



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

### (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/32764

19/01/2021

81969

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

#### 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 los alimentos producidos en nuestro país, mejorando la competitividad del sector agroalimentario.

Para ello se dispone de diferentes herramientas, de las que el sector del dulce y la repostería también se benefician. Pueden destacarse las siguientes acciones:

Desde el 13 de noviembre de 2020 se está desarrollando la campaña de comunicación “El País Más Rico del Mundo”, con el fin de que el consumidor sienta la grandeza, la calidad y la diversidad de nuestros productos.

Se trata de una estrategia a largo plazo estando previstas nuevas ediciones que darán continuidad a la actual campaña, centrándose en aspectos como el origen de los alimentos, producción ecológica o alimentos de calidad diferenciada

A fin de dar una amplia visibilidad a la referida campaña, se ha recurrido a distintos medios tales como televisión, radio, cine, publicidad exterior a lo largo de la geografía española; presencia en internet y redes sociales, así como en medios escritos. También lleva asociadas diferentes acciones en las que se pone un gran empeño en facilitar información con mensajes claros y sencillos sobre calidad, características, origen, cualidades y, en definitiva, valor de los alimentos.



También se ha de destacar el aspecto internacional de las campañas de promoción, el MAPA, en colaboración con diferentes organizaciones sectoriales e instituciones públicas, participa en numerosas ferias internacionales y desarrolla diversas actuaciones promocionales fundamentalmente en mercados de terceros países. En este marco, se han realizado acciones para la promoción del sector del dulce como inserciones en medios de comunicación (reportaje Euronews Spain's Eleven, Yomiuri, The Times, The New York times, Vogue Japón, Vogue Alemania, Conde Nast Global...) y eventos de relaciones públicas.

Cabe destacar la campaña de promoción internacional Spain Food Nation, que el MAPA, junto con ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX), inició en septiembre del 2020 dirigida a 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.

Asimismo, y en el marco de un convenio suscrito con la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) para la promoción de los productos de alimentación y bebidas en los mercados internacionales, empresas del sector del dulce participan en ferias de interés como Yummex, PLMA o BIOFACH entre otras.

Por último, cabe destacar el enorme esfuerzo desarrollado por el MAPA para llegar a ser uno de los países que más financiación recibe de la Unión Europea con destino a la realización de actuaciones de información y promoción de nuestros productos agrícolas, tanto en el mercado interior como exterior.

Para más información sobre las acciones de promoción realizadas por el Departamento se puede visitar la página web:

<https://www.alimentosdespana.es/es/estrategia-alimentos-espana/>

Finalmente, y unido a todo lo anteriormente expuesto, se remarca que una de las prioridades del Gobierno de España es la apertura de nuevos mercados y para ello promueve acuerdos, atendiendo a las peticiones y necesidades de los diferentes sectores.

Madrid, 22 de febrero de 2021

