

- En general, un 75,6% considera suficiente la información contenida en el etiquetado.
- El 8,5% de los entrevistados ha consumido productos ecológicos en establecimientos de restauración.
- El 62,8% de los consumidores piensa que el uso de productos químicos está más limitado en la agricultura ecológica que en la convencional.
- El 90% opina que el método de producción ecológica es menos agresivo con el entorno.
- Respecto a la repercusión de la campaña de promoción, un tercio de ellos ha visto publicidad de ecológicos, principalmente en televisión.

DISTRIBUIDORES

- Casi la mitad (45,4%) de los distribuidores consultados vende productos ecológicos en su establecimiento por imagen, porque lo demandan los clientes y porque se lo ofrecen los proveedores habituales. Los que no los ofrecen lo justifican en que no tienen suficiente demanda y en que sus proveedores habituales no se los ofrecen.
- Los principales problemas que encuentran para ofrecer productos ecológicos son, que el precio es superior y que existe poca variedad.
- Cereales, frutas y lácteos son los productos que más se comercializan.
- Entre los que venden ecológicos el 51,7% los vende de marca del distribuidor.
- En general la distribución se muestra optimista respecto al consumo de este tipo de productos, ya que el 74,5% de ellos creen que seguirán evolucionando.

3. SUBVENCIONES

Mediante sendos convenios de colaboración, se han concedido subvenciones nominativas a la Federación de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) y a la Confederación de Cooperativas Agrarias de España (CCAIE).

Ambos convenios quedan recogidos en el Capítulo IX.

Cuadro n.º 18:

SUBVENCIONES NOMINATIVAS

Beneficiario	Importe	Objeto	Norma Reguladora
Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)	3.100.000 €	<p>Desarrollar acciones conjuntas en relación con las siguientes materias.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar la calidad de los productos agroalimentarios y mejorar la confianza de los consumidores sobre la oferta española. 2. Mejorar la competitividad de las industrias agroalimentarias españolas, fomentar su modernización, desarrollo técnico y adecuación medioambiental, y su presencia en el mercado internacional. 3. Fortalecer el tejido asociativo de las industrias agroalimentarias y su colaboración con el resto de la cadena agroalimentaria. 	Ley 42/2006 de 28 de diciembre de Presupuestos Generales del Estado.

Cuadro n.º 18 (continuación):

SUBVENCIONES NOMINATIVAS

Beneficiario	Importe	Objeto	Norma Reguladora
Confederación de Cooperativas Agrarias de España (CCAEE)	695.830 €	Determinar y ejecutar las actuaciones que contribuyan al fortalecimiento del movimiento cooperativo, en relación con las siguientes materias: 1. Calidad y Seguridad Alimentaria. 2. Comercialización y promoción de los productos agroalimentarios de las cooperativas agrarias. 3. Investigación, desarrollo e innovación. 4. Información.	Ley 42/2006 de 28 de diciembre de Presupuestos Generales del Estado.

Fuente: Elaboración propia MAPA.

4. CONVENIOS

A lo largo de 2007, además de los dos anteriores, se han suscrito Convenios de Colaboración con:

- Ayuntamiento de Idiazábal, para la creación y puesta en marcha del Centro de Experimentación y Difusión del queso de Idiazábal.
- Fundación el Legado Andalusi, para la organización de la exposición "tierras del Olivo".
- Con las principales asociaciones y federaciones de consumidores de España, para la realización de actuaciones orientadas a una mejor comprensión del sector agroalimentario. (Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU); Unión de Consumidores de España (UCE); Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU), Federación de Usuarios y Consumidores Independientes (FUCI), Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP), Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), Federación de Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Hogar de España (UNAE), Asociación General de Consumidores (ASGECO)
- Federación Española de Hostelería (FEHR), para la realización de acciones relacionadas con la alimentación en el sector de hostelería y restauración
- Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) para el fomento y desarrollo del sector agroalimentario.
- Acuerdo de encomienda de gestión con la Empresa Nacional Mercados Centrales de Abastecimiento S.A. (MERCASA), para la realización de diversas actuaciones en materia de comercialización alimentaria.
- Acuerdo de encomienda de gestión con la Empresa Nacional Mercados Centrales de Abastecimiento S.A. (MERCASA), para la mejora de la información sobre consumo alimentario.

y con los siguientes centros tecnológicos agroalimentarios:

- Fundación centro tecnológico agroalimentario de Lugo (CETAL), para la aportación económica al patrimonio de la fundación.
- Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, para la puesta en marcha de un complejo tecnológico de servicios avanzados para el olivar y el aceite en Menjíbar (Jaén).
- Instituto para la Promoción y Desarrollo de la Ciudad de Jerez para la promoción, creación, desarrollo y puesta en marcha del Centro Agroindustrial de Jerez.

(Ver capítulo XI).