



MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE  
ALIMENTACIÓN

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE  
PROMOCIÓN DE LOS  
ALIMENTOS DE ESPAÑA

## DIRECTRICES PARA APROBACIÓN DE MATERIALES DE LOS PROGRAMAS DE ACCIONES DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN RELATIVAS A PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL MERCADO INTERIOR Y EN TERCEROS PAÍSES.

9/01/2025

V.2

### NORMAS LEGALES

Reglamento (UE) nº 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre acciones de información y de promoción relativas a productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países.

Reglamento Delegado (UE) 2015/1829 de la Comisión, que completa el Reglamento (UE) 1144/2014.

Reglamento de Ejecución (UE) 2015/1831 de la Comisión por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento 1144/2014.

Real Decreto 38/2017, de 27 de enero, sobre disposiciones de aplicación de la normativa de la Unión Europea en materia de acciones de información y promoción relativas a productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países.

### ¿PARA QUÉ UNAS DIRECTRICES?

El objetivo es facilitar a los beneficiarios de programas de promoción europeos el diseño y contenido de los materiales de los programas, ya que **la aprobación previa de materiales para su utilización no es requisito obligatorio.**

### ¿CUÁNDO SE PRESENTAN PARA APROBACIÓN LOS MATERIALES?

La relación de los materiales utilizados en cada anualidad se consignará en el anexo I, de acuerdo con el modelo adjunto a estas directrices, y se presentará por la sede electrónica del MAPA a la Subdirección General de Promoción de los Alimentos de España (SGPAE) y una vez terminada esta y como fecha límite en el momento de la solicitud de pago, aportando los materiales en formato electrónico de la forma más conveniente a cada beneficiario, con el fin de verificar que los mismos se ajustan al Derecho de la Unión Europea. Junto con el anexo I y los materiales, se aportará una declaración de conformidad con la legislación aplicable, de acuerdo con el modelo adjunto a estas directrices.

Código seguro de Verificación : GEN-af2d-9627-0b61-d465-1d3d-c470-f938-43f4 | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :  
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>

CSV : GEN-af2d-9627-0b61-d465-1d3d-c470-f938-43f4

DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : <https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>

FIRMANTE(1) : PURIFICACION GONZALEZ CAMACHO | FECHA : 17/01/2025 12:27 | Sin acción específica



Tal como queda patente en el artículo 9 del Real Decreto 38/2017, la valoración y aprobación de los materiales no es necesaria antes de la ejecución de las acciones, y cuando se hace por parte de la SGPAE es por deseo expreso de los beneficiarios, y para resolver las posibles dudas en la elaboración de materiales.

## ELEMENTOS OBLIGATORIOS

- **Emblema de la UE** con la adecuada prominencia, y la leyenda “Financiado por la Unión Europea” o “Cofinanciado por la Unión Europea”; en inglés para mercados diferentes a los de lengua española:



Funded by the  
European Union



Co-funded by the  
European Union

El emblema deberá mantenerse separado y diferenciado y no podrá modificarse añadiendo otras marcas visuales, marcas o texto.

Aparte del emblema, no podrá utilizarse ninguna otra identidad visual ni logotipo para destacar el apoyo de la UE.

En los materiales visuales, el emblema y el texto que lo acompaña "campana financiada con ayuda de la Unión Europea" son claramente visibles al principio, durante o al final del mensaje.

En los materiales exclusivamente sonoros, la financiación europea tiene que oírse claramente al final del mensaje.

Las normas de uso del emblema de la UE pueden encontrarse en el siguiente enlace: [https://commission.europa.eu/system/files/2021-05/eu-emblem-rules\\_es.pdf](https://commission.europa.eu/system/files/2021-05/eu-emblem-rules_es.pdf)

Los logotipos de los beneficiarios son menos prominentes (en términos de tamaño, color, posición, etc.; menos "llamativos") que el emblema de la UE.

En caso de que haya varias organizaciones proponentes, no es necesario incluir todos los logotipos de las organizaciones proponentes en todos los mercados objetivo. Depende de las organizaciones proponentes decidir cómo se presentarán sus logotipos.

- **El logotipo especial Enjoy it's from Europe** (no puede sustituir al emblema de la UE). Existe una guía de uso de este logotipo en el enlace: [https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/default/files/graphic-charter-guidelines\\_en\\_0.pdf](https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/default/files/graphic-charter-guidelines_en_0.pdf)





Este logotipo especial puede ir acompañado por uno de los textos siguientes:

Tema	Texto
Medio ambiente	La Unión Europea respalda las campañas que promueven la protección del medio ambiente.
Calidad y seguridad alimentaria	La Unión Europea respalda las campañas que promueven la calidad de los productos agrícolas.
Salud	La Unión Europea respalda las campañas que promueven la vida sana.
Diversidad	La Unión Europea respalda las campañas que promueven una amplia variedad de productos agrícolas.
Tradición	La Unión Europea respalda las campañas que promueven las tradiciones agrícolas.

Environment	The European Union supports campaigns that promote respect for the environment.
Quality and food safety	The European Union supports campaigns that promote high quality agricultural products.
Health	The European Union supports campaigns that promote a healthy lifestyle.
Diversity	The European Union supports campaigns that promote a wide variety of agricultural products.
Tradition	The European Union supports campaigns that promote agricultural traditions.

- **Cláusula de exención de responsabilidad:**

**Toda actividad de comunicación o difusión relacionada con la acción** (no se menciona expresamente el *merchandising*) deberá indicar la siguiente cláusula de exención de responsabilidad:

«Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España. Ni la Unión Europea ni la autoridad otorgante pueden ser considerados responsables de ellos.».



Y en inglés:

«Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.»

En el caso de sitios web, esta cláusula de exención de responsabilidad podrá figurar en el aviso legal o en lugar visible de la misma. En el caso de **cuentas de redes sociales, debe figurar en la sección de presentación de la cuenta** o en lugar visible de la misma.

## MENSAJES

El **Mensaje principal de la campaña** será prominente y deberá incluir la dimensión europea. Este mensaje principal debe hacer referencia a Europa en general, a la UE, a la PAC, a la legislación de la UE, a los productos de la UE o a las normas de producción de la UE.

El mensaje principal europeo no es el emblema de la UE, ni el logotipo “Enjoy it’s from Europe”.

Los mensajes secundarios no pueden tapar el mensaje principal, ya sea por tamaño, color, o posición. Tampoco pueden ser discriminatorios, ni hacer comparaciones peyorativas con otros productos agroalimentarios.

Los mensajes en los materiales han de ser coherentes con el concepto descrito en el programa aprobado.

## MENCIÓN DEL ORIGEN

- La mención del origen **complementa el mensaje principal de la UE**. El origen nacional debe aparecer en una zona independiente de la del mensaje principal europeo de la campaña.
- Para los programas en Mercado Interior, la mención al origen debe ser secundaria respecto del mensaje principal de la UE.
- Para programas en Terceros Países, el origen puede estar al mismo nivel que el mensaje principal de la UE.
- La mención al origen no debe incitar al consumo de productos exclusivamente por razón de su origen y se referirá a las propiedades concretas del producto en lugar de exclusivamente a su origen.
- La mención al origen no podrá constituir una restricción del libre movimiento de productos agrícolas y alimenticios que infrinja el artículo 34 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.
- Nunca puede aparecer en material sonoro, sólo de forma visual.



- El mensaje principal de la Unión del programa no deberá quedar oculto por materiales relacionados con el origen del producto, como imágenes, colores, símbolos o música.
- La mención del origen se limitará al origen nacional, a saber, el nombre del Estado miembro, o a un origen supranacional común. La mención puede ser explícita o implícita.
- Para los productos de regímenes de calidad, el origen registrado en la denominación puede mencionarse sin restricción alguna.
- La mención al origen no puede referirse a nivel subnacional, a no ser que sea parte del logo de las regiones ultraperiféricas o RUP, un régimen de calidad nacional, o los regímenes europeos de calidad diferenciada.
- La promoción de los regímenes de calidad nacional (reconocidos en virtud del artículo 16 del Reglamento 1305/2013) tiene que haberse justificado en el programa aprobado. Si no está justificado, sólo podrán mencionarse logos ecológicos nacionales. En estos casos si el logo del régimen nacional contiene el origen tienen que respetarse estas dos condiciones:
  - en mercado interior, el logo nacional tiene que ser mencionado de forma secundaria al mensaje europeo principal de la campaña;
  - en terceros países, el logo nacional no puede ser más prominente que el mensaje europeo principal.

## DECLARACIONES DE PROPIEDADES NUTRICIONALES Y/O SALUDABLES

### PARA MERCADO INTERIOR

- Cumplir con lo dispuesto en el Reglamento 1924/2006 (declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos), y el Reglamento 432/2012 (declaraciones autorizadas de propiedades saludables de los alimentos), o ser aceptado por la autoridad nacional competente en materia de salud pública del Estado en que se lleve a cabo la promoción.
- Para mensajes no incluidos en estos Reglamentos europeos, es necesario informe de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESAN).
- Tablas de composición nutricional se pueden encontrar en los enlaces:
  - [https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/seguridad\\_alimentaria/subseccion/composicion\\_alimentos\\_BD.htm](https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/subseccion/composicion_alimentos_BD.htm)
  - <https://www.bedca.net/>
  - <https://ciqual.anses.fr/>

### PARA TERCEROS PAÍSES:



- Ser aceptado por la autoridad nacional competente en materia de salud pública del país en que se realice la promoción.
- Esta conformidad será declarada por el beneficiario y presentada en el momento de solicitud de aprobación de los materiales, de acuerdo con el modelo adjunto a estas directrices.

## CONSUMO DE ALCOHOL

Las acciones de promoción en el **Mercado interior** de bebidas alcohólicas (vino, cerveza, bebidas espirituosas) se limitarán a informar a los consumidores sobre los sistemas de calidad de la UE, y **sobre el consumo responsable de dichas bebidas**.

## REGÍMENES DE LA UE (CALIDAD, PRODUCCIÓN ECOLÓGICA, RUP) REGÍMENES NACIONALES DE CALIDAD

Los programas relativos a los regímenes de la UE deben centrar **el mensaje principal europeo de campaña en el régimen de que se trate**, y los productos que ilustren los regímenes deben aparecer de forma secundaria respecto al mensaje principal de la Unión. Es decir, los productos no han de debilitar el mensaje principal de la UE.

En el caso programas sobre regímenes nacionales de calidad en Mercado interior, el logo del régimen tiene que mencionarse de forma secundaria respecto al mensaje principal de la UE, y en Terceros países el logo nacional no puede ser más prominente que el mensaje principal de la Unión.

## PROGRAMAS DE TEMAS (TOPICS) ESPECÍFICOS DE LAS CONVOCATORIAS UE

Los mensajes tienen que ser acordes con el ámbito del tema sobre el que versa el programa.

## MARCAS

### Requisitos generales

**Solo pueden ser visibles en demostraciones o degustaciones**, y en el material impreso expuesto o distribuido durante las mismas (en ferias, eventos *business to business*, punto de venta).

El uso de las marcas tiene que estar justificado en el programa, y deben aportarse pruebas de que todos los miembros han tenido igualdad de oportunidades para exhibir su marca.

Debe garantizarse que:

- La exhibición de las mismas es secundaria.
- No debilitan el mensaje principal de la Unión, ni queda oculto por imágenes, símbolos o colores



- Se exhiben todas juntas de forma igualmente visible en una zona separada del mensaje principal de la UE.
- No se mencionan en el material sonoro.

### Requisitos específicos

Durante demostraciones y degustaciones, todas las marcas igualmente visibles se exhiben:

- Juntas en un panel en la parte delantera del mostrador del stand. El panel no tendrá superficie superior al 5% de la superficie del mostrador.
- Individualmente en expositores separados e idénticos sin superar el 5% de la superficie total del expositor.

En páginas web, se exhiben juntas en un anuncio en la parte inferior sin superar el 5% de la superficie total de la página web, y cada marca tiene que ser más pequeña que el emblema de la UE. Pueden mostrarse todas de forma idéntica en una página web independiente de la página web de inicio.

En el material impreso para degustaciones y demostraciones se exhiben juntas en una banda en la parte inferior sin superar el 5% de la superficie total del material en cuestión.

Se exhiben un mínimo de 5 marcas. Si no es posible llegar a 5, es bien porque no haya más en el Estado miembro, o no ha sido posible un programa con varios productos o varios países que permitan la exhibición de mayor nº de marcas.

Si se exhiben menos de 5 marcas, la superficie asignada a las marcas se reduce proporcionalmente.

### ACCIONES CON “INFLUENCERS”

Se requiere que se cumpla lo establecido para los materiales de campaña:

- Mención de la campaña europea: con el mensaje principal de la campaña con la dimensión europea.
- Mención referente a la financiación europea. Por ejemplo, colaboración pagada por la campaña tal y por la UE.
- La mención al origen nacional complementará el mensaje principal de la UE. En Mercado interior de forma secundaria, y en Terceros países al mismo nivel. No se permite la mención oral del origen nacional.
- En programas de los regímenes de la UE, citarlos, y no centrarse exclusivamente en el producto ilustrativo.
- Las declaraciones nutricionales o de propiedades saludables serán acordes a lo dispuesto en el Reglamento 1924/2006 para Mercado interior, o aceptado por la autoridad sanitaria en Terceros países.
- En bebidas alcohólicas se hará referencia al consumo responsable para campaña en el Mercado interior.



- Marcas: si se trata de una campaña con marcas, no pueden aparecer en estas colaboraciones.

## REDES SOCIALES

Tienen que aparecer los elementos obligatorios (emblema de la UE con la leyenda de la financiación, logotipo *Enjoy*, y cláusula de exención de responsabilidad) en lugar visible, ya sea en la imagen del perfil, o en la sección de presentación, si como es el caso de Instagram, no hay espacio en el pequeño símbolo circular del perfil. Para bebidas alcohólicas, mostrar el consumo responsable en los programas en mercado interior.

## PÁGINAS WEB

Usar el dominio «.eu»

## MENCIÓN DE NEGOCIOS PRIVADOS

Se admite mencionar los establecimientos en los que se van a realizar acciones, ya sean de la distribución, restaurantes, tiendas, fábricas o explotaciones donde se hacen los viajes de prensa etc.

También se admite citar el restaurante de los chefs que participen en las acciones.

En las páginas web se admite un enlace genérico que indique “dónde encontrar los productos” y que redirija a las empresas comercializadoras.

## LOGO BENEFICIARIO CON UN PARTNER

Si el beneficiario tiene un contrato de partenariatado se permite que sea usado junto con el logo del beneficiario.

## USO DE MATERIALES FUERA DEL PROGRAMA

Los beneficiarios podrán seguir utilizando el material de comunicación, imágenes y mensajes creados en el contexto de una campaña promocional cofinanciada también después de su finalización.

Según la cláusula 19.2 del acuerdo de subvención, los resultados de la acción son propiedad de los beneficiarios. Los beneficiarios deben, durante y después de la acción, garantizar la visibilidad de la financiación de la UE para cualquier actividad de comunicación relacionada con el programa, exhibiendo el emblema de la UE, incluida la referencia a la financiación de la UE.

En caso de que el material se reproduzca sin cambios en la versión creada durante la campaña cofinanciada, la referencia a la financiación de la UE prevista en el artículo 22.1.2 del acuerdo de subvención (es decir, el emblema de la UE y el texto que lo acompaña, y el



logo Enjoy) y la exención de responsabilidad prevista deberá quedar incorporada al material. Por ejemplo, el beneficiario podrá reimprimir un folleto elaborado en el contexto de la campaña sin modificar su diseño y contenido, y sin eliminar la referencia a la financiación de la UE.

Sin embargo, si el beneficiario utiliza parte del material promocional, como por ejemplo el eslogan o la identidad visual en una nueva campaña propia de marketing, entonces el emblema de la UE y el texto que lo acompaña, el logo Enjoy y la exención de responsabilidad, no deberá aparecer en el nuevo material. Esto es necesario para evitar una impresión errónea de que existe una conexión entre la nueva campaña y la Unión Europea, en particular que la campaña es compatible con las normas que rigen la política de promoción de la Unión (Reglamento (UE) nº 1144/2014) y/o recibe financiación de la Unión.

**Correo electrónico:** [programasue@mapa.es](mailto:programasue@mapa.es).  
**Teléfonos** 91 347 45 01 / 91 347 55 52 / 91 347 57 12

**9 de enero de 2025**

**Firmado digitalmente**

Subdirectora General de Promoción de los Alimentos de España  
Purificación González Camacho

Código seguro de Verificación : GEN-af2d-9627-0b61-d465-1d3d-c470-f938-43f4 | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :  
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>

9

---

CSV : GEN-af2d-9627-0b61-d465-1d3d-c470-f938-43f4

DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : <https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>

FIRMANTE(1) : PURIFICACION GONZALEZ CAMACHO | FECHA : 17/01/2025 12:27 | Sin acción específica



## ANEXO I CONFORMIDAD DE MATERIALES

Hoja 1

Anualidad:	
Programa:	
Beneficiario:	

	Descripción de los materiales <sup>1</sup>
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	

<sup>1</sup> Reflejar tipo de material y nombre del archivo o archivos informáticos



	Descripción de los materiales <sup>2</sup>
28	
29	
30	
31	
32	
33	
34	
35	
36	
37	
38	
39	
40	
41	
42	
43	
44	
45	
46	
47	
48	
49	
50	

Firmado electrónicamente:

Por parte del beneficiario:

Conformidad de los materiales con el Derecho de la Unión Europea según lo dispuesto en el artículo 9 del RD 38/2017 verificada por la DGIA, por el jefe de servicio responsable del programa:

<sup>2</sup> Reflejar tipo de material y nombre del archivo o archivos informáticos



## DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD DEL MATERIAL DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN CON LA NORMATIVA DE LA UNIÓN EUROPEA

Beneficiario:

Denominación del programa:

Nº de referencia del acuerdo de subvención:

Anualidad:

El material elaborado para el desarrollo del programa europeo de información y promoción en virtud del Reglamento (UE) nº 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, es conforme a lo dispuesto en el Derecho de la Unión Europea, así como en la legislación nacional aplicable, y en su caso en la de Terceros países.

En \_\_\_\_\_, a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20XX

Fdo.:

En calidad de:

Código seguro de Verificación : GEN-af2d-9627-0b61-d465-1d3d-c470-f938-43f4 | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :  
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>

