



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/19631

24/07/2020

47669

AUTOR/A: RUIZ SOLÁS, María de la Cabeza (GVOX); RODRÍGUEZ ALMEIDA, Andrés Alberto (GVOX); RUEDA PERELLÓ, Patricia (GVOX); BORRÁS PABÓN, Mireia (GVOX); FIGAREDO ÁLVAREZ-SALA, José María (GVOX)

RESPUESTA:

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación trabaja y está en permanente contacto con las asociaciones y sectores para adoptar las medidas que en cada caso se consideren pertinentes.

Por otro lado, cabe destacar que ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX) ha puesto en marcha diferentes acciones para que el tejido empresarial del sector en su conjunto pueda puedan retomar la actividad de promoción internacional tras la situación generada por la COVID-19. Es un plan de acción que contempla el último semestre de 2020 y el primero de 2021.

El objetivo de todas las acciones es poner en manos de las empresas diferentes instrumentos, algunos novedosos, otros poco transitados por el sector, que no supongan ni cargas ni reajustes adicionales a los ya generados por crisis de la COVID-19. Y, de forma paralela, ayudar tanto a impulsar la venta de alimentos y vinos españoles en los mercados internacionales, como a fortalecer nuestra imagen exterior.

Esta estrategia ha tenido en cuenta de manera muy especial el hecho de que uno de los canales tradicionales de comercialización en los mercados internacionales era precisamente el HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías).

De esta manera, se ha buscado en las acciones previstas por una parte potenciar las acciones de promoción en otros canales que se han expandido, como el comercio electrónico y las acciones de promoción con importadores tradicionales del canal Retail.

En paralelo se han previsto un conjunto de medidas específicas llamadas a facilitar la recuperación del canal HORECA internacional y de la presencia de alimentos y bebidas españolas en este canal cuando se produzca la recuperación:



1. Acciones digitales, que giran en torno a tres ejes:

- Formación: se ha diseñado dos programas de formación:
 - Spain's Pantry: centrado en gastronomía española dirigido a Escuelas Culinarias de todo el mundo, que fomenta la utilización de todos los productos de nuestra despensa por estos importantes prescriptores.
 - Diploma de Vinos de España: será el primer título oficial en vinos de España que se imparta en línea en inglés y estará dirigido a profesionales internacionales del sector: sumilleres, periodistas y prescriptores de todos los mercados estratégicos para nuestros productos.
- Catas y seminarios virtuales: la promoción internacional del sector agroalimentario se intensifica a través del programa de seminarios y catas virtuales que ahora potencia y amplía su oferta de modalidades. Es un instrumento permite, sin necesidad de desplazamiento alguno, llevar a los profesionales del sector el valor de todos los productos (vinos, aceites, quesos, productos gourmet...) y la gastronomía española, fomentar así el interés sobre nuestros productos los mercados internacionales y facilitar a los distribuidores internacionales el contacto con las empresas españolas para que puedan pasar a formar parte de su cartera de clientes.

En ambos casos, ya sea seminario o cata virtual, se han contemplado diferentes formatos con el objetivo de adaptarse de la mejor forma posible a las necesidades de los mercados y de los prescriptores y público profesional participante (importadores, distribuidores, responsables de compra del canal HORECA, tiendas y grandes almacenes, escuelas de gastronomía y sumillería o periodistas especializados de medios de comunicación de todo tipo).

- Catas y seminarios virtuales con conexión punto a punto con la red de Oficinas Económicas y Comerciales. De esta forma, tanto los ponentes con experiencia y formación contrastada internacionalmente, como el público profesional asistente podrán ubicarse en los diferentes puntos de conexión ICEX para participar en la actividad.

2. Impulso al comercio electrónico: es un canal que se quiere potenciar, para compensar la caída del canal HORECA, una vía tradicional de comercialización de nuestros productos agroalimentarios. Los instrumentos que se van a utilizar son:





- Programa de formación y acompañamiento a las empresas en España: esta iniciativa se desarrollará en colaboración con FIAB. Se pretende que las empresas españolas de alimentos y bebidas puedan aprovechar los mercados electrónicos para exportar a nuevos mercados.
- Tiendas Foods & Wines from Spain en Amazon: ICEX creó en 2017 cinco market places en España, Reino Unido, Francia, Alemania e Italia donde se venden exclusivamente productos españoles.

La categoría con mejores resultados de ventas es la de vinos y se van a realizar campañas de promoción específicas en estas plataformas. Se va a ampliar la presencia de estas plataformas a dos nuevos mercados: el holandés y el portugués, aprovechando el proceso de expansión y adaptación local que la plataforma Amazon está realizando en Europa, como consecuencia del crecimiento del comercio electrónico de alimentos y bebidas durante la pandemia en toda la Unión Europea.

- Desarrollo de acciones de promoción específicas en plataformas en China en las que ICEX ha firmado acuerdos de colaboración: ALIBABA y JD.COM son dos de las plataformas donde se realizarán campañas de promoción de Foods from Spain.

3. Tour Foods & Wines from Spain: Impulso a la promoción local a través de acciones con importadores. Insuflar optimismo entre los importadores en su apuesta por el producto español y facilitar el acceso de los agentes internacionales a los alimentos y vinos españoles constituye otra de las áreas de apoyo al tejido empresarial del sector, para incrementar la presencia de producto español en los diferentes mercados de actuación.

Así dentro de lo que hemos denominado Foods & Wines from Spain Tour, se han agrupado diferentes actividades presenciales, de pequeño formato, concebidas y organizadas de forma exclusiva por ICEX, en colaboración con las Ofecomes, dirigidas a grandes cadenas de supermercados, comercio independiente, canal HORECA y prensa especializada. Japón, Canadá, Estados Unidos, China, Reino Unido, Singapur, Alemania, Polonia, Países Nórdicos, Vietnam, Malasia, Indonesia o Qatar o son algunos de los mercados donde se pondrán en marcha estas acciones con importadores para apoyar e incrementar la distribución de la oferta española de bebidas y alimentos de calidad. Mercados donde existen nuevas oportunidades de comercialización de productos agroalimentarios españoles gracias a los tratados de libre comercio firmados en el marco de la Unión Europea.



En todas ellas se contempla el estricto cumplimiento de los protocolos normativos, sociales e higiénicos marcados por las autoridades locales, con sus sistemas de control y gestión de aforos, respeto de las distancias sociales indicadas y demás fórmulas fijadas, siempre velando por la seguridad y salud de todos los asistentes al evento.

Estos eventos, desarrollados en pequeño formato, siempre destinado a público profesional invitado por las Oficinas Económicas y Comerciales, se articulan mediante la organización de una feria profesional con exposición de alimentos gourmet y grandes vinos españoles, degustación de tapas, seminarios, catas de productos españoles (vino, aceite de oliva, quesos, etc..) para presentar al público profesional las cualidades de los alimentos y vinos españoles, concienciar al público internacional sobre su calidad, sostenibilidad y diversidad, y aumentar su presencia en todos los canales.

Todas estas actividades convivirán con los Planes Integrados de Alimentos (PIA) que se han diseñado para Alemania, Estados Unidos y Canadá y se ampliarán a nuevos mercados, con una estrategia unificada: reforzar la imagen de calidad, variedad y autenticidad de los alimentos de España; mantener y ampliar contactos con profesionales del sector de manera que España se posicione como un importante proveedor de productos gourmet; entrar en contacto con chefs a través de la gastronomía para marcar tendencias; y reforzar la presencia de los productos y marcas presentes en el mercado.

Los PIA presentan un amplio programa de actividades de promoción comercial revisado acorde a la nueva normalidad y que adapta las propuestas a la situación específica de cada mercado.

Así, las participaciones en congresos, ferias o PPV se transforman en presencia destacada en las plataformas de las cadenas de supermercados, catálogos de tiendas especializadas, programas de presentación de productos en formato virtual y que conviven con acciones más tradicionales en función de las posibilidades que ofrezca el mercado en cada momento.

4. Acciones dirigidas a la recuperación del canal HORECA: El canal HORECA es un punto de venta esencial para los productos españoles y al tiempo un sector muy afectado por la crisis sanitaria. Las convocatorias más clásicas de Foods and Wines from Spain con el sector como la Spanish Wine Week en Irlanda o Eat Spain Drink Spain en Reino Unido se adaptarán a la situación específica del sector HORECA en ambos mercados para impulsar la presencia de los productos españoles en los restaurantes y tiendas gourmet que participan en estos eventos que se extienden a lo largo del otoño. Incluyen convocatorias dirigidas al público profesional y a consumidores como



seminarios, catas guiadas, menús maridados, promociones de productos en tienda, combinando las acciones presenciales con otras de carácter virtual.

También se contempla el establecimiento de una comunicación estrecha con las cadenas hoteleras y chefs internacionales interesados en la cocina española, escuchando sus necesidades de producto español para ampliar su oferta gastronómica en sus hoteles y restaurantes. El apoyo a través de la identificación de importadores locales de los productos de su interés, la participación en catas virtuales, etc.

Se les implicará también en campañas de promoción en redes sociales, y se les plantearán retos gastronómicos, como pueden ser la fusión de platos españoles con productos autóctonos o su propia interpretación de recetas tradicionales españolas. Retos que también tendrán una repercusión comunicativa directamente sobre su negocio.

En el portal www.foodswinesfromspain.com, en la sección Restaurants, contarán con un apartado específico informativo, con geolocalización incluida, donde se recogerán los elementos distintivos de su cocina en referencia al uso de alimentos y vinos españoles utilizados en sus platos y presentes en su carta.

En el último cuatrimestre del año se lanzará el sello Restaurants from Spain, que distinguirá, respaldará, apoyará y reconocerá a los restaurantes con cocina genuinamente española presentes en los mercados internacionales. Restaurants from Spain certificará la auténtica cocina española de calidad, fundamentada en una serie de criterios objetivos, en donde la documentación de trazabilidad en productos, proveedores y todos los demás aspectos cobrará un protagonismo especial.

Los elementos básicos esenciales que los restaurantes deben cumplir para poder optar al sello Restaurants from Spain incluyen, entre otros, ofrecer un menú con fuerte presencia de platos españoles, destacada presencia de alimentos y vinos españoles con certificado de calidad (Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) o Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP)) en su cocina y chef con formación específica en gastronomía española.

La obtención del sello irá acompañada de todo un detallado plan de comunicación y promoción en los mercados internacionales, con el objetivo directo de reconocer la gastronomía española e incentivar la introducción de nuevos alimentos y vinos en las cartas de restaurantes de todo el mundo.

Toda la información y reconocimiento se recogerá en la sección de Restaurants & Shops del portal www.foodswinesfromspain.com. Una sección renovada, que además contará con una destacada campaña de promoción para apoyar a los restaurantes y tiendas gourmet en todo el mundo.



Madrid, 15 de septiembre de 2020