

3.6. Importaciones países terceros

Durante el 2004 se autorizaron 54 importaciones de productos ecológicos provenientes de países no comunitarios:

- Ocho por el procedimiento descrito en el artículo 11.1 del Reglamento (CEE) 2092/91, que regula la producción ecológica en la Unión Europea, procedentes de países que tienen reconocida la equivalencia de normas respecto al reglamento citado.
- Cuarenta y seis por el procedimiento del artículo 11.6 del Reglamento (CEE) 2092/9.1

Entre los productos importados más frecuentes se encuentran la soja y derivados, frutas tropicales, plantas medicinales, especias, café, cacao, diversas presentaciones de té, azúcar y cereales, y procedieron de América, Asia, Europa y África.

3.7. Otras actividades

Agricultura Ecológica

- Introducción de la producción ecológica en el Plan de Seguros Agrarios Combinados para 2005, mediante el establecimiento de precios diferenciados.
- Puesta en marcha de la Base de Datos de Semillas Ecológicas que hace pública la oferta de semillas y patatas de siembra provenientes de la agricultura ecológica comercializadas en España.
- Acciones formativas: se han organizado dos ediciones del "Curso de Formación de Formadores en Agricultura Ecológica" y una edición del "Curso para Técnicos de Control de la Agricultura Ecológica" en el Centro Nacional de Capacitación de San Fernando de Henares.
- Realización de los estudios siguientes:
 - "Estudio sobre el Sector Industrial de Producción Ecológica"
 - "Estudio sobre el Abastecimiento de Materias Primas para la Alimentación Animal en Ganadería Ecológica"
 - "Estudio sobre Disponibilidad de Semillas y Material de reproducción vegetativa en Agricultura Ecológica"
 - "Estudio sobre Conocimiento, Hábitos de Compra y Consumo de los Productos Ecológicos en España".

4. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

4.1. Subvenciones para acciones de promoción destinadas a fomentar el conocimiento y el consumo de productos alimentarios

Dado que el sector alimentario constituye un elemento fundamental dentro de la economía española, con producciones de alta calidad, para garantizar la comercialización de estos productos alimentarios, debemos contar con una adecuada política de promoción, de aquí que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación venga publicando desde el año 2003 una Orden Ministerial anual, con vocación de continuidad, por la que se concede hasta un 50% de subvención para la realización de acciones de promoción destinadas al fomento del conocimiento y del consumo de productos alimentarios.

Para ello se recoge en la mencionada Orden la realización de campañas de promoción y publicidad genéricas, realización de jornadas técnicas, elaboración de material divulgativo, así como la publicación de fichas, documentación y monográficos sobre alimentos de calidad españoles.

Con todo esto, lo que se persigue es dar a conocer a los consumidores, a través de las Asociaciones sectoriales correspondientes, todos aquellos productos españoles de calidad y que por determinadas circunstancias o costumbres han visto decrecer su consumo o incluso son desconocidos para los mismos.

Con fecha 20 de mayo de 2004 se publicó en el BOE la Orden APA/1390/2004, de 13 de mayo, por la que se establecen las bases reguladoras y la convocatoria para el ejercicio 2004, de las subvenciones para acciones de promoción destinadas a fomentar el conocimiento y el consumo de productos alimentarios.

En base a la mencionada Orden, se concedieron las siguientes subvenciones:

Cuadro n.º 41:

Empresa	Promoción	Subvención €
Interprofesional Citrícola Española Intercitrus	Campaña consumo de naranjas y clementinas	90.000,00
Asociación Nacional de Cría y Engorde del Caracol	Campaña consumo de caracol de criadero	18.062,50
Organización Interprofesional de la Avicultura de Carne de Pollo (PROPOLLO)	Campaña consumo de la carne de pollo	11.000,00
Entidad Promotora del Jamón Serrano de Teruel. PROMORIGEN - AIE	Campaña consumo del jamón de Teruel	153.258,09
FUNDAGRO	Consumo del espárrago de Navarra	7.773,11
Fundación General de la Universidad de Valladolid	Jornadas técnicas sobre producciones ecológicas	826,25
Fundación Semana Verde de Galicia	Campaña publicitaria en medios de comunicación sobre la Semana Verde de Galicia	28.089,01
EUMEDIA S.A.	Edición de la revista "Origen" analizando y promocionando productos de calidad	34.884,09
Confederación Española de Organizaciones de Panadería (CEOPAN)	Campaña consumo de pan	155.320,93
Fundación para la cultura del vino	Edición de la revista "Terruños" sobre vinos de calidad	9.093,92
Asociación Nacional de Aguas de Bebida Envasadas (ANEABE)	Campaña consumo de aguas envasadas	8.700,00
Asoc. Promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas "5 al día"	Consumo de cinco piezas al día de frutas y hortalizas	29.586,83
Agrupación de Industrias Cárnicas Madrileñas AIE	Happening de información y degustación de productos cárnicos	67.793,53
Fundación de la Industria de Alimentación y Bebidas	Jornadas técnicas sobre el sector alimentario	35.898,96
Asociación para la Promoción de la Pera Rincón de Soto	Campaña sobre la D.O protegida pera del Rincón de Soto	92.342,54
Asociación Española del Vinagre	Campaña consumo de vinagres de vino y otros vinagres	18.000,00
Comité Andaluz de Agricultura Ecológica	Campaña para mejorar la imagen de los productos ecológicos que se encuentran en el mercado	47.040,66
Fundación para la Investigación del Vino (FIVIN)	Campaña para el consumo sensato de vino y sus propiedades nutricionales	30.936,50
Confederación de Ámbito Estatal de Consumidores y Usuarios (CECU)	Elaboración de monográficos sobre aceite de oliva y legumbres	4.006,51
Sociedad Española de Agricultura Ecológica	Campaña sobre productos ecológicos	58.666,00
Asociación Empresarial de Bodegas Acogidas a la Denominación de Origen Ribera del Duero (ASEBOR)	Campaña sobre vinos de la D.O Ribera del Duero	28.465,24
Unión del Olivar Español	Campaña sobre el Aceite de Oliva Virgen	72.171,99
Grupo Editorial San Gabriel, S.L	Elaboración recetario sobre la dieta mediterránea	18.971,95

Cuadro n.º 41 (continuación):

Empresa	Promoción	Subvención €
Asociación Española de Fabricantes de Caramelos y chicles (CAYCHI)	Campaña caramelos y chicles para ayudar a superar el estrés	23.015,76
Asociación Nacional de Almacenes Frigoríficos de Carnes y Salas de Despiece (ANAFRIC)	Campaña "Las carnes con mucho gusto"	219.573,77
Asociación Española de Fabricantes de Papatas Fritas y Productos de Aperitivo	Campaña sobre hábitos de consumo de Papatas Fritas y Productos de aperitivo	13.787,50
Centro de Estudios Rurales y de Agricultura Internacional (CERA)	Guía sobre alimentos ecológicos	4.662,06
Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas y Marisco (ANFACO)	Jornadas técnicas sobre comercialización y la gran distribución	4.206,75
Asociación Española de Elaboradores y Envasadores de Especies y Condimentos	Página web sobre especias y condimentos	1.063,23

4.2. Convenios de colaboración

Continúan vigentes diferentes Convenios de colaboración con la Fundación Española del Corazón, Convenio MAPA-Unión Española de Catadores y Convenio MAPA-Fundación para la Cultura del Vino, para actuaciones relacionadas con la materia.

4.3. Premios

a) Premio "Alimentos de España"

Con la finalidad de constituir un punto de apoyo en el conjunto de la política de nuestros productos alimentarios, se realizó la convocatoria de premios dirigidos a la restauración, a los medios de comunicación y a la promoción agroalimentaria que contribuyen desde los distintos ámbitos a mejorar el conocimiento y la calidad de nuestros alimentos.

Con fecha de 13 de octubre de 2004, se publicó en el BOE la convocatoria de la XVIII edición del Premio "Alimentos de España" con las siguientes modalidades:

- Medios de Comunicación.
- Restauración.
- Promoción Agroalimentaria.

Mediante Orden APA/4415/2004 de 2 de diciembre, por la que se resuelve y hace pública la relación de galardonados en el XVIII Premio Alimentos de España, publicada en el BOE de 10 de enero de 2005:

1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- a) Submodalidad "Mejor labor informativa continuada relacionada con los Alimentos de España":
Premio: Canal Cocina, S.L.U.
Accésit: Don Ángel Fálder Rivero.
- b) Submodalidad "Mejor trabajo periodístico, monográfico o literario publicado entre el 30 de octubre de 2003 y el 29 de octubre de 2004":
Premio: Desierto.
Accésit: Desierto.

- c) *Submodalidad “Mejor trabajo periodístico o literario, publicado, editado o emitido entre el 30 de octubre de 2003 y el 29 de octubre de 2004, relativo con la agricultura ecológica, así como con sus productos”.*
Premio: Doña Juana Labrador Moreno.
Accésit: Desierto.
- d) *Submodalidad “Mejor reportaje fotográfico relacionado con los Alimentos de España, editado en prensa o en elementos divulgativos entre el 30 de octubre de 2003 y el 29 de octubre de 2004”.*
Premio: Desierto
Accésit: Desierto

2. RESTAURACIÓN

- a) *Submodalidad “Mejor establecimiento de restauración, ubicado en territorio nacional, que potencie la utilización, presentación, innovación y buen uso de nuestros alimentos en la gastronomía”.*
Premio: Restaurante “El Callejón”, de Albacete.
Accésit: Desierto.
- b) *Submodalidad “Mejor establecimiento de restauración ubicado en cualquier país del mundo, que potencie la utilización, presentación, imagen y buen uso de nuestros alimentos en la gastronomía”.*
Premio: Restaurante “L’Albufera”, ubicado en el hotel Meliá White House de Londres (Reino Unido).
Accésit: Desierto.
- c) *Submodalidad “Mejor establecimiento de restauración ubicado en territorio nacional, que potencia, la utilización, presentación, selección, conservación y servicio de los vinos, que con la presencia de una cualificada carta y bodega, contribuya a fomentar el mejor y mas amplio conocimiento de los vinos españoles con denominación de origen”.*
Premio: “Casa Montaña”, de Valencia.
Accesit: Desierto.
- d) *Submodalidad “Mejor establecimiento de restauración ubicado en el medio rural”.*
Premio: Restaurante “L’Aliança d’Anglès”, de Anglès (Girona).
Accésit: Desierto.

3. PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA

- a) *Submodalidad: “Mejor acción promocional en territorio español”.*
Premio: al “Consejo Regulador de la Denominación de Origen de la Ribera del Duero”.
Accésit: A la campaña “El Sabor de las Islas Baleares”, presentada por los Serveis de Millora Agrària, (SEMILLA, S.A.).
- b) *Submodalidad: “Mejor acción promocional en cualquier país del mundo”.*
Premio: A “Osborne Distribuidora, S.A.U.”.
Accésit: A “Aceitunas Torrent, S.L”., de Aguilar (Córdoba).
- c) *Submodalidad: “Mejor acción promocional relativa al sistema de producción ecológica, así como de sus productos”.*
Premio: A “Gosalbez Ortí”, de Pozuelo del Rey (Madrid)
Accésit: Desierto.

b) Premio “Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra Españoles: cosecha 2003-2004”

Con el fin de contribuir a revalorizar los aceites de oliva vírgenes españoles entre los consumidores, el conocimiento y valoración de las características sensoriales y organolépticas, estimular a los productores a obtener y comercializar aceites de calidad, mejorar la imagen y promoción del aceite de oliva en el mercado, se convocó el Premio “Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra Españoles: Cosecha 2003/2004”, publicado en el BOE con fecha de 22 de diciembre de 2003.

En el concurso podían participar los titulares de las almazaras con sede social en España. Los aceites presentados fueron sometidos a un análisis físico-químico y a la evaluación sensorial realizada por el Panel Oficial de Catadores de aceite de oliva virgen del MAPA.

Con fecha de 7 de mayo de 2004, se publicó la Orden del día 29 de abril de 2004, en la que se relacionan los galardonados, en sus diferentes modalidades:

MODALIDAD “FRUTADOS VERDES AMARGOS”:

Premio: al aceite presentado por “El Labrador, S.A.T. n.º 8.064”, de Fuente de Piedra (Málaga).

Accésit: al aceite presentado por “El Labrador, S.A.T. n.º 8.064”, de Fuente de Piedra (Málaga).

MODALIDAD “FRUTADOS VERDES DULCES”:

Premio: al aceite presentado por Manuel Montes Marín, de Priego de Córdoba (Córdoba).

Accésit: al aceite presentado por la “Olivarera Nuestra Señora de Guadalupe, S. C. A., de Baena (Córdoba).

MODALIDAD “FRUTADOS MADUROS”:

Premio: al aceite presentado por COSELVA - Cooperativa Agrícola de la Selva del Camp, (Tarragona).

Accésit: al aceite presentado por la Rodau, S.L., de Torroella de Fluviá (Girona).

c) Premio “Mejor Empresa Alimentaria Española”

Se convocó por cuarta vez el Premio: Mejor Empresa Alimentaria Española”, que busca el reconocimiento de las empresas alimentarias que desde diferentes aspectos han contribuido a impulsar este espacio de la economía nacional durante el año 2003. La convocatoria se publicó en el BOE del 11 de febrero de 2004.

Se establecieron cinco modalidades:

1. Exportación.
2. Innovación.
3. Inversión tecnológica.
4. Medio ambiente.
5. Desarrollo rural.

Con fecha de 3 de julio de 2004, se publicó en el BOE la siguiente relación de ganadores:

MODALIDAD “EXPORTACIÓN”:

Premio: Desierto.

Accésit: Bodegas Navarro López, S. L., de Valdepeñas (Ciudad Real).

MODALIDAD “INNOVACIÓN”:

Premio: Grupo Siro, S. A., de Venta de Baños (Palencia).

Accésit: Agroinnova, S.L., de Tordesillas (Valladolid).

MODALIDAD "INVERSIÓN TECNOLÓGICA":

Premio: Piscifactoría Sierra Nevada, de Riofrío (Granada).
Accésit: Grupo Dulcesol, de Gandía (Valencia).

MODALIDAD "MEDIO AMBIENTE":

Premio: Azucarera Ebro, S. L. de Madrid.
Accésit: Grupo Leche Pascual, S.A. de Aranda de Duero (Burgos).

MODALIDAD "DESARROLLO RURAL":

Premio Especial: Coren, Sociedad Cooperativa Limitada, de Ourense.
Premio: Surinver, Sociedad Cooperativa Limitada, de Pilar de la Horadada (Alicante).
Accésit: Bodega Cooperativa Comarcal Somontano de Sobrarbe, de Barbastro (Huesca).

4.4. Campañas de promoción con financiación comunitaria

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Secretaría General de Agricultura y Alimentación, es el Organismo Competente del Estado Español para gestionar los fondos destinados a esta promoción genérica.

La Unión Europea ha seleccionado una serie de productos agrarios en los que el consumo se encuentra estancado o en descenso y la oferta es alta o está aumentando rápidamente, y que además son productos sanos cuyo consumo conviene fomentar en el marco de la política de la salud. El objetivo es realizar acciones de publicidad y promoción directa destinadas a aumentar el consumo, adecuando de modo más preciso la producción al gusto de los consumidores y recuperando la confianza de los mismos.

Las actividades cuyo fomento se considera, van desde la información a los consumidores, pasando por los instrumentos clásicos de la publicidad genérica de productos (carteles, anuncios en la prensa, publicidad en radio y televisión, folletos y libros de recetas), hasta la instalación de pabellones en ferias, el patrocinio de deportes y los seminarios para médicos, nutrólogos, cocineros y encargados de restaurantes.

De un total invertido en campañas de promoción, 13.418.218 euros, la Comunidad Europea ha financiado 7.573.294 euros y el MAPA 2.500.580 euros, por lo que las subvenciones equivalen a un porcentaje del 75%.

Los resultados conseguidos en estas campañas de promoción pueden calificarse de satisfactorios, habiéndose conseguido un aumento de la demanda de los productos o, en el caso de crisis, se ha estabilizado la caída de la demanda.

Los sectores y productos que han tenido acceso a esta financiación y sobre los cuales se desarrollan las campañas de promoción son los siguientes:

A) Reglamento (CE) n.º 2879/2000 relativo a acciones de información y promoción en favor de productos agrícolas en terceros países.

El 14 de diciembre de 1999, el Consejo decidió que la Unión Europea podía financiar, parcial o totalmente, medidas aplicables en los denominados "terceros países" (es decir, en países no comunitarios) destinadas a facilitar información sobre los productos agrícolas y alimenticios de la Unión Europea o a promoverlos.

Estas medidas consisten en acciones de relaciones públicas, promoción o publicidad, concretamente las que ponen de manifiesto las ventajas de los productos de la UE, especialmente en términos de calidad, higiene, seguridad de los alimentos, nutrición, etiquetado, bienestar de los animales y respeto del medioambiente.

La financiación de estos programas es de: 50% la Unión Europea, 20% el Estado miembro y 30% el sector.

B) Reglamento (CE) n.º 94/2002 de productos agrícolas en el mercado interior.

El 19 de diciembre de 2000, el Consejo decidió que la Unión Europea podía prestar ayuda para la financiación de medidas destinadas a facilitar información sobre los productos agrícolas y alimenticios de la UE o a promoverlos en el mercado interior de la UE. Se trata, por ejemplo, de acciones de relaciones públicas, promoción o publicidad, concretamente las que ponen de manifiesto las ventajas de los productos de la UE, especialmente en términos de calidad, higiene, seguridad de los alimentos, nutrición, etiquetado, bienestar de los animales y respeto del medio ambiente de su producción.

La UE cofinancia estas medidas en un 50%, los Estados miembros en un 20% y el sector en un 30%.

Cuadro n.º 42:

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN CON FINANCIACIÓN COMUNITARIA. AÑO 2004

Producto/ Reglamento CE	Entidad Solicitante	Euros				Acciones
		Ayuda Comunitaria	Ayuda MAPA	Aportación del Sector	Total Campaña	
Promoción en terceros países Reglamento (CE) n.º 2879/2000						
Productos agroalimentarios en Japón, EE.UU. y Brasil	FIAB	721.214	240.405	240.405	1.202.023	Campaña realizada en: Japón, Brasil y EE.UU.: – Publicidad genérica. – Promoción en punto de venta. – Encuentros empresariales.
Vinos europeos de calidad	FEDEJEREZ	22.866	7.622	7.622	152.440	Campaña conjunta Francia y España, realizada en Japón: – Seminarios en escuelas de cocineros – Publicidad en revistas de restauración – RR.PP. y presentaciones de los vinos europeos
Productos Agroalimentarios en EE.UU. y Canadá	FIAB EXTERIOR	814.572	111.325	271.524	1.357.620	Campaña conjunta Francia, Italia Portugal y España: – Seminarios/de gustaciones – Ferias de Fancy Food y Toronto – Promoción en Restaurantes y puntos de venta – RR.PP. y presentaciones a importadores y periodistas
Vinos europeos de calidad	FEDEJEREZ	570.000	190.000	190.000	950.000	Campaña conjunta Francia y España, realizada en EE.UU.: – Seminarios/de gustaciones – Promoción en Restaurantes y puntos de venta – RR.PP. y presentaciones de los vinos europeos
Promoción en mercado interior Reglamento (CE) n.º 94/2002						
Fruta Dulce	Catalonia Qualitat	360.873	120.291	120.291	601.445	– Campaña de publicidad en medios – Acciones de promoción en colegios – Acciones de información a prescriptores – Concurso escolar "Mix'03
Cítricos	Intercitrus	1.331.822	532.729	799.093	2.663.644	– Publicidad en revistas de: Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Holanda, Suecia e Irlanda – Gabinete de prensa – Roadshow y acciones de información en Suecia y Finlandia

Cuadro n.º 42 (continuación):

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN CON FINANCIACIÓN COMUNITARIA. AÑO 2004

Producto/ Reglamento CE	Entidad Solicitante	Euros				Acciones
		Ayuda Comunitaria	Ayuda MAPA	Aportación del Sector	Total Campaña	
Promoción en mercado interior Reglamento (CE) n.º 94/2002 (continuación)						
Champión	GEPC- Promotion	444.615	177.846	266.769	889.230	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad en TV - Promoción en punto de venta - Página web - RR.PP. en restauración
Cava	Institut del Cava	391.107	130.369	130.369	651.846	<ul style="list-style-type: none"> - Seminarios en Escuelas de Hostelería - Página web - Roadshow - Viajes de prensa
Frutas y hortalizas	Asociación 5 al Día	2.562.257	854.085	854.085	4.270.429	<ul style="list-style-type: none"> - Campaña Promocional: Promoción Punto de venta - Publicidad medios: TV, revistas . - Página web - Relaciones públicas: Gabinete de prensa, ruedas de prensa, dossier informativo - Acciones en colegios
Etiquetado del huevo	INPROVO	298.784	117.513	176.270	587.567	<ul style="list-style-type: none"> - Roadshow - Día mundial del huevo - Publicidad en medios - Gabinete de prensa y viajes de prensa
Queso	APQE	55.184	18.395	18.395	91.974	<ul style="list-style-type: none"> - Campaña de publicidad en revistas - Acciones de RR.PP. - Acciones de información y formación
Total Campañas		7.573.294	2.500.580	3.074.823	13.418.218	

5. PARTICIPACIÓN EN FERIAS

Cuadro n.º 43:

FERIAS NACIONALES 2004

Fecha	Certamen	Lugar	Contenidos	Unidades del MAPA
Del 8 al 12 de marzo	Alimentaria 2004	Barcelona	<i>Feria de Alimentación Alimentación Ecológica</i>	D.G. de Industria Agroalimentaria y Alimentación
Del 12 al 15 de marzo	Apícola de Pastrana	Pastrana (Guadalajara)	<i>Feria Monográfica - Sector Apícola</i>	D.G. de Industria Agroalimentaria y Alimentación D.G. de Ganadería
Del 20 al 23 de abril	FIMA-Ganadera	Zaragoza	<i>Ganadería Material de Granja</i>	D.G. de Alimentación D.G. de Ganadería
Del 12 al 16 de mayo	Semana Verde de Galicia	Silleda (Pontevedra)	<i>Feria Ganadera</i>	D.G. de Industria Agroalimentaria D.G. de Ganadería
Del 26 al 29 de mayo	VINOBLE 2004	Jerez de la Frontera (Cádiz)	<i>Salón internacional de los Vinos Nobles</i>	D.G. de Industria Agroalimentaria y Alimentación