Italië	PDO	ITD2	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Vallei)	Ruraal
Stelvio ; Stifiser	Italië	PDO	ITD2	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Taleggio	Italië	PDO	ITC4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Tergeste	Italië	PDO	ITD4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Terra d'Otranto	Italië	PDO	ITF4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Terra di Bari	Italië	PDO	ITF4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Terre Tarentine	Italië	PDO	ITF4	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Terre di Siena	Italië	PDO	ITE1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Tinca Gobba Dorata del Pianalto di Poirino	Italië	PDO	ITC1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Toma Piemontese	Italië	PDO	ITC1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Toscano	Italië	PGI	ITE1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Tuscia	Italië	PDO	ITE4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Semi-urbaan
Umbria	Italië	PDO	ITE2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Uva da tavola di Canicatti	Italië	PGI	ITG1	geïstitutionaliseerd	Tussen
Uva da tavola di Mazzarrone	Italië	PGI	ITG1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Val di Mazara	Italië	PDO	ITG1	geïstitutionaliseerd	Tussen
Valdemone	Italië	PDO	ITG1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Valle d'Aosta Fromadzo	Italië	PDO	ITC2	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Valle d'Aosta Jambon de Bosses	Italië	PDO	ITC2	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Valle d'Aosta Lard d'Arnad	Italië	PDO	ITC2	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Valle del Belice	Italië	PDO	ITG1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Vallei)	Semi-urbaan
Valli Trapanesi	Italië	PDO	ITG1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Valtellina Casera	Italië	PDO	ITC4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (vallei)	Semi-urbaan
Vastedda della valle del Belice	Italië	PDO	ITG1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Vallei)	Semi-urbaan
Veneto Valpolicella, Veneto Euganei e Berici, Veneto del Grappa	Italië	PDO	ITD3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Vitellone bianco dell'Appennino Centrale	Italië	PGI	ITE2 & ITF1 & ITF2	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (berggebied)	Ruraal
Zafferano dell'Aquila	Italië	PDO	ITF1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Zafferano di San Gimignano	Italië	PDO	ITE1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Zafferano di Sardegna	Italië	PDO	ITG2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Zampone Modena	Italië	PGI	ITD5	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Beurre rose - Marque Nationale du Grand-Duché de Luxembourg	Luxemburg	PDO	LU00	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Miel - Marque nationale du Grand-Duché de Luxembourg	Luxemburg	PDO	LU00	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Salaisons fumées, marque nationale grand-duché de Luxembourg	Luxemburg	PGI	LU00	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Viande de porc, marque nationale grand-duché de Luxembourg	Luxemburg	PGI	LU00	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Gouda Holland	Nederland	PGI	NL33	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Edam Holland	Nederland	PGI	NL32	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Westlandse druif	Nederland	PGI	NL33	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Semi-urbaan
Kanterkaas ; Kanternagelkaas ; Kanterkomijnkaas	Nederland	PDO	NL11 & NL12	niet geïstitutionaliseerd (geen regionaam)	Ruraal
Boeren-Leidse met sleutels	Nederland	PDO	NL33	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Opperdoezer Ronde	Nederland	PDO	NL32	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Noord-Hollandse Gouda	Nederland	PDO	NL33	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Noord-Hollandse Edammer	Nederland	PDO	NL32	geïstitutionaliseerd	Ruraal

Redykółka	Polen	PDO	PL21 & PL22	niet geïnstitutionaliseerd (geen regionaam)	Semi-urbaan
Oscypek	Polen	PDO	PL21 & PL22	niet geïnstitutionaliseerd (geen regionaam)	Semi-urbaan
Bryndza Podhalańska	Polen	PDO	PL21 & PL22	gedeeltelijk geïnstitutionaliseerd (historische regio)	Ruraal
Podkarpacki miód spadziowy	Polen	PDO	PL32	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Wiśnia nadwiślanka	Polen	PDO	PL31	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Kielbasa lisiecka	Polen	PGI	PL21 & PL22	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Wielkopolski ser smażony	Polen	PGI	PL41	geïnstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Miód kurpiowski	Polen	PGI	PL12 & PL34	gedeeltelijk geïnstitutionaliseerd (historische regio)	Ruraal
Miód wrzosowy z Borów Dolnośląskich	Polen	PGI	PL43 & PL51	gedeeltelijk geïnstitutionaliseerd (historische regio)	Ruraal
Fasola korczyńska	Polen	PGI	PL33	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Śliwka szydłowska	Polen	PGI	PL33	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Jabłka łąckie	Polen	PGI	PL21	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Suska sechłowska	Polen	PGI	PL21	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Truskawka kaszubska lub Kaszëbskô malëna	Polen	PGI	PL63	gedeeltelijk geïnstitutionaliseerd (landstreek)	Ruraal
Obwarzanek krakowski	Polen	PGI	PI21	geïnstitutionaliseerd	Urbaan
Rogal świętomarciński	Polen	PGI	PL41	niet geïnstitutionaliseerd (geen regionaam)	Semi-urbaan
Andrutry kaliskie	Polen	PGI	PL41	geïnstitutionaliseerd	Urbaan
Alheira de Barroso-Montalegre	Portugal	PGI	PT11	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Alheira de Vinhais	Portugal	PGI	PT11	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Ameixa d'Elvas	Portugal	PDO	PT18	geïnstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Amêndoa Douro	Portugal	PDO	PT11	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Ananás dos Açores/São Miguel	Portugal	PDO	PT20	geïnstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Anona da Madeira	Portugal	PDO	PT30	geïnstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Arroz Carolino das Lezírias Ribatejanas	Portugal	PGI	PT18	geïnstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Azeite de Moura	Portugal	PDO	PT18	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Azeite de Trás-os-Montes	Portugal	PDO	PT11	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Azeite do Alentejo Interior	Portugal	PDO	PT18	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Azeites da Beira Interior (Azeite da Beira Alta, Azeite da Beira Baixa)	Portugal	PDO	PT16	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Azeites do Norte Alentejano	Portugal	PDO	PT18	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Azeites do Ribatejo	Portugal	PDO	PT18	gedeeltelijk geïnstitutionaliseerd (Historische regio)	Ruraal
Azeitona de conserva Negrinha de Freixo	Portugal	PDO	PT16	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Azeitonas de Conserva de Elvas e Campo Maior	Portugal	PDO	PT18	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Batata de Trás-os-Montes	Portugal	PGI	PT11	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Batata doce de Aljezur	Portugal	PGI	PT15	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Borrego Serra da Estrela	Portugal	PDO	PT16	gedeeltelijk geïnstitutionaliseerd (Berggebied)	Ruraal
Borrego Terrincho	Portugal	PDO	PT11	niet geïnstitutionaliseerd (naam van boerderij)	Ruraal
Borrego da Beira	Portugal	PGI	PT16	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Borrego de Montemor-o-Novo	Portugal	PGI	PT18	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Borrego do Baixo Alentejo	Portugal	PGI	PT18	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Borrego do Nordeste Alentejano	Portugal	PGI	PT18	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Butelo de Vinhais ; Bucho de Vinhais ; Chouriço de Ossos de Vinhais	Portugal	PGI	PT11	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Cabrito Transmontano	Portugal	PDO	PT11	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Cabrito da Beira	Portugal	PGI	PT16	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Cabrito da Gralheira	Portugal	PGI	PT11	geïnstitutionaliseerd	Ruraal
Cabrito das Terras Altas do Minho	Portugal	PGI	PT11	geïnstitutionaliseerd	Semi-urbaan

Cabrito de Barroso	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Cacholeira Branca de Portalegre	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Carnalentejana	Portugal	PDO	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Carne Arouquesa	Portugal	PDO	PT11	niet geïstitutionaliseerd (naam van koe)	Ruraal
Carne Barrosã	Portugal	PDO	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Carne Cachena da Peneda	Portugal	PDO	PT11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (natuurgebied)	Ruraal
Carne Marinhoa	Portugal	PDO	PT16	niet geïstitutionaliseerd (naam van een koe)	Ruraal
Carne Maronesa	Portugal	PDO	PT11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Bergegebied)	Ruraal
Carne Mertolenga	Portugal	PDO	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Carne Mirandesa	Portugal	PDO	PT11	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Carne da Charneca	Portugal	PDO	PT17	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Carne de Bovino Cruzado dos Lameiros do Barroso	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Carne de Bísaro Transmonano ; Carne de Porco Transmontano	Portugal	PDO	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Carne de Porco Alentejano	Portugal	PDO	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Carne dos Açores	Portugal	PGI	PT20	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Castanha Marvão-Portalegre	Portugal	PDO	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Castanha da Terra Fria	Portugal	PDO	PT11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Ruraal
Castanha de Padrela	Portugal	PDO	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Castanha dos Soutos da Lapa	Portugal	PDO	PT11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Bergegebied)	Ruraal
Cereja da Cova da Beira	Portugal	PGI	PT16	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Cereja de São Julião-Portalegre	Portugal	PDO	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Chouriça Doce de Vinhais	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Chouriça de Carne de Barroso-Montalegre	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Chouriça de Carne de Vinhais ; Linguiça de Vinhais	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Chouriço Azedo de Vinhais ; Azedo de Vinhais ; Chouriço de Pão de Vinhais	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Chouriço Mouro de Portalegre	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Chouriço de Abóbora de Barroso-Montalegre	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Chouriço de Carne de Estremoz e Borba	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Chouriço de Portalegre	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Chouriço grosso de Estremoz e Borba	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Citrinos do Algarve	Portugal	PGI	PT15	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cordeiro Bragançano	Portugal	PDO	PT11	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cordeiro de Barroso ; Anho de Barroso ; Cordeiro de leite de Barroso	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Farinheira de Estremoz e Borba	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Farinheira de Portalegre	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Linguiça de Portalegre	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Linguiça do Baixo Alentejo ; Chouriço de carne do Baixo Alentejo	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Lombo Branco de Portalegre	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Lombo Enguitado de Portalegre	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Maracujá dos Açores/S. Miguel	Portugal	PDO	PT20	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Maçã Bravo de Esmolfe	Portugal	PDO	PT16	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Maçã da Beira Alta	Portugal	PGI	PT16	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Maçã da Cova da Beira	Portugal	PGI	PT16	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Maçã de Alcobaça	Portugal	PGI	PT16	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Maçã de Portalegre	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Mel da Serra da Lousã	Portugal	PDO	PT16	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mel da Serra de Monchique	Portugal	PDO	PT15	geïstitutionaliseerd	Ruraal

Mel da Terra Quente	Portugal	PDO	PT11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Ruraal
Mel das Terras Altas do Minho	Portugal	PDO	PT11	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Mel de Barroso	Portugal	PDO	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Mel do Alentejo	Portugal	PDO	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Mel do Parque de Montezinho	Portugal	PDO	PT11	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Berggebied)	Ruraal
Mel do Ribatejo Norte (Serra d'Aire, Albufeira de Castelo de Bode, Bairro, Alto Nabão)	Portugal	PDO	PT18	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Historische regio)	Ruraal
Mel dos Açores	Portugal	PDO	PT20	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Morcele de Assar de Portalegre	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Morcele de Cozer de Portalegre	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Morcele de Estremoz e Borba	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Ovos Moles de Aveiro	Portugal	PGI	PT16	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Paia de Estremoz e Borba	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Paia de Lombo de Estremoz e Borba	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Paia de Toucinho de Estremoz e Borba	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Painho de Portalegre	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Paio de Beja	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Presunto de Barrancos	Portugal	PDO	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Presunto de Barroso	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Presunto de Camp Maior e Elvas ; Paleta de Campo Maior e Elvas	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Presunto de Santana da Serra ; Paleta de Santana da Serra	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Presunto de Vinhais / Presunto Bisaro de Vinhais	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Presunto do Alentejo ; Paleta do Alentejo	Portugal	PDO	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Pêra Rocha do Oeste	Portugal	PDO	PT18	niet geïstitutionaliseerd (geen regionaam)	Ruraal
Pêssego da Cova da Beira	Portugal	PGI	PT16	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Queijo Rabaçal	Portugal	PDO	PT16	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Queijo S. Jorge	Portugal	PDO	PT20	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Queijo Serpa	Portugal	PDO	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Queijo Serra da Estrela	Portugal	PDO	PT16	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Berggebied)	Ruraal
Queijo Terrincho	Portugal	PDO	PT11	niet geïstitutionaliseerd (naam van boerderij)	Ruraal
Queijo de Azeitão	Portugal	PDO	PT17	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Queijo de Nisa	Portugal	PDO	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Queijo de cabra Transmontano	Portugal	PDO	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Queijo de Évora	Portugal	PDO	PT18	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Queijo do Pico	Portugal	PDO	PT20	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Queijo mestiço de Tolosa	Portugal	PGI	PT18	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Queijos da Beira Baixa (Queijo de Castelo Branco, Queijo Amarelo da Beira Baixa, Queijo Picante da Beira Baixa)	Portugal	PDO	PT16	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Requeijão Serra da Estrela	Portugal	PDO	PT16	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Berggebied)	Ruraal
Salpicão de Barroso-Montalegre	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Salpicão de Vinhais	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Sangueria de Barroso-Montalegre	Portugal	PGI	PT11	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Vitela de Lafões	Portugal	PGI	PT16	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Kalix Ljörom	Zweden	PDO	SE08	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Bruna bñnor frñn Öland	Zweden	PGI	SE09	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Skånsk spettkaka	Zweden	PGI	SE04	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Svecia	Zweden	PGI	SEO (verwijst naar heel Zweden)	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Ekstra deviško oljčno olje Slovenske Istre	Slovenië	PDO	SI	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan

Prleška tünka	Slovenië	PGI	SI	Beejte (historische regio)	Ruraal
Slovenský oštiepok	Slowakije	PGI	SK01 & SK02 & SK03 & sk04 (Heel Slowakije)	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Slovenská bryndza	Slowakije	PGI	SK01 & SK02 & SK03 & sk04 (Heel Slowakije)	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Slovenská parenica	Slowakije	PGI	SK01 & SK02 & SK03 & sk04 (Heel Slowakije)	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Skalický trdelník	Slowakije	PGI	SK02	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Beacon Fell traditional Lancashire cheese	Groot-Brittanië	PDO	UKD4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (berggebied)	Ruraal
Traditional Grimsby Smoked Fish	Groot-Brittanië	PGI	UKE1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Swaledale cheese ; Swaledale ewes' cheese	Groot-Brittanië	PDO	UKE2	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Vallei)	Ruraal
Yorkshire Forced Rhubarb	Groot-Brittanië	PDO	UKE2 & UKE3 & UKE4	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Buxton blue	Groot-Brittanië	PDO	UKF1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Dovedale cheese	Groot-Brittanië	PDO	UKF1	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (Vallei)	Ruraal
Melton Mowbray Pork Pie	Groot-Brittanië	PGI	UKF2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Rutland Bitter	Groot-Brittanië	PGI	UKF2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Herefordshire cider/perry	Groot-Brittanië	PGI	UKG1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Worcestershire cider/perry	Groot-Brittanië	PGI	UKG1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Staffordshire Cheese	Groot-Brittanië	PDO	UKG2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
White Stilton cheese ; Blue Stilton cheese	Groot-Brittanië	PDO	UKH1	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Kentish ale and Kentish strong ale	Groot-Brittanië	PGI	UKJ4	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Whitstable oysters	Groot-Brittanië	PGI	UKJ4	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Single Gloucester	Groot-Brittanië	PDO	UKK1	geïstitutionaliseerd	Urbaan
Gloucestershire cider/perry	Groot-Brittanië	PGI	UKK1	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
West Country farmhouse Cheddar cheese	Groot-Brittanië	PDO	UKK1 & UKK2 & UKK3 & UKK4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (streek)	Ruraal
Dorset Blue Cheese	Groot-Brittanië	PGI	UKK2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Exmoor Blue Cheese	Groot-Brittanië	PGI	UKK2 & UKK4	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (natuurgebied)	Ruraal
Cornish Clotted Cream	Groot-Brittanië	PDO	UKK3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Cornish Sardines	Groot-Brittanië	PGI	UKK3	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Welsh Beef	Groot-Brittanië	PGI	UKL1 & UKL2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Welsh lamb	Groot-Brittanië	PGI	UKL1 & UKL2	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Scotch Beef	Groot-Brittanië	PGI	UKM1 & UKM2 & UKM3 & UKM4 (heel Schotland)	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Scotch Lamb	Groot-Brittanië	PGI	UKM1 & UKM2 & UKM3 & UKM4 (heel Schotland)	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Scottish Farmed Salmon	Groot-Brittanië	PGI	UKM1 & UKM2 & UKM3 & UKM4 (heel Schotland)	geïstitutionaliseerd	Semi-urbaan
Bonchester cheese	Groot-Brittanië	PDO	UKM2	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Arbroath Smokies	Groot-Brittanië	PGI	UKM2	geïstitutionaliseerd	Midden
Teviotdale Cheese	Groot-Brittanië	PGI	UKM2	gedeeltelijk geïstitutionaliseerd (historische regio)	Semi-urbaan
Orkney beef	Groot-Brittanië	PDO	UKM4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Orkney lamb	Groot-Brittanië	PDO	UKM4	geïstitutionaliseerd	Ruraal
Shetland Lamb	Groot-	PDO	UKM4	geïstitutionaliseerd	Ruraal

	Brittanië				
--	-----------	--	--	--	--