

# ASPECTOS DE INTERÉS EN LA GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS EUROPEOS



15 de marzo de 2018

## Características de los programas

- Destacar la especificidad de los métodos de producción agrícola de la Unión
  - Seguridad de los alimentos, trazabilidad, autenticidad, etiquetado, aspectos nutricionales y sanitarios, bienestar animal, respeto al medio ambiente y sostenibilidad
  - Características de los productos: calidad, sabor, diversidad, tradiciones
- Aumentar el conocimiento sobre la autenticidad de sellos de calidad europeos

### Limitaciones

No orientados en función de  
marcas comerciales

No podrán incitar el  
consumo de un producto  
por razón de su origen  
concreto

# Mensajes

## • PRINCIPALES:

- ✓ Son obligatorios.
- ✓ Carácter destacado y con dimensión europea (art. 3 R (UE) 1144/2014).
- ✓ Puede estar incorporado en el slogan/claim de la campaña.
- ✓ No se corresponde con el logo de UE/lema “Enjoy, its from Europe”

## • SECUNDARIOS:

- ✓ Son opcionales.
- ✓ Complementarios al mensaje principal.
- ✓ Menciones al origen, regímenes de calidad, presencia de marcas, alegaciones a la salud...

# Ejemplos de mensajes principales

LO BUENO DE NUESTRA TIERRA LLEVA ESTE SELLO



**PON**  
 LEGUMBRES  
 DE CALIDAD DIFERENCIADA

TRES RACIONES POR SEMANA  
 DE CUCHARA O ENSALADA



**ALBUJAS CON VERDURAS**  
 400 g de alubias • 1 patata • 1 zanahoria • 2 cucharadas de aceite • 2 cucharas  
 1 tomate al dente • Aceite de Oliva • Sal


**ENSALADA DE BARRIGANZOS**  
 1/2 calabacín por cucharada • 1 zanahoria • 200 g de queso Ricotta  
 1/4 de tomate • 1 cebolla • aceite de oliva • Vinagre • Sal • Pimentón

**ENJOY IT'S FROM EUROPE**




A TASTY MESSAGE FROM EUROPE



**HAVE AN OLIVE DAY**



WITH OLIVES FROM SPAIN

OLIVES CONTAIN THE FOUR BASIC TASTES: SWEET, SALTY, SOUR AND BITTER AND THEY CAN BE PREPARED A THOUSAND WAYS: IN PIZZAS, SALADS, PASTA, RICE OR EVEN DESSERTS. STUFFED, MALINATED OR AS A TOPPING FOR YOUR FAVORITE DISHES. PUT SOME OLIVE IN YOUR MEALS 365 DAYS A YEAR! HAVE A CREATIVE DAY WITH OLIVES FROM SPAIN!

**ENJOY IT'S FROM EUROPE**

CAMPANIA FINANZIATA DALLA UNIONE EUROPEA

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS CAMPAIGNS THAT PROMOTE A HEALTHY LIFESTYLE.

# Ejemplos de mensajes principales



# Mensajes

- **SECUNDARIOS: MENCIONES AL ORIGEN**  
(art. 2, 3 y 4 reglamento de ejecución (UE) 2015/1831)

## Condiciones:

- Sólo en soportes visuales, no audio y en un área separada del mensaje principal.
- Al menos deben tener carácter nacional (España) o supranacional (Mediterráneo).
- Puede ser explícito (nombre del país) o implícito (en logo o bandera).
  - **MI**: Importancia secundaria
  - **TP**: Al mismo nivel que mensaje principal
- Productos con **regímenes de calidad**: sin restricciones

# Ejemplos de menciones al origen



# Ejemplos de menciones al origen

Implicito: en el logo de la organización









# Mensajes

- **SECUNDARIOS**: Menciones al origen en el caso de los **REGÍMENES DE CALIDAD**
  - ✓ En el caso de los programas de información sobre las *figuras de calidad europeas*: sin restricciones. Los productos aparecen de manera secundaria respecto al mensaje principal europeo.
  - ✓ En el caso de las *RUP*, se puede mencionar el origen en el símbolo gráfico y en el material visual.
  - ✓ En el caso de las *figuras nacionales de calidad* (art. 16.1, letras b) y c) R(UE) 1305/2013):
    - Si estaba previsto en la propuesta aprobada por la Comisión:
      - **MI**: Importancia secundaria
      - **TP**: Al mismo nivel que mensaje principal
    - Si no estaba previsto en la propuesta aprobada por la Comisión: **no permitido**, pero se puede admitir en el caso de la producción ecológica con los mismos criterios que el anterior.

# Mensajes

## • SECUNDARIOS: Menciones al origen en el caso de los REGÍMENES DE CALIDAD

Quality scheme	EU schemes				National schemes
	PDO/PGI/STG	OQT	Organic	RUP	NQS
"logo"		"Mountain products"			
Mention of origin in the logo	NO	NO	NO	YES	YES or NO
Name registered at EU level	YES	N/A	N/A	N/A	N/A
Rules to mention origin	<p>No restriction for the name provided that the reference corresponds exactly to that registered by the Union</p> <p>National origin also under general condition</p>	<p>National only and :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IM – secondary/ Main EU message</li> <li>- TC- same level as/ Main EU message</li> </ul>	<p>National only and :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IM – secondary/ Main EU message</li> <li>- TC- same level as/ Main EU message</li> </ul>	<p>Mention the name of the outermost regions in the related graphic symbols without any restriction</p> <p>National origin also under general condition</p>	<p>Mention of origin referred in the national scheme if any and :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IM – secondary/ Main EU message</li> <li>- TC- same level as/ Main EU message</li> </ul> <p>National origin also under general condition</p>
Reminder on the content of the DA	On IM : main message on the scheme. One or several products can illustrate the scheme – it/they shall be secondary				

# Ejemplos de menciones al origen en el caso de regímenes de calidad

Discontentados o insatisfechos con el producto, por favor, comuníquenoslo al fabricante o al proveedor. No se responsabiliza de la información que contiene. Europa no admite ninguna responsabilidad por el uso que pudiera hacerse de la información que contiene.

**TERNERA GALLEGA**  
LA TERNERA CON CLASE

**CARNES CON ESTILO**

CON SELLOS EUROPEOS DE CALIDAD

**INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA**

**TERNASCO DE ARAGÓN**  
EL CORDERO CON GUSTO

ENJOY IT'S FROM EUROPE

LA UNIÓN EUROPEA APOYA CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN PRODUCTOS AGRÍCOLAS DE ALTA CALIDAD.

# Mensajes

- **SECUNDARIOS: PRESENCIA DE MARCAS**  
(art. 5, 6 y 7 reglamento de ejecución (UE) 2015/1831)

## Condiciones:

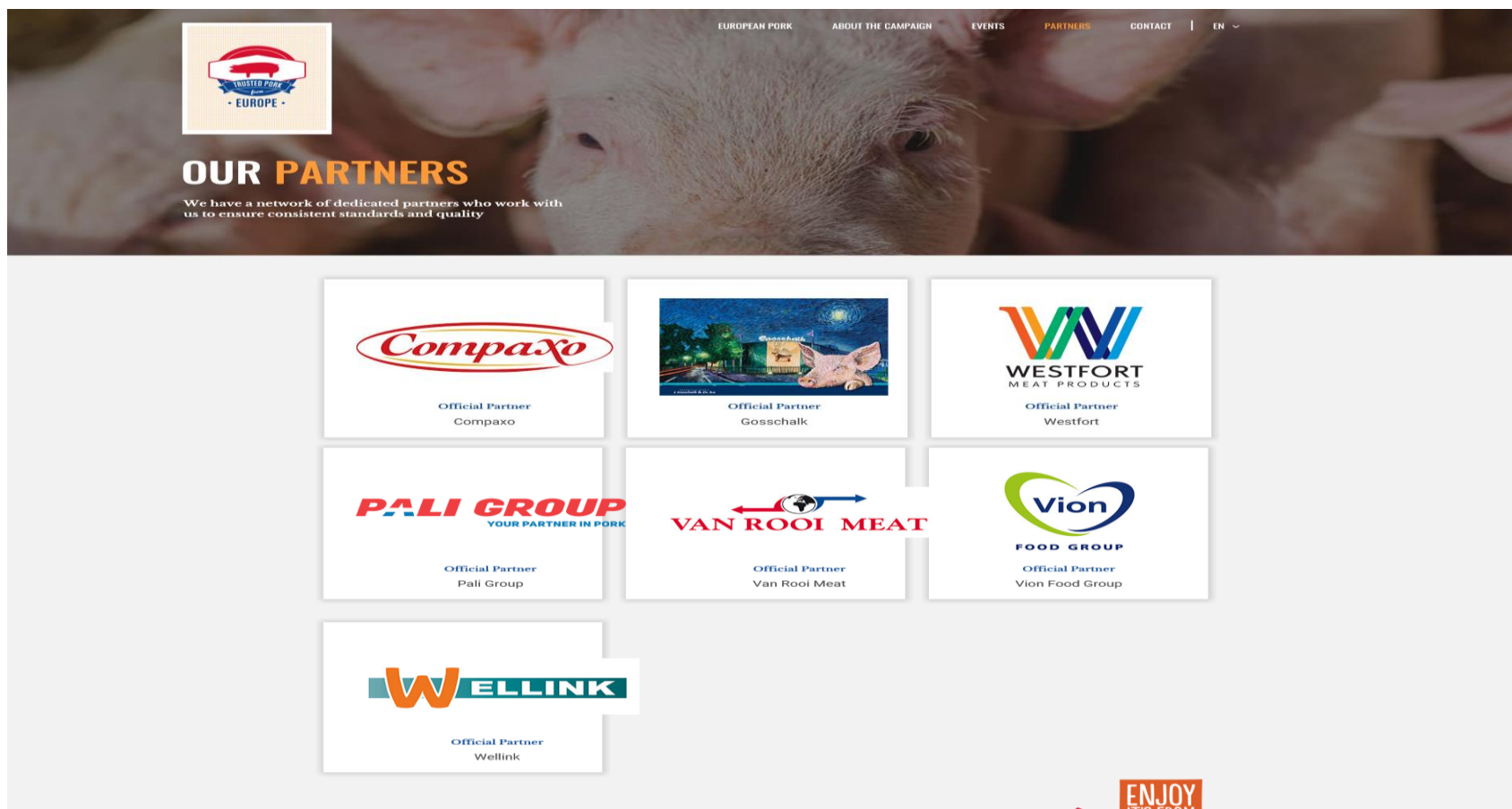
- Correctamente justificado en la propuesta de programa.
- Sólo en demostraciones (ferias, puntos de venta, páginas web...) o degustaciones.
- En soportes visuales (máximo **5% de superficie** total del soporte), no audio y en un área separada del mensaje principal.
  - No discriminación e **igualdad** de trato y acceso.
    - **Misma visibilidad**
    - Varias marcas (**mínimo de 5**).

# Ejemplos de presencia de marcas

Individual but identical corner for each representative of brands  
Same size of the names of the brands (5%) – under an EU message



# Ejemplos de presencia de marcas



Página web del programa

# Mensajes

- **SECUNDARIOS: ALEGACIONES A LA SALUD, PRACTICAS DIETÉTICAS ADECUADAS O CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL.**

## Condiciones:

- En línea con el Libro Blanco de la Comisión sobre una estrategia para nutrición, sobrepeso y obesidad.
- Cumplir lo dispuesto en el R(CE) 1924/2006 o aprobado por la autoridad nacional competente en materia de salud pública en el que se desarrolle el programa.

# Ejemplos sobre practicas dietéticas adecuadas

**DI QUE SI**

A UNA VIDA ACTIVA

A UNA DIETA SANA Y EQUILIBRADA

AL MENOS **3** LÁCTEOS AL DÍA

SIGUENOS EN **LACTEOSDIQUESI.EU** Y EN NUESTRO **f**

EL CONTENIDO DE LA PRESENTE PUBLICIDAD REPRESENTA ÚNICAMENTE LA OPINIÓN DE SU AUTOR Y ES RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL MISMO. LA COMISIÓN EUROPEA, NI ASUME NI MUESTRA RESPONSABILIDAD POR EL USO QUE PUEDA HACERSE DE LA INFORMACIÓN QUE CONTIENE.

**inLac** ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL LÁCTEA

CAMPAÑA FINANCIADA CON LA AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA VIDA SANA.

**ENJOY IT'S FROM EUROPE**



# Materiales promocionales

## • Visibilidad de la financiación de UE

### Emblema UE+ Texto

### Lema



- ✓ Acompañado de textos siguientes:



CAMPAIGN FINANCED WITH AID FROM THE EUROPEAN UNION \*

(\* ) O su traducción en la lengua del mercado destinatario

- ✓ En medios visuales: claramente visibles al principio, durante o final del mensaje.
- ✓ En medios sonoros, escucharse de forma clara al final del mensaje.

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.

# Materiales promocionales

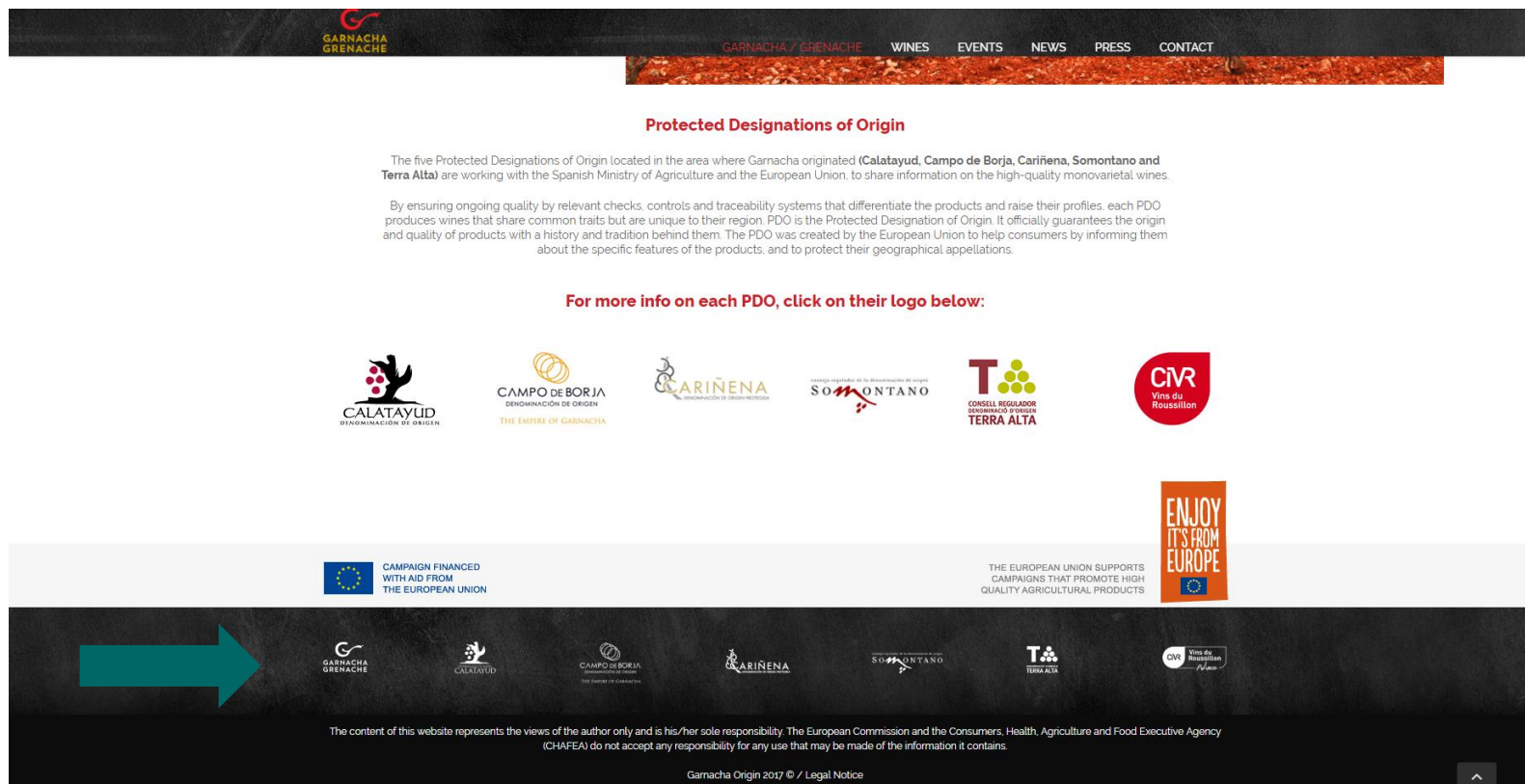
- **Cláusula de exención de responsabilidad**
  - ✓ En todo el material visual utilizado, excepto los pequeños artículos de promoción (ejemplo bolígrafos, ect).
  - ✓ En sitios web, debe figurar en el aviso legal.

*“El contenido de la presente [incluir descripción apropiada, por ejemplo, publicidad, publicación, artículo, ect] representa únicamente la opinión de su autor y es responsabilidad exclusiva del mismo. La Comisión Europea no asume ninguna responsabilidad por el uso que pudiera hacerse de la información que contiene”.*



# Materiales promocionales

- **Logos de las organizaciones**
- ✓ Se admiten pero con una presencia menos destacada, en términos de tamaño, color, posición, frente al logo UE.



The content of this website represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission and the Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency (CHAFEA) do not accept any responsibility for any use that may be made of the information it contains.

# Aprobación de los materiales promocionales

- **Enviar semestralmente copia de los materiales elaborados, junto con una declaración de conformidad de cumplimiento de la legislación UE.**
- **Opcionalmente, se pueden enviar antes de su utilización para revisión y aprobación por parte de la SG Promoción Alimentaria.**



***Muchas gracias  
por su atención***

Mercedes Gilgado Zahonero  
SG Promoción Alimentaria  
[programasue@mapama.es](mailto:programasue@mapama.es)