



Programas europeos de promoción agroalimentaria

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación anima al sector a participar en la convocatoria que se espera para primeros de año

- **Estará dotada con 173 millones de euros de los 182,9 millones que tendrá el programa promocional y contará con un elevado porcentaje de cofinanciación por parte de la UE**

18 de diciembre de 2020. A primeros de año se prevé la publicación de la próxima convocatoria europea de programas de promoción alimentaria, que estará dotada con 173 millones de euros de los 182,9 millones con los que se ha dotado la iniciativa. Contará, además, con un elevado porcentaje de cofinanciación por parte de la Unión Europea, entre el 70 y el 80 por ciento.

Así se ha puesto de manifiesto en la jornada de trabajo organizada hoy por la Subdirección General de Promoción de los Alimentos de España para divulgar los programas europeos de información y promoción de productos agroalimentarios en mercado interior y terceros países. El objetivo ha sido animar a todos los sectores a participar en la convocatoria, que es considerada por la subdirección como “una buena oportunidad”.

Este [programa de trabajo de política de promoción](#) presta especial atención a la promoción de productos y métodos agrícolas que contribuyan más directamente a los objetivos del Pacto Verde Europeo y da prioridad a las frutas, hortalizas y productos ecológicos, así como a la agricultura sostenible. Está diseñado para aumentar la competitividad del sector y facilitar su expansión por los mercados agroalimentarios mundiales.

Del montante total, 86 millones de euros tendrán como destino campañas directamente relacionadas con las ambiciones del Pacto Verde Europeo y la estrategia “De la granja a la mesa”. Otras partidas importantes serán las destinadas a destacar las estrictas normas de calidad y seguridad de la UE y la





diversidad y la tradición de los alimentos, lo que incluye directamente a las indicaciones geográficas.

Fuera de la UE, las prioridades estarán en mercados con alto potencial de crecimiento, como Japón, Corea del Sur, Canadá y México.

En el seminario, celebrado telemáticamente, se han revisado aspectos claves para la presentación de propuestas y diversos temas relativos a la gestión de las mismas. También se ha repasado lo más relevante de las convocatorias de 2020 y se han resuelto las dudas planteadas por los 180 participantes.

La promoción, según han explicado los ponentes, es una herramienta básica para influir en la decisión de compra y fomentar el consumo de los productos. En este sentido, las acciones de promoción resultan necesarias e imprescindibles para el sector agroalimentario, ya que, además, inciden en la confianza de los ciudadanos en los alimentos.

España participa actualmente en 20 programa simples (presentados por una o varias organizaciones de un mismo Estado miembro) por importe total de 64,47 millones de euros, lo que supone 47,59 millones de cofinanciación de la UE.