

ENCUENTRO AGROBIOTECH INNOVACIÓN.

Experiencia en promoción de la producción ecológica: apoyo público.

Orense, 27 de noviembre de 2015



Rafael E. Bolivar Raya
Subdirección General de Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE



La producción ecológica en España

- Gran diversidad de cultivos, climas, tradiciones culturales y abundancia de sistemas extensivos.
- Primer país por superficie ecológica de la UE.
- Continuo crecimiento de la producción nacional
- Apoyo vía Desarrollo Rural.
- Apoyo a la promoción a nivel europeo y nacional.
- Tercer país de la UE en legislar la AE.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE



Breve caracterización del mercado interior

- Valor mercado interior en torno a 1200 millones de €.
- Gasto en torno a 25 €/persona/año.
- En torno al 1,2 % del consumo total de alimentos.
- Fuerte asimetría producción-consumo interior.

Objetivos de la Promoción

- Comunicar los valores de un producto para motivar al consumidor.
- Desmontar confusiones o ideas prefijadas: Necesario en AE.
- Influir en las preferencias de los consumidores para fortalecer la demanda de productos
 - Aumentar las ventas
 - Actuar sobre los precios (producto eco no llega a conformar un volumen crítico)
- Hacer visibles las ventajas diferenciales relevantes al consumidor:
 - Bienes públicos: medioambientales, sostenibilidad, biodiversidad, preservación de recursos naturales, normas exigentes en bienestar animal...
 - Dar respuesta a las demandas de un consumidor específico.
- Equilibrar disfunciones mercado interior/mercado exterior.

Niveles de Promoción

- UNIÓN EUROPEA
- MAGRAMA
- ICEX/OFICINAS COMERCIALES/CÁMARAS DE COMERCIO
- EMPRESAS



Unión Europea

Plan Acción 2004:logo, campaña, web

- En 2007 se crea un grupo de expertos para hacer una web y COM elige una empresa para diseñar el logo.
- Fracasa el proyecto de logo y finalmente lo hacen estudiantes de diseño (coste cero).
- Campaña de presentación en toda Europa con participación de ponentes de la COM.
- Web con “caja de herramientas”: vídeos, folletos banco de fotos, descarga de logo, piezas divulgativas, elementos para niños, para adolescentes (cómic), para consumidores, control, FAQs, otros datos de interés...

Plan de acción de la UE (2014).

- 24 de marzo de 2014: Plan de acción para el futuro de la producción ecológica de la Unión Europea.
- Estrategia de la UE para la producción ecológica y para su control y comercio en la próxima década.
- Pretende aumentar la competitividad de los productores, consolidar e incrementar la confianza de los consumidores y reforzar la dimensión exterior del sector.

Plan de acción para el futuro de la producción ecológica de la Unión Europea.

- Dentro de los mecanismos para aumentar la competitividad: Conocimiento del régimen ecológico y de su logotipo.

- Financiación para campañas que mejoren el conocimiento entre los consumidores de los principales aspectos de la AE, productos que se ajustan a las normas de producción ecológica y el logo.

Plan de acción para el futuro de la producción ecológica de la Unión Europea.

- En estudio previo noviembre 2013: 25% de conocimiento del logo europeo.
- Si a medio/largo plazo no aumenta el nivel de conocimiento del logo, o también en caso de riesgo para la confianza del consumidor, la COM “podría” hacer una campaña financiada por la Unión.
- Dichas campañas de promoción podrían ampliarse a uno o más Terceros Países, con el fin de aumentar el grado de conocimiento del logo entre sus consumidores.

Plan de acción para el futuro de la producción ecológica de la Unión Europea.

- Otro instrumento: programas escolares de suministro de frutas, hortalizas y leche, informando sobre AE.
- Lugar destacado en los criterios de la contratación pública ecológica en la UE, desde 2008. (Recomendaciones de carácter voluntario). (España).
- La COM llevará a cabo encuestas periódicas sobre el nivel de conocimiento del logo.
- Una encuesta específica sobre el conocimiento del régimen de la AE de la UE.

Política de promoción e información de los productos agrarios y alimentarios europeos.

Política de Promoción U.E.

- Aumento del presupuesto comunitario:
de 60 aprox. a 200 millones €/año
- Única convocatoria anual por la Comisión
- Fase única de selección de programas por la Comisión
 - Simples: gestiona EEMM
 - Multipaís: gestiona la Comisión
- Beneficiarios: Organizaciones de Productores
- EEMM no participa en financiación: Inconveniente en AE.

Aplicación de la política de promoción



- Reglamento (UE) 1144/2014 del PE y CON de 22-10-2014.
- Adopción de 2 decisiones para delegar las tareas a la Agencia de Ejecución de Luxemburgo (diciembre 2014).
- Reglamento Delegado (UE) 2015/1829 de la COM de 23-04-2015.
- Reglamento de Ejecución (UE) 2015/1831 de la COM de 7-10-2015

- Reglamentos Delegado y de Ejecución
- RD adoptado por la comisión. 23-04-2015
- Finalizada fase de análisis sin ninguna objeción
- Publicación conjunta otoño 2015

- Programa de Trabajo Anual para 2016 (Reglamento de Ejecución)
- Publicación octubre 2015

- Trabajos preparatorios encaminados para la delegación de las tareas a la Agencia de Ejecución de Luxemburgo

1-12-2015: Entrada en vigor.

¿Qué novedades aporta esta reforma?

Dirigida hacia el valor añadido de los productos europeos

Adaptada a las necesidades del sector

Mayor eficacia

- Prioridades claras establecidas anualmente - programa de trabajo
- Aumento de las campañas orientadas hacia los países terceros
- Mejor cooperación entre operadores de los distintos EM a través de programas multi
- Porcentaje cofinanciación de la UE más atractivo

- Ampliación a nuevos beneficiarios
- Lista más extensa de los productos elegibles incluyendo los productos transformados
- Reconocimiento de la importancia estratégica de las marcas y el origen
- Capacidad de reacción en caso de crisis
- Servicio de soporte técnico

- Nuevo proceso de selección con ahorro de tiempo y evaluación únicamente a nivel de la Comisión a través de expertos externos
- Supresión de la cofinanciación nacional
- Simplificación del procedimiento administrativo para los programas Multi : gestión directa por la Comisión
- Delegación a una Agencia de Ejecución

Aumento del presupuesto disponible : hasta 200M€

Productos y regímenes elegibles

- Todos los productos agrícolas del Anexo I del TFUE quedan incluidos, excepto el tabaco.
- Abierto a algunos productos transformados, enumerados en el Anexo (cerveza, chocolate, pasta, maíz dulce algodón...
- Pesca y acuicultura.
- Regímenes de calidad (DOP/ITGETG), PRODUCCIÓN ECOLÓGICA, RUP, Regímenes nacionales de calidad (Normas de calidad, otros...)
- Vinos.

Entidades proponentes

- ✓ Organizaciones profesionales o inter-profesionales representativas del sector a nivel nacional
- ✓ Organizaciones profesionales o inter-profesionales representativas del sector a nivel europeo
- ✓ Organizaciones de Productores
- ✓ Entidades con una misión de servicio público encargadas de la promoción de productos agrícolas (ex.: Agencia Bio, Cámaras de agricultura)
- ✓ Grupo-Indicación Geográfica Protegida: regla del 50%.
- ✓ Organización de productores reconocida por el Estado miembro.

- Clarificación del estatuto de los beneficiarios

- Nuevos beneficiarios (coherencia con OCM Única post 2013)

Acciones prioritarias. Programa anual 2016

Mercado interior

❖ Información sobre regímenes EU de calidad (DOP/IGP/ETG, Ecológico, RUP)

❖ Otros programas innovadores (=calidad en general, características de los productos EU, etc)

Países terceros

❖ China/Japón/Corea del Sur;
EEUU/Canadá; América Latina; Asia, Africa...

Promoción nacional de la AE

- Nombre: Campaña de promoción de la agricultura ecológica en España 2006-2008.
- Objetivos:
 - Aumentar grado de conocimiento del consumidor.
 - Aumentar el consumo interno.
- Financiación: 50%(UE) – 50% (Ministerio Agricultura).
- Acciones en: restauración, cadenas de distribución, centros públicos, mercados municipales, calles, población infantil...

MAGRAMA

Estrategia MAGRAMA para Promoción Alimentaria

- Doble vertiente:

- Gestión horizontal:** Subdirección General de Promoción. Inclusión de la AE en elementos generalistas de promoción y actuaciones específicas en AE.

- Apoyo técnico específico por cada unidad afectada:** la Subdirección General de Calidad Diferenciada y AE en el caso de la producción ecológica.

Estrategia MAGRAMA para Promoción Alimentaria

- Mejorar la coordinación de las acciones de forma que se consiga la mayor implicación y notoriedad posibles, rentabilizando al máximo los recursos disponibles.
- Aprovechar la potencialidad de nuevos enfoques y sinergias con otros sectores para la promoción de alimentos: cultura, turismo, gastronomía...
- Mejorar el acceso a los fondos de la UE destinados a las actividades de promoción.
- Acercar el sector agroalimentario a la sociedad y mejorar el conocimiento sobre los alimentos utilizando las tecnologías de la comunicación disponibles.

Actuaciones de la DG IA en materia de promoción

- Estudios de mercado: Panel de consumo, Observatorio del consumo,...
- Ferias y eventos: Biofach, Alimentaria, Salón Gourmet...
- Actuaciones promocionales y campañas institucionales: “semanas de los alimentos ecológicos”
- Premios: Premio “alimentos de España”, modalidad “Producción Ecológica”
- Ayudas:
 - Programas comunitarios
 - Ayudas nacionales:
 - Subvención organizaciones ámbito superior a una CCAA: Presencia en ferias y certámenes
- Otras actuaciones con inclusión de promoción de AE: web alimentación.es, catálogo de exportadores...

Semana de los Alimentos Ecológicos

Actuaciones en la Semana de los alimentos ecológicos

- Visitas a industrias ecológicas con medios de comunicación.
- Actuaciones en población infantil: edición de juegos, presentación en escuela vivero infantil.
- Simulación de huerto ecológico en Plaza Mayor de Madrid.
- Envío de correos masivos con información de las semanas.
- Recetarios, regalos...
- De cada Semana se pone un Boletín (“newsletter”) en la portada de la web del MAGRAMA en pestaña “Destacamos”



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE



Gracias por su atención

sgcdae@magrama.es