



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/20274

31/07/2020

48902

AUTOR/A: MARCOS ORTEGA, Milagros (GP); GONZÁLEZ VÁZQUEZ, Marta (GP)

RESPUESTA:

La política de promoción del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), englobada bajo la Estrategia “Alimentos de España”, persigue fomentar el consumo de alimentos producidos en nuestro país, en los que se incluyen los productos de calidad diferenciada, mejorando la competitividad del sector agroalimentario. Se destinan para ello cerca de 10 millones de euros cada año y es una herramienta clave para impulsar la calidad y la excelencia de nuestro sector agroalimentario.

Uno de los elementos clave en la consecución de esta política son las campañas de publicidad institucional, gracias a las cuales los Alimentos de España están presentes en diversos medios de comunicación como televisión, radio, exteriores (como marquesinas de autobuses, mupis (soportes publicitarios) repartidos por distintas ciudades de la geografía española, supermercados, etc.), revistas y suplementos dominicales (tanto en formato papel como en sus versiones en digital), cines, internet y redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube).

Así, en 2019, con una inversión superior a los 3,2 millones de euros, se realizaron tres campañas con el fin de mejorar el posicionamiento del sector agroalimentario y pesquero.

Dos de las campañas se centraron en la promoción genérica de los Alimentos de España bajo los hashtag #Explora, Saborea, Comparte y Disfruta. La tercera, con Ángel León como prescriptor de la campaña y mediante el slogan “Y tú, ¿has pescado hoy?”, se centró en la promoción de los productos de la pesca y la acuicultura incidiendo en que los pescados son ricos, sanos y seguros.

Con estas campañas, se logró impactar en 35 millones de consumidores mayores de 16 años, alcanzando los objetivos previstos en cuanto a transmitir la diversidad del territorio español, vinculando turismo y gastronomía con el origen de los alimentos y en cuanto a transmitir los beneficios de comer pescado.



Ahondando en lo ya iniciado, y con objeto de no perder la efectividad lograda, desde el pasado 27 de mayo y hasta el 28 de junio, se ha mantenido la presencia en TV, radio, exteriores, internet y suplementos dominicales con la campaña “Y tú, ¿has pescado hoy?”, destinando para ello 900.000 euros.

Paralelamente, del 29 de mayo y hasta el 25 de junio, se ha desarrollado la campaña “EL ARTE DE SABER HACER”, un homenaje al auténtico saber hacer de todos aquellos que han trabajado incansablemente por aportar su mejor obra: los productos españoles.

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

Y en lo que resta del 2020, se profundizará en los mensajes lanzados dando más pasos:

- Nueva campaña de promoción de los Alimentos de España, incidiendo sobre diversas temáticas, como poner de moda regalar alimentos con calidad diferenciada, conocer el origen/DNI de los alimentos, la producción ecológica y el jamón ibérico, entre otros.
- Nueva campaña de promoción de los productos de la pesca y la acuicultura.
- Campaña de producción y consumo responsable, centrada en la promoción de los buenos hábitos, la concienciación y la difusión de las buenas prácticas en la lucha contra el desperdicio de los alimentos.

Para el desarrollo de estas campañas se contará con una nueva línea creativa coherente que engloba diferentes productos y mensajes de información alimentaria, y cuyo objetivo general es el de fomentar el consumo incidiendo en excelencia, la calidad y variedad de nuestros alimentos y transmitir buenos hábitos y concienciación a los consumidores.

Además, los Alimentos de España también han estado presentes, antes de “la situación Covid”, en al menos 12 ferias nacionales e internacionales, destinando más de 1,8 millones de euros.

El tamaño de los stands institucionales oscila entre los 100 y los 1.000 m² (en función de la importancia de la feria para el sector agroalimentario). En algunas ocasiones, el espacio se cede total o parcialmente a empresas privadas del sector.





En ellos se organizan diariamente catas o degustaciones de los productos con Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) o Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) emblemáticas de nuestra gastronomía. Asimismo, se organizan charlas y jornadas informativas de interés destinadas al público visitante de la feria.

En aras de la internacionalización del sector agroalimentario español el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en colaboración con diferentes organizaciones sectoriales e instituciones públicas, participa anualmente en 16 ferias internacionales y desarrolla diversas actuaciones promocionales fundamentalmente en mercados de terceros países como China, Japón, Estados Unidos, Singapur, México, Australia, Rusia, etc. El presupuesto total destinado a este tipo de acciones supera los 2,8 millones de euros.

Asimismo, en colaboración con ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX), en septiembre del 2020 y hasta el 2022, se ha iniciado una campaña de promoción de las naranjas y clementinas en Canadá, en respuesta a la grave crisis que está sufriendo el sector cítrico en sus exportaciones, dotado de 400.000 euros.

También de la mano de ICEX, en 2020 se va a desarrollar una campaña de promoción de los Alimentos de España, de dos años de duración en los mercados internacionales, para 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.

Además, desde 1987 se convocan anualmente los Premios Alimentos de España, destinados a reconocer la labor desarrollada por profesionales y entidades y todos los agentes implicados de alguna manera en el sector agroalimentario y pesquero y para poner en valor el producto nacional.

Se han ido incorporando nuevas categorías para premiar y distinguir la elaboración y las cualidades organolépticas de algunos de nuestros alimentos más emblemáticos (aceite, queso, vino y jamón) y muchos de ellos vinculados a calidad diferenciada. Se cuenta con una página web específica, www.alimentosdespana.es, que actúa como punto de información de temas relacionados con la alimentación y con escaparte de todas las acciones de promoción del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Madrid, 30 de septiembre de 2020