



Mediante la renovación del convenio con ICEX para los años 2022 y 2023

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación destina 4,7 millones de euros al impulso de la promoción internacional de los alimentos de España

- El convenio de colaboración firmado con ICEX incluye actividades promocionales en países de gran interés para el sector como China, Japón, Estados Unidos, México, Canadá, Reino Unido y Suiza
- Con este nuevo convenio se da continuidad a la campaña Spain Food Nation que presenta a España como un país que alimenta de forma segura a Europa y el mundo

15 de junio de 2022. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través del ICEX, han firmado la renovación del acuerdo de colaboración que implementará la campaña de comunicación internacional a favor del sector agroalimentario español, Spain Food Nation, que se desarrollará en el periodo comprendido entre los ejercicios 2022 y 2023. El Boletín Oficial del Estado (BOE) [ha publicado hoy](#) la renovación del convenio.

El gobierno destinará 4.780.000 euros en su apuesta por promocionar y consolidar la notoriedad y reputación generada en los distintos públicos objetivos de la campaña, dando así mayor visibilidad a los alimentos de España en los mercados internacionales.

Se dará difusión a los materiales ya generados en los convenios previos y a nuevos contenidos, a través medios de comunicación internacionales de alcance global y gran prestigio (canales de televisión en diferentes idiomas y medios de comunicación digital y generalistas). Se incluirán además otras acciones, como colaboraciones con prescriptores para profundizar en el conocimiento de los productos españoles, y la organización de eventos de relaciones públicas dirigidos principalmente a público profesional y prescriptores de opinión y de compra.





Los países en los que se concentrará la inversión en medios serán EEUU, México, Canadá, China y Japón. Dentro de Europa se incidirá de forma especial en Reino Unido y Suiza, con inserciones adicionales, al tiempo que se mantiene una inversión constante en medios de los países de la Unión Europea.

Los eventos de relaciones públicas se centrarán también en los mercados de América del Norte, Asia y Europa.

