



Hoy, en la clausura del grupo de expertos “Embajadores Ecológicos”

Luis Planas resalta la importancia de la promoción para elevar el grado de conocimiento de los alimentos ecológicos entre los consumidores

- Ha reconocido que, pese al espectacular crecimiento del consumo de productos ecológicos en los últimos años, su nivel está aún lejos del de otros países del entorno europeo
- España es el segundo país comunitario por superficie y el tercero en cuanto a número de operadores en este sector, además de ser el segundo exportador mundial de alimentos ecológicos

14 de noviembre de 2023. El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación en funciones, Luis Planas, ha clausurado este martes la sexta reunión del grupo de expertos “Embajadores Ecológicos”, que en esta ocasión se ha centrado en la promoción, una herramienta que ha considerado fundamental para elevar el grado de conocimiento de los alimentos ecológicos entre los consumidores, que pueden distinguirlos en los puntos de venta por su logotipo de la denominada *Hoja Verde*.

La reunión, que ha tenido lugar en la sede ministerial, ha contado con la asistencia de 19 delegaciones de distintos Estados miembros. En esta edición bajo la Presidencia española del Consejo de la Unión Europea (UE), los participantes han debatido e intercambiado información sobre las diferentes experiencias, actuaciones y buenas prácticas promocionales de los beneficios del consumo de alimentos ecológicos a nivel europeo, nacional y sectorial.

En su intervención, Luis Planas ha manifestado “el firme compromiso con el impulso y el fortalecimiento del sector de la producción ecológica en España y en Europa”.

A su juicio, el futuro del sector agrario de la UE ha de pasar por una producción ecológica, digital, sostenible y climáticamente neutra para que, de aquí a 2050, se



consolide como un motor para la inversión y el crecimiento. “El futuro será ecológico o no será y, evidentemente, la producción agroalimentaria ecológica es para España y para la UE una gran prioridad”, ha asegurado.

Respecto a la producción ecológica, ha destacado que “es uno de los modelos a seguir”, ya que “es el que mejor contribuye a la protección del medio ambiente y del clima, a la fertilidad de los suelos, a la mejora y protección de la biodiversidad, al bienestar animal y al mantenimiento de razas autóctonas o en peligro de extinción”.

En este sentido, ha recordado su impulso a través de las estrategias “De la granja a la mesa” y “Biodiversidad” del Pacto Verde Europeo, que buscan que al menos el 25 % de las tierras agrícolas de la UE se utilicen en agricultura ecológica en 2030, con la mirada puesta en alcanzar un sistema alimentario más sostenible, de calidad y resiliente y, a la vez, una dieta saludable de la población.

Para Planas, la promoción de productos ecológicos y su consecuente extensión del consumo inciden positivamente en los tres pilares de la sostenibilidad del sector primario: económica, social y medioambiental. Y, además, ofrece al consumidor información para diferenciar un alimento ecológico certificado del que no lo es, y sobre los requisitos que son necesarios para su certificación, aspectos en los que, según el ministro en funciones, hay que seguir trabajando, ya que “todavía existe cierto desconocimiento”.

“Estoy convencido de que un consumidor fiel es el que conoce bien las características de los productos y las aprecia. Y que un consumidor formado es un consumidor responsable desde el punto de vista social y ambiental. Conseguir esa formación y esa fidelidad es una responsabilidad colectiva a la cual contribuye lo que venimos haciendo en España y en la Unión Europea, como la de esta reunión de Embajadores Ecológicos”, ha indicado.

“AQUÍ SOMOS ECO-LÓGICOS”, UNA CAMPAÑA CON MUY BUENOS RESULTADOS

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación inició en 2021 la campaña “Aquí somos eco-lógicos. Nada que esconder”, en el marco de otra campaña de publicidad institucional, la de “El país más rico del mundo”, que ha seguido difundándose este año.





El ministro en funciones ha hecho referencia a ella al indicar que es la más ambiciosa que se ha realizado hasta la fecha en el sector ecológico -el ministerio ha destinado 1,35 millones de euros-, con un resultado muy positivo. Parte de su éxito se debe a la colaboración con el sector privado, ya que en ella han participado las cinco organizaciones más representativas del mundo ecológico español.

UNA ACTIVIDAD CON GRAN POTENCIAL Y MUY RESILIENTE

El ministro en funciones también ha aprovechado para hacer un repaso de la evolución del sector ecológico en España. Según ha asegurado, su impulso ha sido “espectacular” a largo plazo, como lo demuestra que el consumo de productos ecológicos se ha multiplicado por 19 en los últimos veinte años. La covid-19 y la invasión de Ucrania no han frenado las trayectorias de crecimiento y consolidación de la producción ecológica, lo que demuestra el “gran potencial de resiliencia y la importancia” de esta actividad en España.

Los últimos datos disponibles de 2022 apuntan a que España es, tras Francia, el segundo país en superficie dedicada a la producción ecológica. En concreto, cuenta con 2,67 millones de hectáreas, lo que supuso un 1,5 % más que en 2021.

Además, es el tercer país europeo, tras Francia e Italia, en cuanto a número de operadores en el sector ecológico, con una cifra de 60.621, y es también el segundo exportador mundial de alimentos ecológicos, esta vez tan solo superado por Italia.

A las campañas de promoción como la de “Aquí somos eco-lógicos”, Luis Planas ha sumado la relevancia de su presencia en ferias agroalimentarias internacionales y a través de otras actuaciones. Entre estas últimas, ha citado los Premios Alimentos de España, que son los reconocimientos más importantes que concede el ministerio cada año. Para la próxima edición, los galardones al mejor aceite de oliva virgen extra cuentan con una nueva categoría que premiará el mejor AOVE de producción ecológica.

Enlace a la [intervención del ministro](#) en la clausura de la reunión del grupo de expertos “Embajadores ecológicos”.

Enlace a la campaña “[Aquí somos eco-lógicos](#)”.

