



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

### (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/18887

16/07/2020

45941

**AUTOR/A:** CAÑADELL SALVIA, Concep (GPlu)

### RESPUESTA:

En relación con la pregunta formulada, cabe referirse a la estrategia de promoción “Alimentos de España”, que está desarrollando el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Es un conjunto de medidas de promoción dotado de un importante presupuesto que persigue mejorar el posicionamiento del sector agroalimentario, valorizando el trabajo de agricultores, ganaderos, pescadores, y de toda la cadena alimentaria, que representan el origen de nuestros alimentos mediante la promoción en medios de comunicación.

De forma específica, y a raíz de la crisis sanitaria generada por la COVID-19, el MAPA ha desarrollado, entre el 29 de mayo y el 25 de junio, la campaña “El arte de saber hacer”, para destacar el inmenso trabajo y esfuerzo del sector agroalimentario español haciendo posible que no faltaran en los mercados productos de calidad y siempre en las cantidades suficientes.

Para ello, se han creado varios bodegones con producto, en donde el alimento se eleva a la categoría de arte, dándole el gran valor que se merece.

Con una inversión de 700.000 euros, se han realizado inserciones en mobiliario urbano de la geografía nacional, en cadenas de supermercados como Alcampo o Carrefour, en monopostes ubicados en los principales accesos a grandes ciudades, en marquesinas de autobuses, además de en internet y redes sociales, suplementos dominicales y en 42 salas de cine de España.

Paralelamente, desde el 27 de mayo y hasta el 28 de junio, se ha desarrollado la campaña “Y tú, ¿has pescado hoy?”, presente en TV, radio, exteriores, internet y suplementos dominicales, y destacando la variedad y la diversidad de productos de la



pesca y la acuicultura que ofrece el sector en España, destinando para ello 900.000 euros.

Además, en lo que resta del 2020 y comienzos del 2021, para reforzar y profundizar en los mensajes lanzados se dará un paso más, para lo cual está previsto destinar unos 9 millones de euros en nuevas campañas de promoción de los alimentos de España y de los productos pesqueros.

Por otro lado, y en aras de la internacionalización del sector agroalimentario español, el MAPA en colaboración con ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX), va iniciar próximamente una campaña de promoción de los Alimentos de España, de dos años de duración en los mercados internacionales.

Se buscará fortalecer la imagen de calidad y excelencia del sector agroalimentario español, facilitando a los agentes internacionales toda la información para promover la comercialización de alimentos y vinos españoles.

Bajo el lema “Spain food Nation”, y dotada de 4 millones de euros, la campaña se centrará principalmente en Estados Unidos, Canadá, Rusia, Reino Unido, China, Japón, Oriente Medio, Alemania, Suiza, Austria, Irlanda, Holanda y países nórdicos.

Para finalizar, se señala que también se están organizando webinarios que dan continuidad a la campaña “El arte de saber hacer”, centrados en diferentes productos representativos de nuestro sector agroalimentario, como medida de apoyo. Estos webinar están disponibles en la web [www.alimentosdespana.es](http://www.alimentosdespana.es) o en la cuenta de Instagram de alimentos de España en su canal de IG TV.

Así, las actuaciones en materia de promoción de los alimentos de España se han incrementado notablemente con este Gobierno, que ha organizado las medidas dispersas de promoción alimentaria, poco eficaces, y ha apostado por ayudar a los sectores alimentarios de una manera decidida, firme y con una visión estratégica, empleando los recursos públicos con eficiencia para lograr una máxima eficacia en las acciones.

Madrid, 15 de septiembre de 2020

