



Productos con indicaciones geográficas de la UE

Actividades de promoción y comunicación financiadas por la Unión Europea

IP KEY, 21 de septiembre 2022

Política de comunicación

Mercado interior - UE

Acciones de comunicación de la Comisión relativas a las indicaciones geográficas

Estas actividades forman parte del plan de comunicación de la Política Agrícola Común (PAC) en el mercado de la UE:

- Pabellones en las ferias agroalimentarias
 - Campañas en línea
 - Relaciones con la prensa
 - Conferencias
 - Publicaciones y materiales audiovisuales

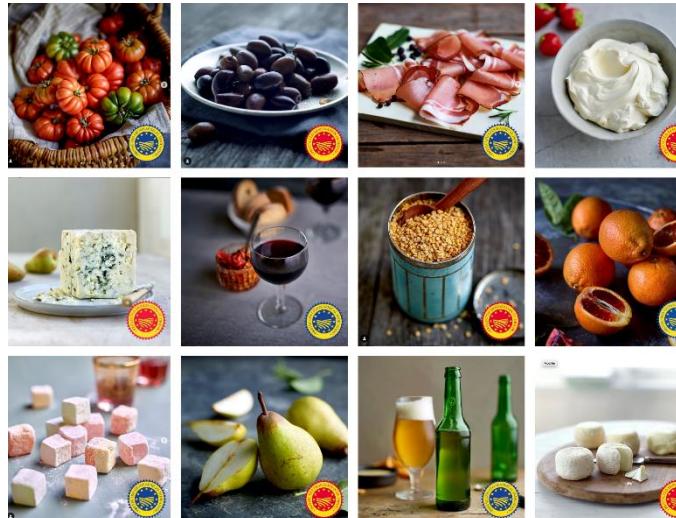
Pabellones en las ferias agroalimentarias

- Van dirigidos a las audiencias rurales o urbanas
- Diseñados con un propósito de "entretenimiento educativo"
- Ofreciendo degustaciones de productos con IG de la UE



Campañas en línea

- Campaña #InspiredByGIs en las redes sociales de la Comisión: Facebook, Twitter, Instagram



euagrifood • Following

euagrifood • Europe is packed with traditions and geographical diversity giving rise to a rich culinary culture 🍞 🥤 🥗 🥣 Products that have unique characteristics linked to their geographical origin as well as traditional know-how can be registered as 'Protected Designation of Origin' (PDO) and 'Protected Geographical Indication' (PGI) in the EU.

We collected recipes that use PDO and PGI products from all around Europe as star ingredients. Find them all at the link in bio #InspiredbyGIs

Riso Nano Vialone Veronese PGI

Liked by pat.libert and 357 others

SEPT 9

Add a comment

Post

14:55

EU Food & Farming

Home Posts Videos Photos Community

EU Food & Farming posted a video to the playlist Inspired by Geographical Indications. 1 Sep · See more

Telemea de Sibiu PGI is a traditional Romanian cheese, made from the fresh milk of sheep that graze upon the hills of Transylvania 🐑 ... See more

'Telemea de Sibiu' PGI (cheese)

40 1 Comment 19 shares 1K views

Like Comment Share

EU Food & Farming posted a video

i Learn More ec.europa.eu

European Commission

Relaciones con prensa



The screenshot shows the header of the PRESS.eu Weekly Update website. The top bar is green with the text "in your browser" on the left and "5 November 2020" on the right. Below this, the logo "PRESS.eu" is displayed in green and blue, with the subtitle "n for European journalists" underneath. The main title "Weekly Update" is in large blue letters. Below the title is a photograph of two cows in a field. At the bottom of the screenshot, there is a small caption: "Agricultural and Farm Economics Briefs | EU milk margin estimate up to 2020".



- Subvenciones para los artículos sobre la Política Agrícola Común de la UE
- Red de los periodistas agrícolas especializados de la UE “AG-PRESS”
- Newsletter y viajes de prensa

Conferencias

- Conferencia “¿Cómo reforzar las indicaciones geográficas?”

25-26/11/2020

Galería GI virtual:

<https://players.cupix.com/p/44WFnkDs>

- Conferencia sobre las perspectivas agrícolas (anual)



Publicaciones y material audiovisual



Published: 2020-11-20

Subject: [cultural pluralism](#), [eating habits](#), [European Union](#), [food consumption](#), [food technology](#), [fresh meat](#), [fresh product](#), [fresh vegetable](#), [human nutrition](#), [organic product](#), [prepared foodstuff](#), [processed food product](#), [product quality](#), [public awareness campaign](#)

Author ^

Corporate Author(s): [Directorate-General for Agriculture and Rural Development \(European Commission\)](#)

- Libro de recetas de las IIGG de la UE
- Vídeos de recetas
- Fotos de productos con los IIGG de la UE:
<https://audiovisual.ec.europa.eu/en/photo>
- Fichas informativas y folletos



Política de promoción

Mercado interior de la UE + mercados externos



PROMOCIÓN DE LAS NORMAS ALIMENTARIAS DE ALTA CALIDAD DE EUROPA EN TODO EL MUNDO

POLITICA DE PROMOCIÓN

El presupuesto de €185 millones

95% Programas de promoción

5% Actividades de iniciativa propia

Evaluación en curso. El informe al Parlamento Europeo y al Consejo 2020

PROGRAMAS DE PROMOCIÓN



MERCADO OBJECTIVO

Se da prioridad a los programas dirigidos a países no pertenecientes a la UE con un enfoque especial en aquellos mercados que tienen el mayor potencial de crecimiento.



LOS BENEFICIARIOS

- Organizaciones gremiales o interprofesionales representativas del sector o sectores. - Grupos de productores y procesadores activos en esquemas de calidad. - Organizaciones de productores o asociaciones de organizaciones de productores. - Organismos agroalimentarios implicados en una misión de interés público encargada de la promoción.

TIPOS

Programas SIMPLES de una o más organizaciones procedentes del mismo EM

Programas MULTI varias organizaciones procedentes de varios EM y/o organizaciones a nivel de la UE

Para las programas en caso de perturbaciones graves del mercado

EL INDICE DE COFINANCIAMIENTO

En la UE



Fuera de la UE



PRODUCTOS Y ESQUEMAS ELEGIBLES

Esquemas de calidad nacionales y las de la UE



Vino asociado a otro(s) producto(s)



Todos los productos agrícolas, del Anexo I del TFUE excepto el tabaco. Ciertos productos transformados como cerveza, chocolate, pasta...

Bebidas espirituosas con indicación geográfica



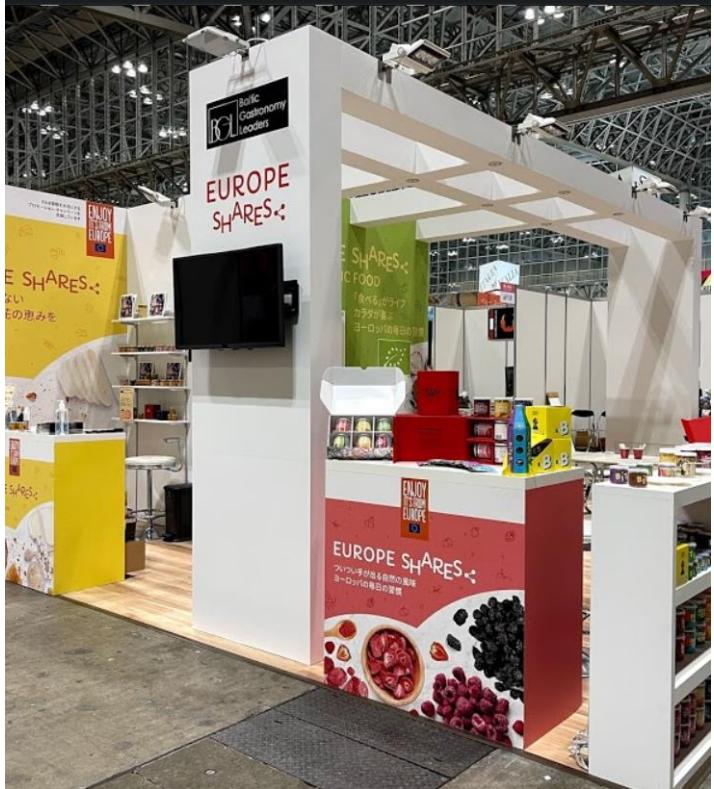
Pesca asociada a otro(s) producto(s)

ACTIVIDADES DE INICIATIVA PROPIA



- Misiones de alto nivel del Comisario con altos representantes del sector agroalimentario de la UE
- Campañas de comunicación sostenidas
- Seminarios de Promoción
- Pabellones en las ferias comerciales

Ejemplo 1: El vino



- Programa de Lituania & Bulgaria realizado en China, Japon, Corea del Sur
- Importadores, mayoristas y minoristas; consumidores

Ejemplo 1: El vino



- aumentar los valores de exportación de Lituania y Bulgaria a los países de destino
- mejorar el reconocimiento e identificación del logotipo ecológico de la UE
- aumentar la comprensión de los sistemas de calidad de la Unión (DOP) y la indicación geográfica protegida (IGP)

Ferias de alimentación, encuentros B2B, eventos para profesionales, actividades en línea, Publicidad online, eventos para consumidores: degustaciones y expositores informativos en puntos de venta

Ejemplo 2: Frutas y verduras

- Organizaciones de Francia, Italia y España
- Ayuda a descubrir los productos y cocinar
- El sitio web + redes sociales
- Promoción visual de los logos de IGP y DOP



Asperge des Sables des Landes IGP

L'Asperge des Sables des Landes IGP est appréciée pour son goût incomparable entre douceur et amertume. Elle reste tendre et présente des apports nutritionnels exceptionnels.

DÉCOUVREZ LE PRODUIT



Fraise du Périgord IGP

Sucrée et fondante, récoltée à maturité optimale, la Fraise du Périgord IGP est parfaitement équilibrée et parfumée.

DÉCOUVREZ LE PRODUIT



Kiwi de l'Adour IGP

Le Kiwi de l'Adour IGP est plus sucré, juteux, fondant que les autres. Ce kiwi rebondit, ferme, et d'un vert intense est le plus beau de la variété Hayward.

DÉCOUVREZ LE PRODUIT



Pomme du Limousin AOP

La Pomme du Limousin est la seule pomme à bénéficier d'une AOP en France.

DÉCOUVREZ LE PRODUIT

A horizontal row of eight circular images against an orange background, each showing a different dish or dessert made with the featured fruits and vegetables.

- Risotto de quinoa aux asperges des sables des Landes IGP
- Asperges des Sables des Landes IGP au jambon cru
- Fraisier express aux Fraises du Périgord IGP
- Pavlova aux Kiwis de l'Adour IGP
- Brioche Tourbillon à la Pomme du Limousin AOP
- Gaspacho de Kaki Ribera del Xúquer AOP



Ejemplo 3: Los quesos DOP

- Efectos visuales fuertes: <https://www.produits-laitiers-aop.fr/en/>
- Emplear el humor para contar la historia: <https://www.produits-laitiers-aop.fr/en/what-is-a-pdo/our-commitments/>
- Apelar a la curiosidad para explicar los hechos

Evaluación de los programas de promoción

Indicadores requeridos:

Indicadores de salida: miden el grado de implementación de las actividades previstas, que se presentarán para cada período de informe

Indicadores de resultados: miden los efectos directos e inmediatos de las actividades, que se presentarán en cada período de informe

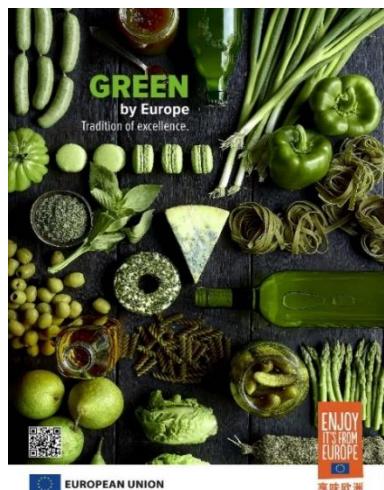
Indicadores de impacto: miden los beneficios más allá de los efectos inmediatos, se presentarán con el último informe periódico, cubren la duración total del proyecto

Iniciativas propias de la Comisión relativas a la promoción

Misiones de alto nivel: El Comisario y gente de negocios



Campañas de comunicación



Pabellones de la UE en las mayores ferias internacionales



Seminarios sobre normas de seguridad y calidad



Misiones de alto nivel

- El Comisario acompañado por los 40-80 Delegados Comerciales seleccionados por la Comisión
- Representación equilibrada de EM y diferentes sectores
- Programa político del Comisario + programa empresarial para los Delegados Comerciales
- Principalmente actividades de acceso al mercado e inteligencia de mercado

Mision empresarial al Vietnam y Singapur



10-16 Julio 2022

- 47 empresarios del sector agroalimentario
- 19 productores con indicaciones geográficas o de agricultura ecológica
- Programa de inteligencia de mercado y networking

Pabellones de la UE en 2022

- **Objetivo:** comunicar las ventajas de los productos agroalimentarios de la UE (seguridad, calidad, autenticidad)
- Representación equilibrada de productos de todos los EM, diferentes sectores, productos IIGG

Foodex Tokyo



Fine Food Melbourne



EXPO 2020 Dubai



Campañas de comunicación

- **Objetivo:** comunicar las ventajas de los productos agroalimentarios de la UE (seguridad, calidad, autenticidad)
- **Público objetivo:**
 - B2B: importadores, distribuidores, minoristas, HORECA
 - B2C: consumidores
- **Actividades típicas:**
 - promoción en los supermercados
 - seminarios de negocios
 - publicidad en línea
 - influencers



Bocados de Europa - campaña en Mexico

Objetivos:

- Aumentar la conciencia entre los importadores, distribuidores y consumidores sobre el estándar de excelencia mantenido en los productos agrícolas de la UE en calidad, autenticidad y seguridad.
- Crear una imagen positiva de los productos agrícolas de la UE en México para ayudar a aumentar la demanda y la cuota de mercado de los productos promocionados en el país.
- Aumentar la conciencia y el reconocimiento de los esquemas de calidad de la UE (indicaciones orgánicas y geográficas) entre los importadores, distribuidores y consumidores.

<https://europa.eu/bites-of-europe-mexico/es>



Bocados de Europa - campaña en México

- **Estrategia:**

La campaña hace viajar a los Mexicanos a Europa a través de experiencias gastronómicas y promueve los principales méritos de los productos agrícolas de la UE. Aprovecha la curiosidad de la audiencia, su interés por descubrir, viajar y probar nuevas experiencias, y les invita a introducir los productos agrícolas de la UE en su vida diaria.



- **Actividades:**

La campaña está diseñada con un enfoque completo para llegar al público objetivo a través de canales y actividades B2B, B2C y de relaciones con los medios. Contará con degustaciones y talleres, clases magistrales y cenas VIP, así como viajes gastronómicos en línea y presenciales. En estos eventos también se pondrán en marcha servicios de comunicación y publicidad en colaboración con influencers y chefs de renombre. Además, la campaña tiene un fuerte componente digital, con un sitio web dedicado y canales de redes sociales que compartirán contenido informativo y videos animados.

Seminarios sobre las normas de seguridad y calidad

- **Objetivo:** informar sobre las normas de calidad y seguridad alimentaria de la UE; para ayudar a derribar las barreras de acceso al mercado
- **Los más recientes:** Sudáfrica, China, Vietnam

- **El público:** autoridades nacionales, empresas, medios de comunicación



Más información



https://ec.europa.eu/info/departments/agriculture-and-rural-development_es



https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0_en



[@EUAgri](#)



EU Food & Farming



euagrifood



[@EU Food & Farming](#)

Gracias por su atención



© European Union 2022

Unless otherwise noted the reuse of this presentation is authorised under the [CC BY 4.0](#) license. For any use or reproduction of elements that are not owned by the EU, permission may need to be sought directly from the respective right holders.

