



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

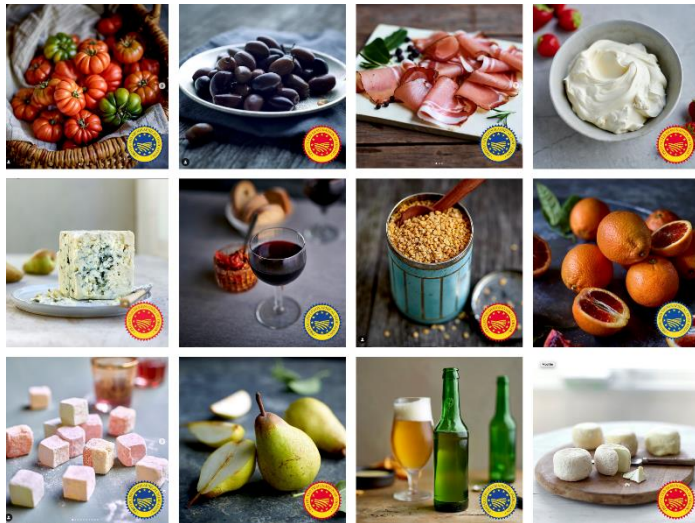
Pabellones en las ferias agroalimentarias

- 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



EU
Geographical
Indications
**€75
billion**
in sales
per year



Relaciones con prensa



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



Sensational! Cooking with great European products

Europe has an immensely rich and diverse culinary history and heritage. The reason for this, of course, is not just because Europe is such a vast continent. It is also thanks to the traditions that are passed down from generation to generation. Europe also has an unprecedented geographical diver...

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 OBJETIVO

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

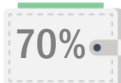


Programas **MULTI**
varias organizaciones procedentes de
varios EM y/o organizaciones a nivel de la
UE

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)



Bebidas espirituosas con
indicación geográfica



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



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



European
Commission

Ejemplo 1: El vino



EUROPE SHARES
欧洲分享其古老雷斯葡萄酒风味的传承
来自古老雷斯人低地的纯净葡萄酒

EUROPE SHARES
欧洲分享其古老雷斯葡萄酒风味的传承
来自古老雷斯人低地的纯净葡萄酒

欧洲乐于分享它最珍贵和最正宗的葡萄酒。我们自豪地与您分享高品质、久经考验的葡萄酒。欧洲的葡萄酒种类繁多，从独特风味到传统口味。欧洲分享其真正的天然葡萄酒。有POKOPOL认证的葡萄酒都经过原产地认证，拥有真正的传统。这些认证有助于保护和推广具有特定地理特征的葡萄酒。这些葡萄酒在严格的安全标准下以环保的方式生产。我们引以为傲的欧洲价值体现在我们最珍贵的葡萄酒中。我们迫不及待地与您分享！

保加利亚葡萄酒和出口协会（BEA）是一个非盈利组织，旨在促进保加利亚葡萄酒在国际市场上的发展。自2012年成立以来，我们一直致力于促进优质葡萄酒的出口，以及对保加利亚悠久的酿酒传统、葡萄酒旅游和技术发展的认可。

协会的主要活动包括：

- BEA会员葡萄酒的推广
- 与政府和非政府组织建立长期合作关系
- 全球葡萄酒生产市场和主要趋势的信息调研和发布
- 举办各种会议、讲座和研讨会，作为宣传和信息提供的手段
- 通过建立和管理由欧盟基金资助的项目，推动葡萄酒出口的增长。

- 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.

DECouvrez LE PRODUIT



Fraise du Périgord IGP

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

DECouvrez LE PRODUIT



Kiwi de l'Adour IGP

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

DECouvrez LE PRODUIT



Pomme du Limousin AOP

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

DECouvrez LE PRODUIT



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

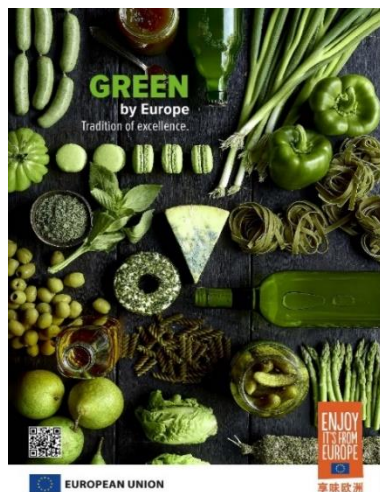
Misiones de alto nivel: El Comisario y gente de negocios



Pabellones de la UE en las mayores ferias internacionales



Campañas de comunicación



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

Medios de comunicación

- **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
- **El público:** autoridades nacionales, empresas, medios de comunicación
- **Los más recientes:** Sudáfrica, China, Vietnam



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](https://twitter.com/EUAgri)



EU Food & Farming



euagrifood



[@EU Food & Farming](https://www.facebook.com/EUFoodFarming)

Gracias por su atención



© European Union 2022

Unless otherwise noted the reuse of this presentation is authorised under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/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.

