

LOS ESPACIOS PROTEGIDOS COMO OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE

CARLOS SUNYER LACHIONDO

*TERRA centro para la política ambiental
C/ Jorge Manrique 1
28420 La Navata. Madrid
www.terracentro.org*

RESUMEN

En contraposición a la opinión más extendida de que los espacios protegidos son un lastre para el desarrollo socioeconómico, en este artículo se exponen diversas oportunidades de mercado para los bienes y servicios que en ellos se generan. El mercado potencial y el creciente número de emprendedores que han sabido aprovecharlo así lo avalan. Es indudable que el exceso de cualquier actividad sobre un determinado espacio genera unos impactos ambientales y que la competencia por este nuevo nicho de mercado puede afectar a los beneficios de todos, tanto económicos como ambientales. El nuevo reto estará entonces en alcanzar la autorregulación.

INTRODUCCIÓN

En el análisis de los costes y beneficios económicos de un plan de gestión preparado por el Gobierno de Navarra para un LIC en el Pirineo (SUNYER *et al.* 2002), una de las principales actividades económicas era la ganadería con razas autóctonas de vacuno y ovino. Esta actividad se fundamentaba en el uso extensivo de pastizales comunales, de indudable valor histórico, paisajístico y ecológico. La producción, queso, leche y carne, eran de gran calidad. Sin embargo, el análisis detallado de la situación reveló una continua pérdida de rentabilidad, a la vez que aumentaba la dependencia de las ayudas directas de la política agrícola comunitaria. Estas llegaban a suponer el 87% del margen neto de cada vaca (Figura 1). Esta dependencia de las ayudas era aun mayor, pues los pastos recibían importantes subvenciones para su mantenimiento y mejora.

Algunos ganaderos intentaban contrarrestar la situación aumentando la cabaña, mientras que otros introducían razas alóctonas más productivas. Sin embargo, la tendencia predominante era el abandono de la actividad. Ante esta situación de crisis, similar a la de otros espacios protegidos, hay que preguntarse: ¿Son las subvenciones la única solución para el mantenimiento de la actividad?. En este artículo se exploran algunas potencialidades de los bienes y servicios generados en los espacios protegidos.

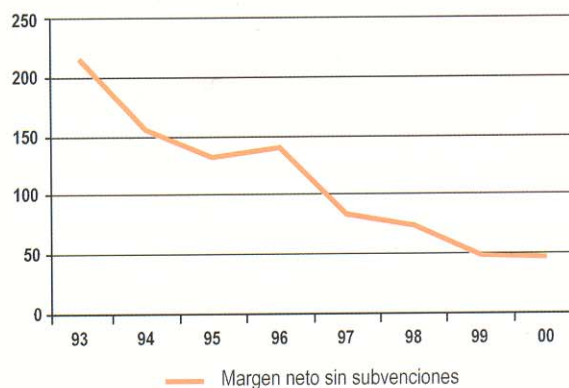


Figura 1. Margen neto de cada vaca sin contar las ayudas directas de la PAC (€/vaca)

EL VÍNCULO ENTRE CONSERVACIÓN Y DESARROLLO RURAL

La directiva hábitats, adoptada en 1992, tiene como objetivo la conservación de la biodiversidad en la Unión Europea. Una de las medidas que contempla para ello es la creación de la red Natura 2000, a la que España aportará 1276 espacios, que suman un total de 11,8 millones de hectáreas repartidas por todo el país (CE, 2004). Esta superficie supone el 23,5% del territorio nacional y un 30% de la misma ya está protegida por la legislación nacional (MÚGICA *et al.* 2003).



Para interpretar en toda su amplitud el objetivo de Natura 2000 es necesario tener en cuenta el artículo 2 de la directiva, que indica que las medidas que se hayan de aplicar para el desarrollo de la red deberán tener en cuenta las exigencias económicas, sociales y culturales, regionales y locales ¹.



Espacios que formarán parte de la red Natura 2000 (Ministerio de Medio Ambiente)

En este sentido hay que reseñar que son muchos los municipios de alguna manera ya afectados por un espacio protegido. En 1998 se estimó que unas 400.000 personas vivían en el interior de los espacios protegidos, y que en los 1.077 municipios afectados vivían más de 11 millones de personas (MÚGICA *et al.* 1998).

España es todavía uno de los países europeos con mayor superficie gestionada por sistemas agrícolas, ganaderos, forestales o pesqueros tradicionales, generalmente más compatibles con la conservación del medio natural (BALDOCK, 1994; HOOGEVEEN *et al.* 2004), lo que ha permitido conservar una gran diversidad de especies (DONAL *et al.* 2001; DÍAZ, *et al.* 2003).

Se establece así un estrecho vínculo entre conservación de la naturaleza y desarrollo socioeconómico. Es decir, la actividad económica de muchas personas está relacionada con la conservación de la biodiversidad.

La mayor parte de los espacios protegidos coinciden con las regiones socioeconómicamente más deprimidas del país. Con altas tasas de emigración, envejecimiento poblacional y pérdida de actividad. Se trata de un lento proceso con el que desaparecerá una cultura ancestral, vinculada a la conservación del medio natural y, con ello, a la conservación de muchos hábitats seminaturales, paisajes y especies.

Sin embargo, en estas regiones también se producen bienes y servicios de calidad con una demanda en alza: turismo rural, gastronomía, paisajes, caza, agricultura y ganadería ecológica, etc.

UNA OPORTUNIDAD PARA LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA DE CALIDAD

Nuestro país reúne buenas condiciones para las producciones agrícolas y ganaderas de calidad, considerando esta como calidad nutritiva y organoléptica, a la vez que respetuosas con el medio ambiente. Todavía hay muchas hectáreas de sistemas agropecuarios poco intensivos (HOOGEVEEN *et al.* 2004) y un importante patrimonio de razas autóctonas, de gran rusticidad y adaptadas al medio.

Aunque, tal como hemos ilustrado en la introducción, las producciones tradicionales de estos productos están en peligro de extinción, la evolución de su consumo y de los mercados lleva años en constante crecimiento.

La agricultura ecológica no tiene porqué estar relacionada con las producciones tradicionales ni estar directamente relacionada con la protección de la naturaleza, pero su evolución refleja el interés del mercado por los productos de calidad organoléptica y ambiental. Además existe buena información al respecto. Por ello la hemos elegido como ejemplo del potencial de algunas producciones agroalimentarias de nuestros espacios protegidos.

En la actualidad, la agricultura ecológica es el sector agrícola más dinámico de la Unión Europea, que además es el mercado más importante del mundo, con un crecimiento esperado en los próximos años entre el 15 y el 25% anual (YUSSEFR y WILLER, 2002).

En España este sector sigue una tendencia similar (Figura 2). En 2003 había 725.254 hectáreas, un 9 por ciento más que en el 2002, y 17.751 productores y 1.439 elaboradores. En los últimos años el sistema de producción se ha ampliado a otros sectores, como el ganadero, en donde se ha incrementado la superficie de cultivo destinada a su alimentación, el número de explotaciones ganaderas (1.751) y las industrias relacionadas con la producción animal (222). En 2003 se estimó un valor de comercialización de 235,65 millones de euros, un 36% superior al del año anterior (MAPA, 2004).

A pesar de este crecimiento, todavía es necesario romper la dicotomía entre producción-transformación y distribución, que hasta el momento constituye una fuga de valor añadido y, en consecuencia, de empleo.

1. Artículo 2 de la directiva hábitats (92/42/CEE), traspuesto al ordenamiento jurídico español mediante el artículo 1.2 del Real Decreto 1997/1995.

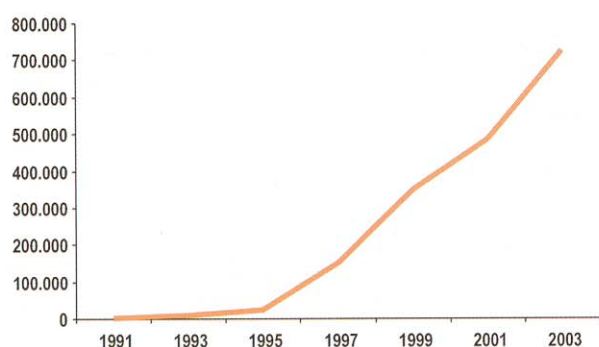


Figura 2. Evolución de la superficie de agricultura ecológica en España (Hectáreas)

Fuente: Ministerio de Agricultura, 2004

Además contribuye al encarecimiento de los productos ecológicos, que en la actualidad son entre un 50 y 100% más elevados que los de la agricultura tradicional (RIECHMANN, 2003). Por ello, el consumo en España es todavía minoritario, y exporta el 80-90% de la producción (RIECHMANN, 2003; MAPA, 2003).

El principal mercado mundial de agricultura ecológica está en la Unión Europea (YUSSEFR y WILLER, 2002), en donde destacan los países centroeuropeos (Tabla 1). Estos productos constituyen el 1% del consumo total de productos agrícolas de la UE, destacando Alemania, con un 2,5%, Dinamarca, con un 3% y Austria con un 5% de consumo total (Tabla 1). Los mercados coinciden con las regiones de mayor poder adquisitivo de la Unión Europea, en donde el consumidor está más preocupado por el medio ambiente. Es decir, un mercado con un gran potencial para absorber productos de calidad de elevado precio.

Tabla 1. Mercado de los productos ecológicos en los principales mercados de la UE

País	valor ventas 2003*	% sobre total	Crecimiento anual alimentos estimado 2003-05
Austria	325 - 375	2,0 - 2,5	5 - 10%
Alemania	2.800 - 3.100	1,7 - 2,2	5 - 10%
Bélgica	200 - 250	1,0 - 1,5	5 - 10%
Dinamarca	325 - 375	2,2 - 2,7	0 - 5%
Francia	1.200 - 1.300	1,0 - 1,5	5 - 10%
Irlanda	40 - 50	0,4	10 - 20%
Italia	1.250 - 1.400	1,0 - 1,5	5 - 15%
Países Bajos	425 - 475	1,0 - 1,5	5 - 10%
Reino Unido	1.440 - 1.750	1,5 - 2,0	10 - 15%
Suecia	350 - 400	1,5 - 2,0	10 - 15%

Datos en millones de euros.

Fuente: (ANÓNIMO, 2003)

Sin embargo, las producciones de estos países no son suficientes para atender a la demanda, por lo que son grandes importadores. Por ejemplo el Reino Unido necesita importar el 70% del consumo, Francia y Alemania el 50% (ANÓNIMO, 2003).

TURISMO Y OCIO

Durante las últimas décadas el desarrollo turístico se ha extendido hacia los espacios protegidos, que poco a poco se han visto convertidos en espacios de ocio y recreación. Este uso recreativo de los espacios naturales contribuye a reactivar la iniciativa inversora en las zonas de menor desarrollo económico, ofreciendo alternativas de desarrollo y empleo a la población local.

Por ello, las iniciativas turísticas sostenibles se contemplan como una de las alternativas más viables para lograr simultáneamente objetivos económicos y ambientales en estas zonas.

La mayoría de los espacios protegidos están abiertos al público, y las distintas modalidades de turismo utilizan estos espacios de manera más o menos intensiva, como por ejemplo el turismo científico, el eco-turismo, el turismo de la naturaleza y el deportivo. Por lo general, el turismo tiene lugar en las zonas de menor protección de estos espacios (zonas de amortiguación), mientras que las zonas centrales suelen estar reservadas a la conservación.

Todavía son escasas las estadísticas sobre el ecoturismo. En cualquier caso los expertos coinciden en que aquellos tipos de turismo que pueden ser considerados como de naturaleza, están en continuo crecimiento y este seguirá en el futuro. Las pocas cifras existentes sobre el ecoturismo en España indican que en los últimos años ha tenido un crecimiento sostenido del 26%.

Estos incrementos son particularmente importantes en los espacios protegidos, que actúan como un recurso turístico de primera magnitud. Los turistas son conscientes del valor de los espacios protegidos, como los parques nacionales. Por ejemplo, en Alemania, principal origen de los turistas que vienen a España, algunos estudios indican que el 72% de los alemanes prefiere pasar sus vacaciones en regiones en las que hay un parque nacional (EMNID, 1999), y entre el 15 y el 20% viajan a una región sólo a causa de la presencia de un parque nacional (UMWELTSTIFTUNG WWF-DEUTSCHLAND, 1999). Es decir, los espacios protegidos funcionan como un sello de calidad. Otra investigación sobre la percepción del producto turístico español en Europa, señala la naturaleza y el paisaje, en el tercer lugar como razón de su interés por España,



únicamente superado por el "sol, clima y playa". (MCYT, 1999).

Por ello no es de extrañar que el número de visitantes en los espacios protegidos no haya dejado de aumentar. Se ha estimado que en 1973 los espacios protegidos españoles recibieron 4,2 millones de visitantes, cifra que aumentó a 20 millones en 1982 y 44 en 1996 (MUGICA *et al.* 1998; EGMASA, 2003) (Figura 3).

Los turistas generan un importante flujo económico. Cada vez son mas los ejemplos en esta línea. Por ejemplo el turismo rural en el Parque Natural de la Sierra de Cardena y Montoro (Córdoba), en 2003 implicaba a 14 empresas, era responsable de 49 empleos directos y generó 2,2 millones de euros (LARA y LÓPEZ, 2004). En un punto geográficamente muy distante, L'Estartit (Gerona), el Parque de las Islas Medes en 1998 generaba unos ingresos totales de 5,6 millones de Euros y 160 empleos (CAPELLÁ, 2002). El Parque Nacional marítimo de Port Cross (en la costa azul francesa), era responsable directo de 80 empleos y de unos ingresos de 4,6 millones de euros. Además, Port Cross es un importante atractivo turístico regional, estimándose que en 1998 1,8 millones de personas visitaron las zonas gestionadas por el Parque, lo que generó unos ingresos totales en la región de 106,7 millones de euros, que equivale a 1.700 puestos de trabajo (SAINT CLAIRE, 1999). Se ha estimado que las visitas al Parque Nacional de Doñana en 1996 generaron unos ingresos directos de 1,3 millones de euros, y 57 puestos de trabajo (CAMPOS y LÓPEZ, 1998). En 2003,

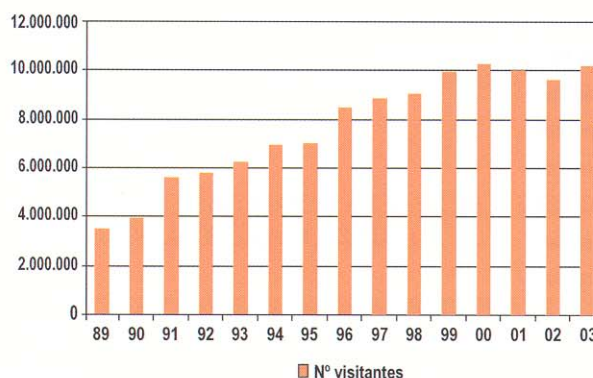


Figura 3. Visitantes en los parques nacionales de España
Fuente: Organismo Autónomo Parques Nacionales, 2004

los Parques Naturales de Andalucía albergaban 1.524 empresas de ecoturismo (alojamiento, actividades, etc), que mantenían 6.834 empleos, y unos ingresos directos de 72,6 millones de Euros (EGMASA, 2003).

Estos datos ponen de relieve la importancia de los espacios protegidos como recurso turístico, con efectos directos muy notables sobre la economía turística regional y sobre el empleo.

LA CAZA

La caza es otra actividad directamente relacionada con la conservación de la naturaleza y con las rentas en el medio rural. Actualmente hay en España 1.298.000

Cuadro 1.

Conservación del paisaje y turismo sostenible

La comarca de Hindelang se encuentra en el suroeste de los Alpes Bábaros. La ganadería ha sido la actividad tradicional de la zona y ha modelado el paisaje, creando una gran diversidad de pastizales, que mantienen una rica biodiversidad.

Esta comarca es una de las más turísticas de los Alpes, y uno de sus principales atractivos son los paisajes vinculados a la agricultura tradicional. Se estima que hoy en día un 80% de la población de alguna manera depende del turismo (HAUG, 1996).

En la década de los ochenta, la irrupción del sector servicios y otros factores arrastraron a la ganadería hacia una grave crisis. El abandono de la ganadería supuso una pérdida de pastos y, con ello una transformación del paisaje. Para parar esta tendencia se habilitaron una serie de ayudas, pero no tuvieron éxito, y se perdieron el 60% de las explotaciones ganaderas (KENWARD y GARCÍA, 2002).

Para buscar soluciones, en 1992 se creó una asociación en donde, entre otros, participan el 98% de los ganaderos. Se ha creado una marca de calidad para las producciones ganaderas. Para poderse acoger a la marca, los ganaderos han de cumplir una serie de compromisos propios de la ganadería extensiva, entre otros que el 90% del alimento del ganado sea producido en el propio Hindelang.

Esta marca ha abierto un nuevo nicho de mercado, que ha permitido la recuperación de la actividad ganadera y, con ello, la de antiguos pastizales. Con ello todos han salido ganando: los ganaderos, el turismo, los paisajes y la biodiversidad.



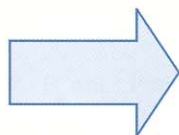
Tabla 2. Flujo económico generado por la caza (En Euros de 1996).

ENTRADAS AL SISTEMA ECONÓMICO

Venta de carne
139.975.605 € (14,3%)

Acceso a los cazaderos
792.868.811 € (81%)

Impuestos y otros gastos
46.005.068 €



SALIDAS AL SECTOR PRODUCTIVO

Sector primario (Agricultura)

Propietarios de fincas y derechos de caza
45.810.198.079 € (46,8%)

Sector secundario (armas, ropa, etc.)

185.002.723 € (18,9%)

Sector terciario (Alojamiento, manutención, seguros, licencias)

3.357.456.821 € (34,3%)

Fuente: MARTÍNEZ *et al.* 2002

cazadores, cifra que se mantiene estable desde hace años, y que representa el 3,3% de la población (MARTÍNEZ *et al.* 2002).

Un estudio de la Federación Española de Caza (2003) estima que esta actividad genera 1.800 millones de euros anuales, cifra que aun debe ser mayor, pues mueve mucho dinero en economía sumergida difícil de cuantificar. El mismo estudio estima que crea 150.000 puestos de trabajo directos e indirectos. Sin embargo, a pesar su importancia, este sector todavía está marginado en las políticas de desarrollo rural y de conservación de la naturaleza.

En las últimas décadas se ha intensificado la actividad cinegética, en donde se ha primado la cantidad sobre la calidad. Ello ha dado lugar a la proliferación de sueltas de animales de granja, la traslocación de animales de otros países para obtener mayores trofeos, el vallado de fincas, etc. Sin embargo recientes estudios apuntan a que el coste de la caza no está directamente relacionado con la calidad de las capturas ni con la gestión de los cotos (MARTÍNEZ *et al.* 2002).

Algunos expertos señalan que el turismo asociado a la caza tradicional de perdiz padece cierta crisis como consecuencia de una pérdida de calidad asociada a la intensificación, lo que implica una pérdida de prestigio entre los cazadores extranjeros (MARTÍNEZ *et al.*, 2002). Algunos gestores de cotos, conscientes de esta situación, huyen de la caza industrial y ofertan caza extensiva de calidad (OTERO y FASOLO, 2003). Recientemente WWF-Adena, la Federación Española de Caza y el Ministerio de Medio Ambiente, han puesto en marcha una iniciativa conjunta para establecer un sistema de calidad cinegética y ambiental (SCCA) certificable, para las fincas que mantengan o inicien una mejora hacia una calidad ecológica, alejada de la industrialización.

CONCLUSIONES.

Los espacios protegidos suponen una limitación de usos, pero en la mayoría se permite el mantenimiento de las actividades compatibles con la conservación de la naturaleza. Muchas de estas actividades producen bienes y servicios con una demanda en alza, no solo entre los consumidores españoles, si no también en los países de nuestro entorno, entre los que destacan los de mayor poder adquisitivo (Países Bajos, Dinamarca, Suecia, Alemania, etc.).

En este sentido los espacios protegidos contribuyen a fomentar el punto de encuentro entre conservación de la naturaleza y desarrollo rural a través de un desarrollo sostenible basado en la calidad. Esta integración puede repercutir interesantes beneficios para ambos sectores, sobre todo en los países mediterráneos, en donde gran parte de los espacios protegidos todavía mantienen prácticas agrícolas tradicionales compatibles con la conservación de la naturaleza.

El etiquetado de las producciones al amparo de una marca de calidad es un importante valor añadido. En todas las actividades que hemos revisado existen o se están desarrollando sistemas certificables al amparo de una marca. Incluso la etiqueta "espacio protegido" es por si mismo un valor añadido.

Este encuentro debe posibilitar la conservación del medio natural, a la vez que fomentar el desarrollo cultural, social y económico de la población local, en un modelo de desarrollo sostenible. Sin embargo, es fundamental orientar este vínculo en la dirección adecuada, pues no se trata de producir como antaño, si no de modernizar los sistemas, formar a los empresarios, mejorar la comercialización y poner en valor las producciones. Este potencial comienza a despuntar y cada vez son más los emprendedores que lo han sabido aprovechar.



Comenzábamos este artículo preguntándonos sobre el futuro de algunas producciones tradicionales de calidad que se encuentran en crisis, y a lo largo del mismo hemos visto como existe un gran mercado para las mismas. Las ayudas directas a la producción han contribuido a dejarles fuera del mercado. Si ya tienen el producto y existen los mercados, la solución deberá buscarse en fomentar las ventas mejorando la comercialización y la calidad del producto. Por ello, las estrategias y los planes de conservación deberían hacer más énfasis en los instrumentos de mercado para potenciar adecuadamente las producciones locales, y ello significa un importante esfuerzo al margen de las ayudas directas, incluidas las conocidas como agroambientales.

Por último, es indudable que el exceso de cualquier actividad sobre un determinado espacio genera unos impactos ambientales y que la competencia por este nuevo nicho de mercado puede afectar a los beneficios de todos, tanto económicos como ambientales. El nuevo reto estará entonces en alcanzar la autorregulación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANÓNIMO. 2003. Productos de la agricultura biológica en Europa. *El exportador*, n° 68 ICEX.
- BALDOCK, D. (Coord.). 1994. *The nature of farming. Low intensity farming systems in nine European countries*. IEEP-WWF. UK.
- CAMPOS, P. Y LÓPEZ, J. 1998. *Renta y Naturaleza en Doñana*. Ed Icaria. Barcelona.
- CAPELLÁ, J. 2001. Islas Medes. La iniciativa local promueve la integración entre desarrollo y conservación. En: Sunyer, C. 2001. *Hacia un desarrollo rural sostenible. Iniciativa local y red Natura 2000*. Terra centro para la política ambiental. Madrid.
- CE. 2004. *Ecobarómetro* D.G. Medio Ambiente 12-5-2004
- DÍAZ, M., PULIDO, F.J. Y MARAÑÓN, T. 2003. Diversidad biológica y sostenibilidad ecológica y económica de los sistemas adeshados. *Ecosistemas* 2003/3
<<http://www.aeet.org/ecosistemas/033/investigacion4.htm>>
- DONAL P.F., GREE R.E, HEATH M.F. 2001. Agricultural intensification and the collapse of Europe's farmland bird populations. *Proc Royal Society of London Biol Sci.* 268: 25-29.
- EGMASA. 2003. *El empleo y las actividades ecoturísticas en Andalucía*. Junta de Andalucía. Sevilla.
- EMNID. 1999. Nationalparke - Bundesweite EMNID-Umfrage Mai 1998, in: Umweltstiftung WWF-Deutschland (ed.) 1999. *Die Bedeutung von Nationalparken für den Tourismus*. Reihe Nationalparke, Band 7. Frankfurt a.M. / Husum: WWF-Deutschland.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CAZA, 2003. <www.fedecaza.com/esp/canalcaza/generalidades>
- HAUG, R. 1996. Hindelang, an alliance of extensive mountaing farming with tourism. *La Cañada* 6: 7-8.
- HOOGEVEEN, Y.; PETERSEN, J.-A.; BALAZS, K.; HIGUERO, Y. 2004. *High nature value farmland*. European Environmental Agency. Copenhagen.
- KENWARD, R.; GARCÍA, V. 2002. Innovative approaches to sustainable use of biodiversity and landscape in the farmed countryside. En *High-level Pan-European Conference on Agriculture and Biodiversity*. UNEP. STRA-CO/AGRI (2001) 16 REV.
- LARA, F. Y LÓPEZ, T.J. 2004. Desarrollo regional y turismo, una alternativa económica para las áreas rurales. En *IX Jornadas de Economía Crítica*. Madrid. <<http://www.ucm.es/info/ec/jec9>>.
- MARTINEZ, J.; VIÑUELA, J.; VILLAFUERTE, R. 2002. *Socioeconomic aspects of gamebird hunting, hunting bags, and assessment of the status of gamebirdpopulations in REHAB countries*. IREC. Ciudad Real.
- MAPA. 2004. Agricultura ecológica en España. *Estadísticas 2003*. Madrid.
- MAPA. 2003. Producción integrada. Agricultura ecológica. En: *Libro Blanco de la Agricultura y el desarrollo rural*: 665-674. Madrid
- MCYT. 1999. *Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006*. Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. Madrid.



-
- MÚGICA, M.; FERNÁNDEZ, P. y DE LUCIO, J. V. 1998. Efectos socioeconómicos de los espacios naturales protegidos. *Esparc 98*. Europarc España.
 - MÚGICA, M.; GÓMEZ-LIMÓN, J. y DE LUCIO, J. V. 2003. *Anuario Europarc España. 2002*. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid.
 - OTERO, C. y FASOLO, P. (Com. Pers.). En: *Seminario red Natura 2000. Emprendedores y desarrollo rural sostenible*. Terra centro para la política ambiental. Madrid, Noviembre 2003.
 - RIECHMANN, J. 2003. *Cuidar la T(tierra). Política agraria y alimentaria sostenible para entrar en el siglo XXI*. Ed. Icaria. Barcelona.
 - SAINT CLAIRE, C. 1999. *Etude des retombées du Parc National sur l'activité économique et sur l'emploi*. Port Cros Parc National.
 - SUNYER, C. (Ed.). 2002. *Hacia un desarrollo rural sostenible. Iniciativa local y red Natura 2000*. TERRA centro para la política ambiental. La Navata. Madrid.
 - SUNYER, C.; LA CALLE, J. J.; MANTEIGA, L. 2002. *Análisis de costes y beneficios de los planes piloto de gestión de lugares propuestos para natura 2000 en Navarra: Monte Alduide*. Gestión Ambiental, Viveros y Repoblaciones de Navarra. Informe inédito.
 - UMWELTSTIFTUNG WWF-Deutschland (ed.) 1999. Die Bedeutung von Nationalparks für den Tourismus. Reihe Nationalparke, Band 7. Frankfurt a.M. / Husum: WWF-Deutschland.
 - YUSSEFR, M. & WILLER, H. 2002. Organic Agriculture Worldwide 2002. Statistics and Future Prospects. *Söl. Sonderausgabe 74*.
<http://www.soel.de/inhalte/publikationen/s_74.pdf>

