



La Comisión Europea gastará 186 millones de euros en la promoción de productos agroalimentarios dentro y fuera de la UE en 2024

Brussels, 17 de noviembre de 2023

La Comisión Europea destinará 185,9 millones de euros en 2024 a financiar actividades de promoción de productos agroalimentarios sostenibles y de alta calidad de la UE en la propia Unión y en todo el mundo. El **programa de trabajo de la política de promoción para 2024**, adoptado por la Comisión, tiene por objeto fomentar nuevas oportunidades de mercado, teniendo en cuenta al mismo tiempo las prioridades políticas, el análisis de las exportaciones previstas a los mercados existentes y nuevos, y las contribuciones de las partes interesadas.

Las campañas de promoción de los productos agrícolas de la UE deberían estar pensadas para abrir nuevas oportunidades de mercado a los agricultores y a la industria alimentaria en general de la UE, y para ayudarlos a consolidar sus empresas. Además de **aumentar la producción y el consumo sostenibles de productos agrícolas**, la política de promoción también sostiene la recuperación sostenible del sector agroalimentario de la UE en una coyuntura económica complicada.

Los importes disponibles para las campañas seleccionadas en 2024 se dividen entre la **promoción en el mercado interior de la UE y en terceros países**, con 81,3 millones de euros y 85,1 millones de euros, respectivamente. Fuera de la UE, los **países y regiones con un elevado potencial de crecimiento se consideran los principales objetivos de la promoción**. Entre esos países y regiones se cuentan China, Japón, Corea del Sur, Singapur y América del Norte. El Reino Unido sigue siendo uno de los principales mercados de exportación de los productos agroalimentarios de la UE, ya que absorbe el 20 % de las exportaciones de la UE-27.

La Comisión Europea cofinancia hasta el 80 % de los proyectos seleccionados presentados por agentes privados y también lleva a cabo sus [propias campañas de comunicación](#) en terceros países. Estas actividades pueden incluir la participación en ferias comerciales agroalimentarias, la organización de delegaciones comerciales en terceros países y la elaboración de [manuales de entrada en el mercado](#) para los exportadores.

Se prevé que en las campañas de promoción seleccionadas en 2024 **figuren productos procedentes de prácticas agrícolas sostenibles** que contribuyan a reducir la dependencia de plaguicidas y antimicrobianos, a minimizar la fertilización y la contaminación del agua, a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, a fomentar la agricultura ecológica y a mejorar el bienestar animal. 62 millones de euros se asignarán específicamente a los productos agroalimentarios producidos de forma sostenible, incluidos 42 millones de euros para **productos ecológicos**. Uno de los resultados previstos es un **mayor reconocimiento del logotipo ecológico de la UE** por parte de los consumidores europeos y un mayor consumo de productos ecológicos, en consonancia con el [Plan de Acción sobre Agricultura Ecológica](#).

Otro objetivo es ampliar el conocimiento de los **regímenes de calidad** y los productos de la UE registrados como denominación de origen protegida (DOP), indicación geográfica protegida (IGP) y especialidad tradicional garantizada (ETG). Más de [3 500 nombres de productos y bebidas agroalimentarios están protegidos](#), con lo que se garantiza a los consumidores productos auténticos y se preserva el patrimonio cultural y culinario de la UE.

La promoción del **consumo de frutas y hortalizas frescas** dentro de dietas equilibradas también sigue siendo una piedra angular de la política de promoción de la UE. La [última revisión de la ejecución del programa](#) concluyó que las frutas y hortalizas eran la principal categoría de productos que se beneficiaban de la cofinanciación de la política de promoción de la UE, con entre el 19 % y el 30 % del presupuesto total anual de la política de promoción entre 2016 y 2019. En el **programa de trabajo de 2024 se destinarán más de 18 millones de euros a la promoción de las frutas y hortalizas frescas**. Esto no excluye la financiación de campañas sobre estos productos también con cargo al resto del presupuesto de promoción. Las actividades de promoción dirigidas a los consumidores en el mercado interior deben referirse a las directrices dietéticas del Estado o los Estados miembros destinatarios y ajustarse a ellas.

Las convocatorias de propuestas para las próximas campañas específicas de 2024 estarán abiertas entre el 18 de enero y el 14 de mayo de 2024. Gestiona las convocatorias la [Agencia Ejecutiva Europea de Investigación](#). Podrán solicitar financiación y presentar sus propuestas organismos diversos como organizaciones profesionales y de productores, y grupos agroalimentarios responsables de actividades de promoción. Los programas denominados «simples» pueden presentarlos una o varias organizaciones del mismo país de la UE. Los programas «múltiples» pueden presentarlos al menos dos organizaciones nacionales de al menos dos Estados miembros, o bien una o varias organizaciones europeas. En el sitio web de la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación puede consultarse un [mapa de todas las campañas que se están llevando a cabo](#) actualmente en el mundo.

Se celebrará una jornada informativa en Bruselas y en línea los días 31 de enero y 1 de febrero de 2024, con el objeto de presentar los criterios de admisibilidad y adjudicación, además de las experiencias de los beneficiarios de los programas financiados, y facilitar los contactos entre los posibles socios del proyecto.

Más información

[Programa de trabajo anual de 2024](#)

[Política de promoción](#)

Anexo

	Millones de euros
PROGRAMAS SIMPLES	92
Programas simples en el mercado interior	41,1
Programas de promoción de los productos ecológicos	14
Programas de promoción de las frutas y hortalizas frescas	9,1
Programas sobre los regímenes de calidad de la UE (indicaciones geográficas, logotipo de las regiones ultraperiféricas)	7
Programas de sensibilización sobre la agricultura sostenible y el bienestar animal de la UE	6
Programas que destacan las características específicas de los métodos de producción agrícola de la Unión (seguridad alimentaria, trazabilidad, autenticidad, etiquetado, aspectos nutricionales y sanitarios, bienestar animal, etc.) y las características de los productos de la Unión en lo que atañe a su calidad, sabor, diversidad o tradiciones (esto es, <i>no cubiertos por los regímenes de calidad de la UE</i>)	5
Programas simples en terceros países	45,9
China (incluidos Hong-Kong y Macao), Japón, Corea del Sur, Taiwán, Sudeste Asiático o Asia Meridional	16,3

	Millones de euros
Otras zonas geográficas	15,3
Canadá, Estados Unidos, México	9,3
Programas de promoción de productos ecológicos y sostenibles de la UE en terceros países	5
Programas simples en caso de perturbaciones del mercado / convocatoria de propuestas adicional	5
PROGRAMAS MÚLTIPLES	84,4
Programas múltiples en el mercado interior	40,2
Programas de promoción de los productos ecológicos	13
Programas de sensibilización sobre la agricultura sostenible y el bienestar animal de la UE	14
Programas de promoción de las frutas y hortalizas frescas	9
Programas sobre los regímenes de calidad de la UE (productos ecológicos, indicaciones geográficas, logotipo de las regiones ultraperiféricas) O programas que destacan las características específicas de los métodos de producción agrícola de la Unión (seguridad alimentaria, trazabilidad, autenticidad, etiquetado, aspectos nutricionales y sanitarios, bienestar animal, etc.) y las características de los productos de la Unión en lo que atañe a su calidad, sabor, diversidad o tradiciones	4,2
Programas múltiples en terceros países	39,2
Programas en cualquier zona geográfica fuera de la UE	29,2
Programas de promoción de productos ecológicos y sostenibles de la UE en terceros países	10
Programas múltiples en caso de perturbaciones del mercado / convocatoria de propuestas adicional	5

	Millones de euros
Iniciativas propias de la Comisión	9
Otras acciones y gastos (expertos, traducciones)	0,5
Total de las medidas de promoción	185,9

IP/23/5816

Quotes:

La seguridad, la sostenibilidad y la autenticidad son las cualidades que definen los alimentos y bebidas europeos. Estas son también las cualidades que reforzamos con nuestra política de promoción. Nuestras campañas de promoción brindan nuevas oportunidades a nuestro sector agroalimentario y consolidan su contribución esencial a la economía de la UE, especialmente en las zonas rurales y las regiones remotas. Celebro la atención prestada a la difusión del logotipo ecológico de la UE y de los regímenes de calidad de la UE, ya que es crucial estimular la demanda del mercado en esos ámbitos. Animo a todas las partes interesadas a presentar sus propuestas.

Janusz Wojciechowski, comisario responsable de Agricultura - 17/11/2023

Personas de contacto para la prensa:

[Olof GILL](#) (+32 2 296 59 66)

[Sophie DIRVEN](#) (+32 2 296 72 28)

Solicitudes del público en general: [Europe Direct](#) por teléfono [00 800 67 89 10 11](#) , o por [e-mail](#)