

13 de noviembre de 2018

**ACCIONES DE INFORMACIÓN Y
PROMOCIÓN RELATIVAS A LOS
PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL
MERCADO INTERIOR Y TERCEROS
PAÍSES**

María Navarro González-Valerio

Subdirectora General de Promoción Alimentaria

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación



I. BALANCE Y EVOLUCIÓN DE LA MEDIDA DE PROMOCIÓN HORIZONTAL EN ESPAÑA

II. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DE LA MEDIDA

III. PRIORIDADES RECOGIDAS EN EL PROGRAMA DE TRABAJO 2019

I. BALANCE Y EVOLUCIÓN DE LA MEDIDA DE PROMOCIÓN HORIZONTAL EN ESPAÑA

VOLUMEN DE INVERSIÓN PUBLICITARIA POR SECTORES

Fuente: InfoAdex 2018

SECTOR	Inversión 2017		Evolución
Automoción	505,6 M€	▲	7,6%
Distribución y Restauración	478,7 M€	▼	-0,9%
Finanzas	411,3 M€	▲	3,3%
Servicios públicos y privados	360,8 M€	▲	16%
Belleza e Higiene	328,5 M€	▼	-6,1%
Alimentación	320,6 M€	▼	-8,9%
Cultura, Enseñanza, Medios de Comunicación	314,5 M€	▲	12,6%
Telecomunicaciones e Internet	258,1 M€	▼	-3,7%
Transporte, Viajes y Turismo	202,9 M€	▲	2,9%
Bebidas	191,5 M€	▲	12,9%



I. BALANCE Y EVOLUCIÓN DE LA MEDIDA DE PROMOCIÓN HORIZONTAL EN ESPAÑA

“TOP 10 SECTORES EN INVERSIÓN PUBLICITARIA ONLINE

Sin duda, la publicidad digital es uno de los filones del ámbito publicitario español. Pero... ¿cómo se ha repartido esta inversión?

1. Automoción (13,8%)
2. Telecomunicaciones (7,17%)
3. Bancos (6,16%)
4. Medios de comunicación (5,72%)
5. Finanzas (5,17%)
6. Hoteles y alojamiento (4,73%)
7. Textil y vestimenta (3,12%)
8. Seguros y previsión (3,10%)
9. Consultorías y servicios (2,34%)
10. Juegos y apuestas (2,07%)”

Fuente: LOS 10 SECTORES LÍDERES DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA ONLINE EN ESPAÑA (JULIO 2018)
Investigación by Lidia Baños - agosto 28, 2018. www.sophiadigital.es

I. BALANCE Y EVOLUCIÓN DE LA MEDIDA DE PROMOCIÓN HORIZONTAL EN ESPAÑA

PROGRAMAS SIMPLES* EN EJECUCIÓN					
Periodo de ejecución	Programa	Organización proponente	Tipo de producto	Mercado destino	Presupuesto total (euros)
2017-2020	Programa de promoción de la leche y los productos lácteos en el marco de unas prácticas dietéticas adecuadas	INLAC	Leche y productos lácteos	España	1.514.795
2017-2020	Pork Lovers Europa mercado interior	INTERPORC	Carne de porcino de capa blanca	España, Reino Unido, Alemania, Francia y Portugal	3.201.000
2017-2020	Plan de promoción de la aceituna de mesa europea en EEUU	INTERACEITUNA	Aceitunas de mesa	EEUU	7.418.144
2017-2020	Programa de información y promoción sobre los sellos europeos de calidad diferenciada DOP e IGP en productos agroalimentarios nacionales	ORIGEN ESPAÑA	Figuras de calidad	España	948.202
2017-2020	Jamón Ibérico, garantía de tradición, salud y calidad	CRDOP GUIJUELO	Jamón Ibérico	Francia, Alemania y Reino Unido	548.031
2018-2021	Programa de información y promoción de la carne de caza silvestre en la UE	ASICAZA	Carne de caza	España y Francia	991.870

*PROGRAMAS SIMPLES: presentados por un sólo EM, en este caso España

I. BALANCE Y EVOLUCIÓN DE LA MEDIDA DE PROMOCIÓN HORIZONTAL EN ESPAÑA

PROGRAMAS SIMPLES EN EJECUCIÓN					
2018-2021	Programa de promoción del aceite de oliva en el mercado interior	OIAO	Aceite de oliva	Alemania, RU, Bélgica, Holanda y España	5.890.337
2018-2021	Promoción del aceite de oliva en EEUU	OIAO	Aceite de oliva	EEUU	5.919.196
2018-2021	Promoción del aceite de oliva	OIAO	Aceite de oliva	China, Taiwán y Japón.	7.435.457
2018-2021	Carnes con estilo	CRDOP Ternasco de Aragón CRIGP Ternera Gallega	Carne de cordero y de ternera con figura de calidad	España	1.461.157
2018-2021	Luxury meat from Europe	INTEROVIC	Carne de ovino	Israel, Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos y Hong Kong	1.000.000
2018-2021	Denominaciones de origen, mucho mas que un lugar	CRDO Somontano y CRDO Jamón de Teruel	Vino y jamón con denominación de origen	España	3.165.000
2018-2021	What a wonderful beef	PROVACUNO	Carne de vacuno	Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí, Vietnam y Hong Kong	2.249.903

I. BALANCE Y EVOLUCIÓN DE LA MEDIDA DE PROMOCIÓN HORIZONTAL EN ESPAÑA

PROGRAMAS SIMPLES EN EJECUCIÓN

Periodo de ejecución	Programa	Organización proponente	Tipo de producto	Mercado destino	Presupuesto total (euros)
2018-2021	Programa de información y promoción del jamón en terceros países	ASICI	Jamón	México	1.148.071
2018-2021	Programa de información y promoción del jamón en mercado interior	ASICI	Jamón	España, Francia, Alemania y RU	4.684.300
				TOTAL	47.575.462

I. BALANCE Y EVOLUCIÓN DE LA MEDIDA DE PROMOCIÓN HORIZONTAL EN ESPAÑA

PROGRAMAS SIMPLES PENDIENTES DE FIRMA					
2019-2022	Origen Sabor 2018	ASPORCAN, CRDO KAKI RIBERA DEL XÚQUER y CRDO CEREZA DEL JERTE	Frutas	España y Alemania	6.539.014,00
2019-2021	Programa de promoción de la leche y los productos lácteos en el marco de unas prácticas dietéticas adecuadas	INLAC	Leche y productos lácteos	España	1.521.589,00
2019-2022	Good day with bread	INCERHPAN	Pan	España	1.031.902,00
2019-2022	Caprice	HAZI	Guindilla de Ibarra, Bonito y Anchoa, Chacolí de Vizcaya, Guetaria y Álava	Japón y EEUU	2.498.096,00
2019-2022	Gourmed	FIAB	Cesta de productos	Japón, Filipinas, Singapur y Vietnam	1.886.084,00
2019-2022	Specialty Food	FIAB	Cesta de productos	EEUU y Canadá	1.900.000,00
				TOTAL	15.376.685

I. BALANCE Y EVOLUCIÓN DE LA MEDIDA DE PROMOCIÓN HORIZONTAL EN ESPAÑA

Esta herramienta de la PAC posibilita que España cuente en la actualidad con programas de promoción de sus alimentos por valor de 62,95 M de euros.

La subvención mínima, la de programas en el mercado interior presentados por un solo EM es del 70%, pero asciende al 80% en el caso de programas presentados por varios EEMM o destinados a terceros países.

I. BALANCE Y EVOLUCIÓN DE LA MEDIDA DE PROMOCIÓN HORIZONTAL EN ESPAÑA

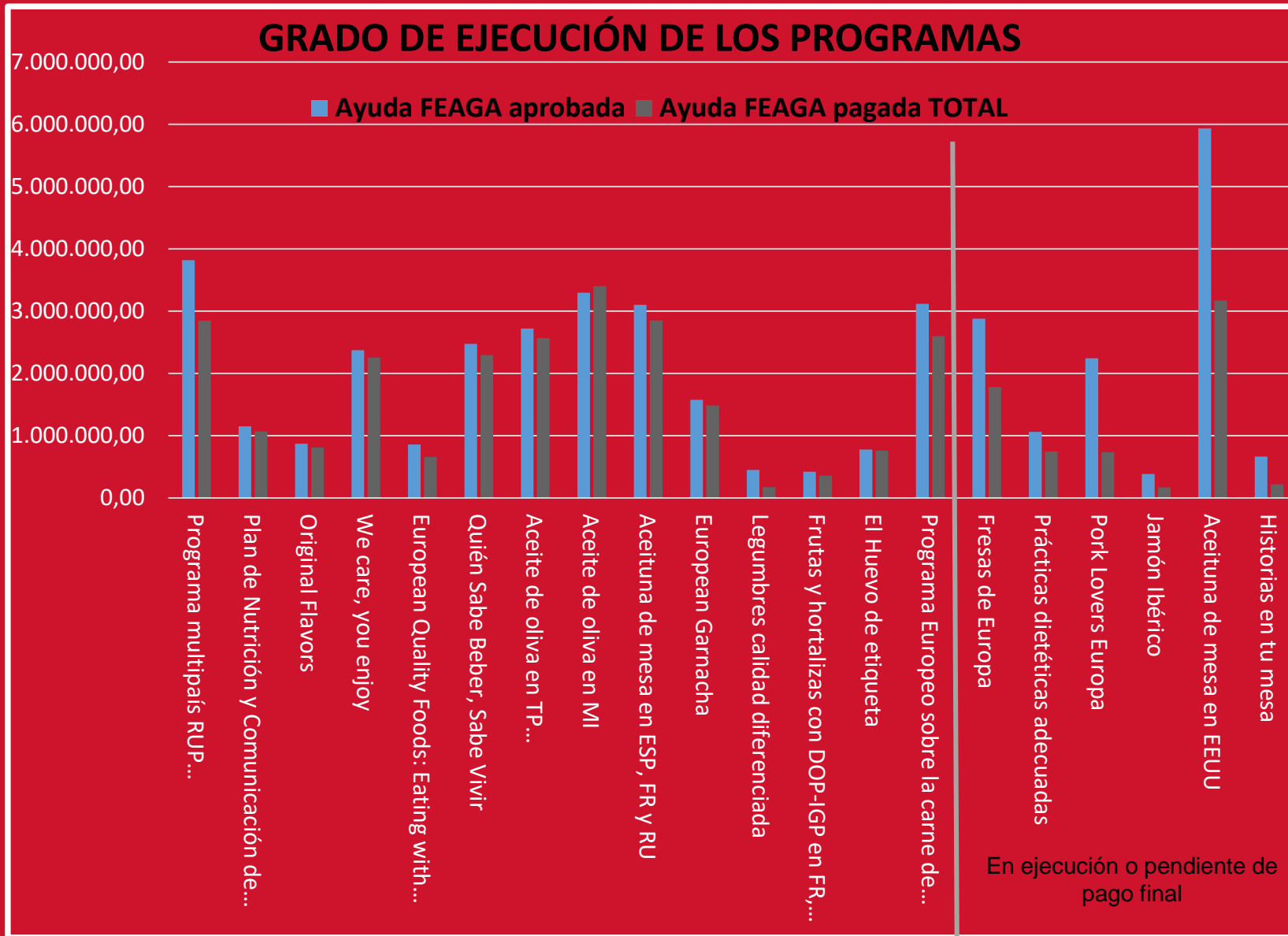
PROGRAMAS MÚLTIPLES EN EJECUCIÓN					
Periodo de ejecución	Programa	Organización proponente	Tipo de producto	Mercado destino	Presupuesto total
2017-2020	Seal International Quality Extra Virgin promotion	QvExtra! International y Consorzio di Garanzia dell'Olio Extra Vergine di Oliva di Qualità (IT)	Aceite de oliva	Japón y EEUU	710.352,96
2017-2020	European Garnacha/Grenache Quality Wines	Asociación para la Promoción del Vino de Garnacha (Garnacha Origen), Conseil Interprofessionnel des Vins du Roussillon (FR)	Garnacha	EEUU y Canadá	3.000.000,00
2017-2020	Highlight OMR logos in EU	ASPROCAN, Union des Groupements de Producteurs de Bananes de Guadeloupe et Martinique (FR) y Gesba (PORT)	Plátanos y bananas	Bélgica, Francia, Alemania, Polonia, Portugal y España.	3.375.000,00
2018-2021	Programa de promoción de la carne de ovino y caprino como sistemas de producción sostenibles	INTEROVIC y JKTTSZSZ (Hungría)	Carne de ovino y caprino	España y Hungría	6.825.000,00
2018-2021	Programa de promoción de la carne de conejo	INTERCUN y ASPOC (Port)	Carne de conejo	España y Portugal	4.819.859,08

I. BALANCE Y EVOLUCIÓN DE LA MEDIDA DE PROMOCIÓN HORIZONTAL EN ESPAÑA

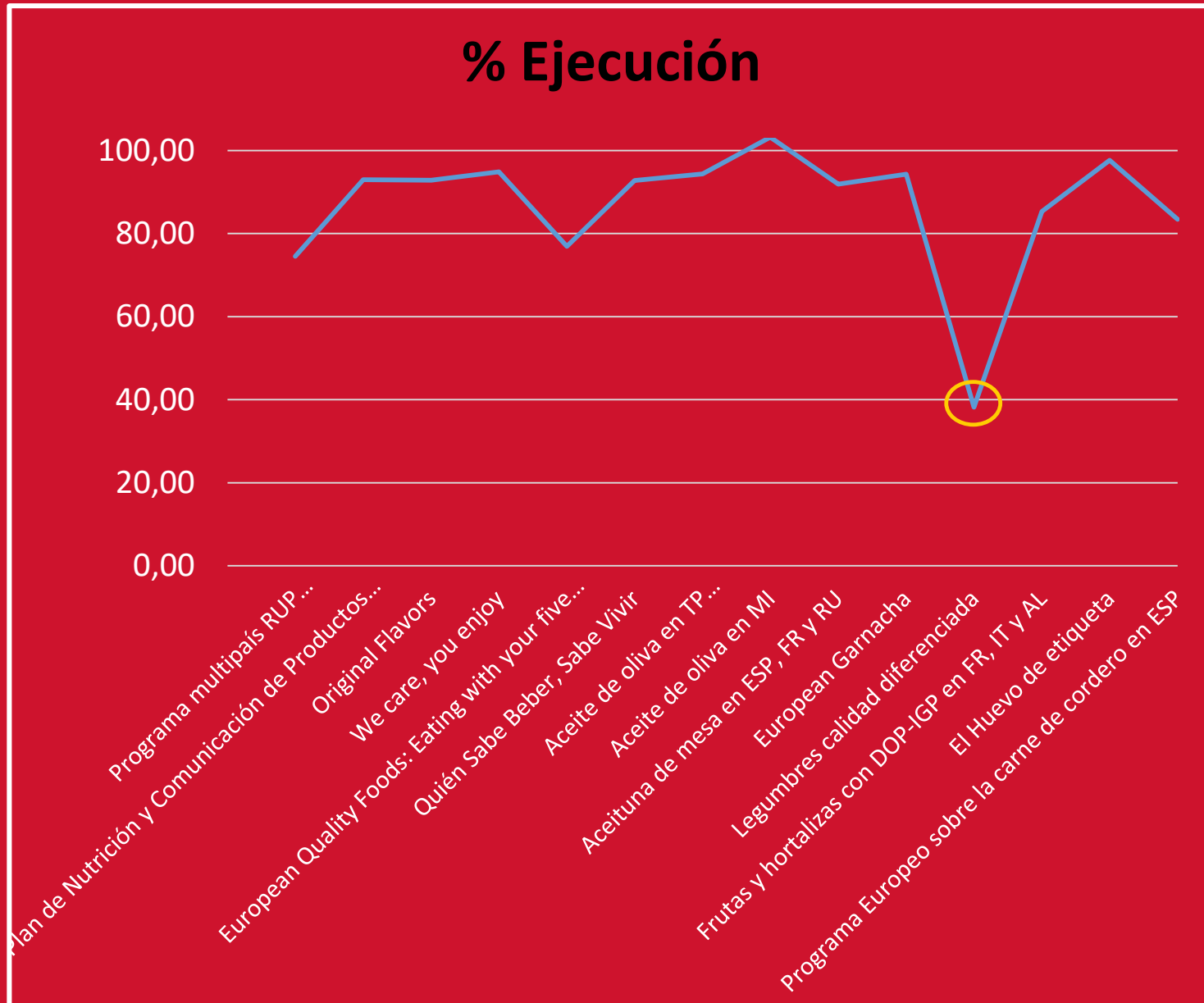
España participa junto a otros EEMM en la promoción de sus alimentos por un importe adicional por valor de 18,73 M de euros.

Estos datos sitúan a España entre los primeros perceptores de esta ayuda en Europa.

II. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DE LA MEDIDA



II. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DE LA MEDIDA



La ejecución media de estos programas es del 86,67% (90,4% si excluimos al programa interrumpido)

III. PRIORIDADES RECOGIDAS EN EL PROGRAMA DE TRABAJO 2019

Presupuesto creciente para la política de promoción:

2017	2018	2019
142,5 M euros	188,6 M euros	201, 1 M euros

De los cuáles:

- 100 M euros para programas simples
- 91,6 M euros para programas múltiples
- 9,5 M de euros para acciones llevadas a cabo por iniciativa de la Comisión

III. PRIORIDADES RECOGIDAS EN EL PROGRAMA DE TRABAJO 2019

Doble objetivo:

- Incrementar las actividades de promoción en terceros países dónde haya el mayor potencial de crecimiento
- En el mercado interior informar a los consumidores acerca de los altos estándares de calidad de los alimentos europeos y en concreto aquellos amparados por figuras de calidad diferenciada



III. PRIORIDADES RECOGIDAS EN EL PROGRAMA DE TRABAJO 2019

SIMPLE PROGRAMMES		100 M
Simple programmes in the Internal market		[20M]
<u>Topic 1.</u> Programmes on EU quality schemes (PDO, PGI, TSG, OQT), organic, RUP		[12 M]
<u>Topic 2.</u> Programmes highlighting the specific features of agricultural production methods in the Union (food safety, traceability, authenticity, labelling, nutritional and health aspects, animal welfare, respect for environment and sustainability) and the characteristics of EU products in terms of quality, taste, diversity or traditions (=outside EU quality schemes)		[8 M]
Simple programmes in Third Countries		[75 M]
<u>Topic 3.</u> China, Japan, Korea, South East Asia, Southern Asia		[25.25M]
<u>Topic 4.</u> Canada, USA, Mexico and Columbia		[22 M]
<u>Topic 5.</u> Other geographical areas		[25.25M]
<u>Topic 6.</u> Table olives		[2.5M]
Simple programmes for market disturbance/additional call for proposals		
[5M]		

III. PRIORIDADES RECOGIDAS EN EL PROGRAMA DE TRABAJO 2019

MULTI PROGRAMMES 91.6 M	
Multi programmes in the Internal Market [43.3 M]	
<u>Topic A.</u> Programmes on EU quality schemes [(PDO, PGI, TSG, OQT), organic, RUP] <u>or</u> Programmes highlighting the specific features of agricultural production methods in the Union (food safety, traceability, authenticity, labelling, nutritional and health aspects, animal welfare, respect for environment and sustainability) and the characteristics of EU products in terms of quality, taste, diversity or traditions	[32.8 M]
Topic B. Healthy eating: fruits and vegetables	[8M]
Topic C. Sustainably produced rice	[2.5M]

III. PRIORIDADES RECOGIDAS EN EL PROGRAMA DE TRABAJO 2019

Multi programmes in Third Countries [43.3M]	
<u>Topic D.</u> Programmes on EU quality schemes [(PDO, PGI, TSG, OQT), organic, RUP] <u>or</u> Programmes highlighting the specific features of agricultural production methods in the Union (food safety, traceability, authenticity, labelling, nutritional and health aspects, animal welfare, respect for environment and sustainability) and the characteristics of EU products in terms of quality, taste, diversity or traditions.	[38.3 M]
<u>Topic E.</u> Beef	[5M]
Multi programmes for market disturbance/additional call for proposals [5M]	
Comission's own initiatives [9,5M]	
TOTAL PROMOTION ACTIONS [201,1M]	

#alimentosdespaña