

- Distribución y comercio alimentario.
- Promoción agroalimentaria.

La página Web ofrece información detallada sobre cada una de ellas:
www.mapa.es/es/alimentacion/pags/premios/alimentos/galardonados_alimentos.htm

b) Premio “Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra Españoles”

Con el fin de contribuir a revalorizar los aceites de oliva vírgenes extra españoles de mayor calidad organoléptica y estimular a los productores a obtener y comercializar aceites de calidad, mejorar la imagen y posición en el mercado y promocionar entre los consumidores el conocimiento y valoración de las características sensoriales de dichos aceites, el MAPA convocó la décima edición del Premio “Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra Españoles”, correspondiente a la cosecha 2006-2007”. El concurso está dirigido a titulares de las almazaras con sede social en España. Los aceites de oliva virgen extra admitidos a concurso fueron sometidos a sucesivas evaluaciones sensoriales realizadas por el Panel Oficial de Catadores de aceite de oliva virgen del MAPA y a un análisis físico químico.

El Departamento adquirió una cantidad de cada aceite ganador para su difusión en acciones promocionales, catas, degustaciones y regalos institucionales.

La página Web ofrece información más detallada:

www.mapa.es/es/alimentacion/pags/premios/aceites/galardonados_aceite.htm

c) Premio “Mejor Empresa Alimentaria Española”

Como novedad en la presente edición se ha incorporado una nueva modalidad “Cooperación Empresarial”, para galardonar las iniciativas de mejora de la competitividad y aumento de la dimensión empresarial mediante estrategias de cooperación entre varias empresas encaminadas a mejorar la comercialización, logística e internacionalización.

En la página Web se encuentra más información disponible:

www.mapa.es/es/alimentacion/pags/premios/mejor_empresa/galardonados.htm

d) Premio “Mejores quesos españoles”

El Premio “Mejores Quesos Españoles” ha cumplido este año su IV edición. Tiene como finalidad revalorizar los quesos españoles y dar a conocer a los consumidores sus características organolépticas. Como novedad en esta convocatoria es la introducción de una nueva modalidad denominada “Otros Quesos”, en el que pueden participar todos aquellos quesos que no tienen acogida entre los quesos autóctonos.

En la página Web se encuentra más información disponible:

www.mapa.es/es/alimentacion/pags/premios/quesos/galardonados_quesos.htm

3. CAMPAÑAS INSTITUCIONALES DE PROMOCIÓN DESTINADAS A FOMENTAR EL CONOCIMIENTO Y EL CONSUMO DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

Durante el año 2007 se han llevado a cabo dos campañas de promoción. Estas campañas, de acuerdo con la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institu-

cional, han sido previamente comunicadas a la Comisión de Publicidad y de Comunicación Institucional, la cual se encarga de la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado.

□ **Campaña de difusión de los premios relacionados con la alimentación:**

Durante 2007 se llevó a cabo una campaña de difusión de los premios en prensa y revistas especializadas, en la que se informó de la publicación de las convocatorias y de la resolución de los distintos premios.

□ **Campaña en medios sobre el etiquetado de alimentos:**

A finales del 2007, se lanzó la Campaña de etiquetado de alimentos, teniendo como objetivo informar y formar a consumidores, industria y distribución agroalimentaria, sobre diversos aspectos del etiquetado de productos alimenticios y divulgar la nueva normativa comunitaria relativa a las alegaciones nutricionales y saludables de los alimentos. Los destinatarios fueron las personas responsables de la compra en el hogar, que son las que deciden en mayor medida los productos alimenticios que compran y deben tener las herramientas y conocimientos necesarios para poder interpretar el etiquetado correctamente. También se dirige a la industria y distribución de productos alimenticios, para que, con un mejor conocimiento sobre las exigencias y requisitos en materia de etiquetado, contribuyan a la competencia leal entre operadores, a la unidad de mercado, y faciliten información veraz al consumidor. Para ello se han utilizado medios de comunicación convencionales y no convencionales (TV, radio, medios escritos generales y especializados, exterior, Internet, etc.).

En la página Web www.alimentacion.es se encuentra disponible información más detallada sobre esta actuación.

4. CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN CON FINANCIACIÓN COMUNITARIA

La Política de Promoción de Productos Agrarios constituye un instrumento al servicio de las necesidades de los productores agrarios, tanto para un aumento del consumo en el mercado interior y terceros países como para servir de apoyo en situaciones coyunturales de mercado poco favorables. Además, contribuye a mejorar el conocimiento de las características de los productos agrarios. Se trata de un mecanismo de mercado dentro de la Política Agraria Común, que además es compatible con las disposiciones establecidas en el marco de la Organización Mundial del Comercio y por ello de gran importancia para el futuro en lo que se refiere al apoyo a las producciones agrarias.

Otro rasgo de importancia de la Política de Promoción es la triple implicación de la Unión Europea, el Estado miembro y las organizaciones que desarrollan el programa, tanto en la cofinanciación como en la gestión compartida de los mismos.

Las actividades que pueden realizarse son: la información a los consumidores, los instrumentos clásicos de la publicidad genérica de productos (carteles, anuncios en la prensa, publicidad en radio y televisión, folletos y libros de recetas), la instalación de pabellones en ferias, el patrocinio de deportes y seminarios para médicos, especialistas en nutrición, cocineros y encargados de restaurantes.

Durante el año 2007 se han invertido 7.017.300 €, de los cuales la UE ha financiado 3.416.985 € y el MAPA 2.057.041 €. Las campañas de promoción realizadas en terceros países, en la UE y en España han sido las siguientes: