

Balance y evolución de la Medida de Promoción Horizontal en los últimos diez años



Madrid, 15 de marzo de 2018

España ha pasado de ocupar la **cuarta posición** en términos de presupuesto y **la sexta**, en cuanto al número de programas aprobados, durante el período 2004-2015, a ser el **segundo perceptor de fondos y programas aprobados en la convocatoria 2017**





Objetivos de estos Programas

- **Reforzar la competitividad** del sector agrícola de la Unión.
- Incrementar el **conocimiento y reconocimiento de regímenes de calidad** de la Unión.
- Aumentar el nivel de conocimiento de los consumidores sobre las **bondades de los productos y métodos de producción europeos.**
- **Fomentar el consumo** de los productos agrícolas y determinados productos alimenticios
- **Aumentar la cuota de mercado de los productos comunitarios en los terceros países** con mayor potencial de crecimiento.

Mensajes a transmitir

- Destacar la **especificidad de los métodos de producción agrícola** de la Unión
 - **Seguridad de los alimentos, trazabilidad, autenticidad, etiquetado, aspectos nutricionales y sanitarios, bienestar animal, respeto al medio ambiente y sostenibilidad**
 - **Características de los productos: calidad, sabor, diversidad, tradiciones**
- Aumentar el conocimiento sobre la autenticidad de **sellos de calidad europeos**





Algunos aspectos clave:

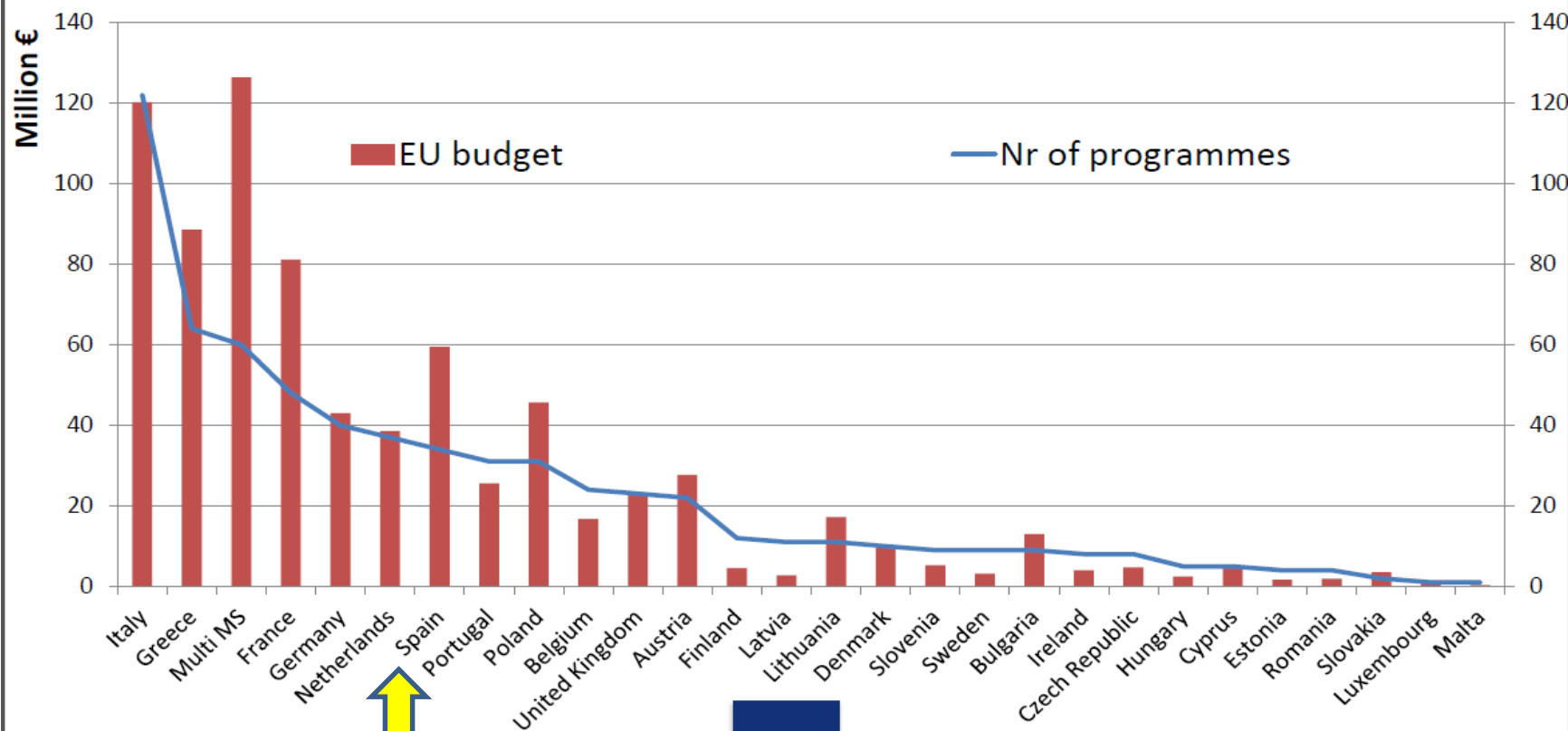
- **Programas Simples y Múltiples:** Diferentes cofinanciación europea y diferente responsabilidad en la gestión
- Agencia ejecutiva de la Comisión: CHAFEA (The Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency)

Organizaciones proponentes (OOPP) / Lista de productos elegibles / Mercados de destino / Ejecución programas / Duración / Tratamiento de las marcas alimentarias / No pueden estar incitados al consumo en función del origen



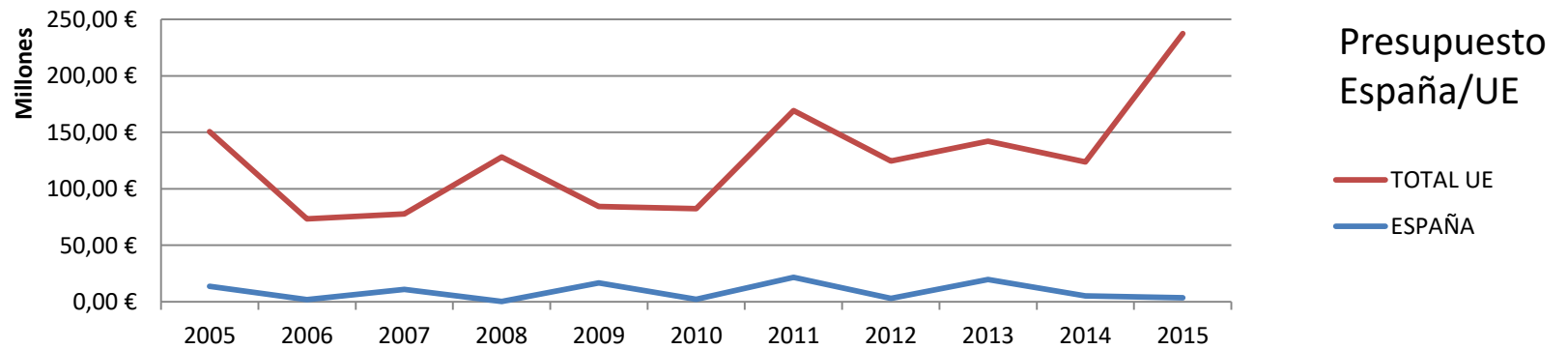
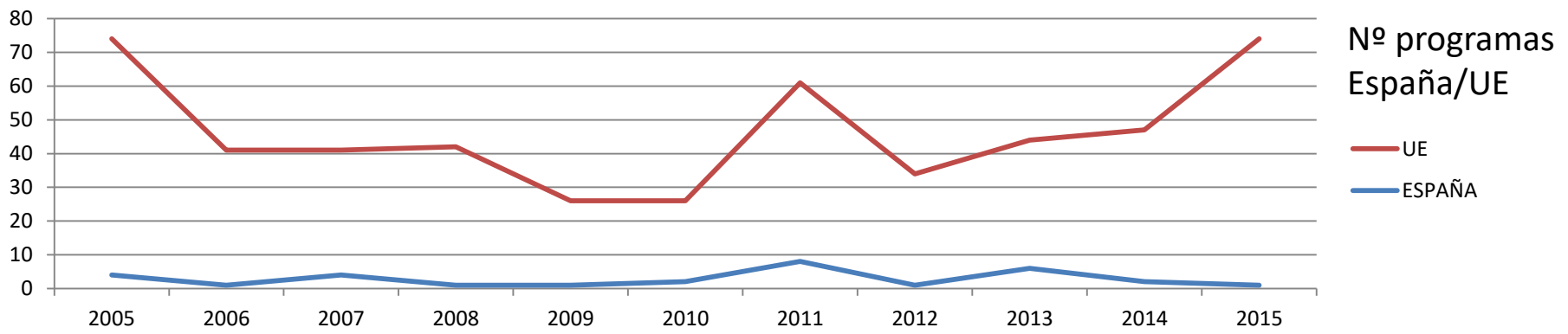
Statistics 2001-2014

España ha pasado de ocupar la cuarta posición en términos de presupuesto y la sexta, en cuanto al número de programas aprobados, durante el período 2004-2015...



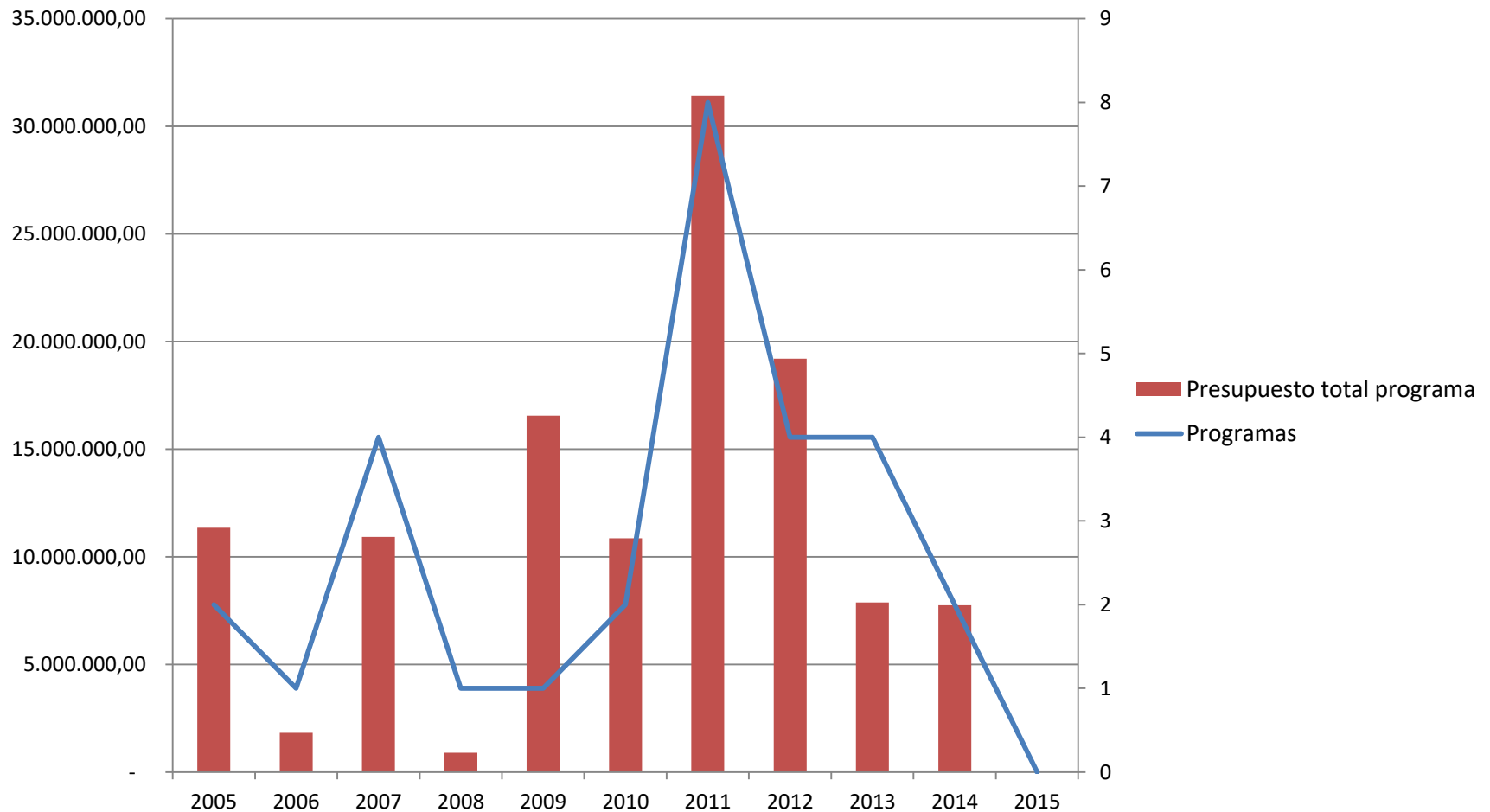


España representaba durante el período 2005-2015 en torno al **6%** en términos de **programas aprobados** y del **7%** en términos de **presupuesto aprobado** a nivel de la UE



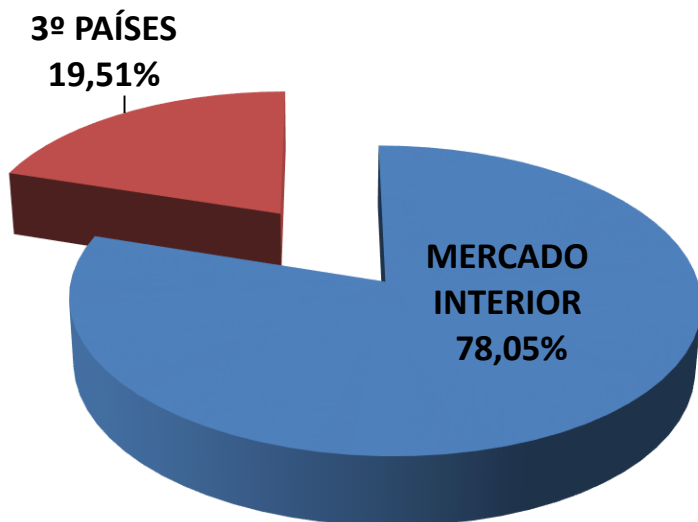


El MAPAMA dedicó en ese mismo período más de **15,7M€** a la cofinanciación de **29 programas** de promoción, que supusieron una inversión total de unos **118M€**.

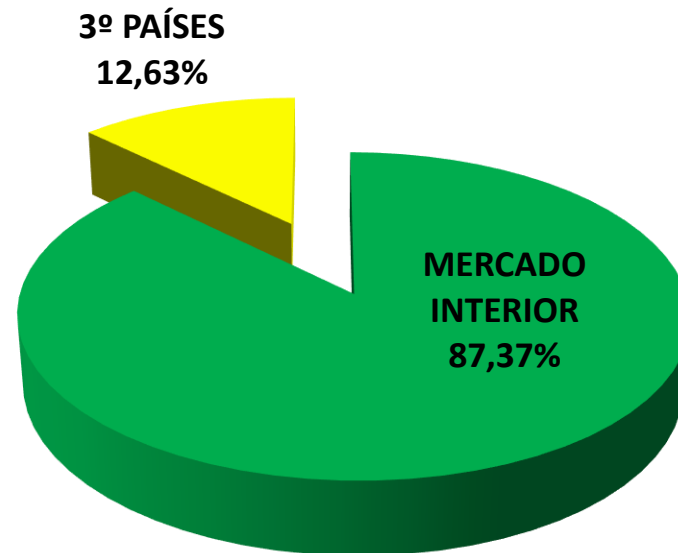


Por destinos, en el periodo 2004-2015, la mayor parte de los programas españoles se destinaron al **mercado interior** de la UE.

Programas aprobados



Presupuesto invertido





Convocatoria 2016



- 5 Programas aprobados y en ejecución
- Por una ayuda total UE de 9,4 m€
- De un total de **seis programas múltiples** aprobados, **en tres participan organizaciones proponentes españolas** para:
 - Promoción e información de las regiones ultra periféricas, RUP, junto con Francia y Portugal, destinado al **mercado interior** y una cofinanciación comunitaria de 2,7M€
 - Promoción e información del aceite de oliva virgen, junto con Italia, destinado a **EEUU y Japón** y una cofinanciación comunitaria de 568.282€
 - Promoción de la garnacha, junto con Francia, destinado a **EEUU y Canadá** y una cofinanciación comunitaria de 2,4M€



“Programa de promoción de leche y productos lácteos en el marco de unas prácticas dietéticas adecuadas”

Mercado interior: España



Presupuesto total:
1.514.794,76 €
UE:
1.060.356,33 €
(2017-2018)

“Programa de información y promoción sobre los sellos europeos de calidad diferenciada DOP e IGP en productos agroalimentarios nacionales”

Mercado interior: España

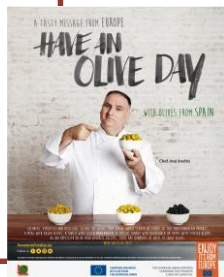


Historias en tu mesa

Presupuesto total:
948.202 €
UE:
663.741,4 €
(2017-2019)

“Plan de promoción de la aceituna de mesa europea en EEUU 2017-2019”

Países Terceros: Estados Unidos



Presupuesto total:
7.418.144,09 €
UE:
5.934.515,27 €
(2017-2019)

“Pork Lovers Europa”

Mercado interior: España, Reino Unido, Alemania, Francia Portugal



Presupuesto total:
1.951.926 €
UE:
1.366.348,2 €
(2017-2019)

“Jamón Ibérico: garantía de tradición, salud y calidad, IBERHAM”

Mercado interior: Reino Unido, Alemania, Francia



Presupuesto total:
548.030,6 €
UE:
383.621,42 €
(2017-2019)

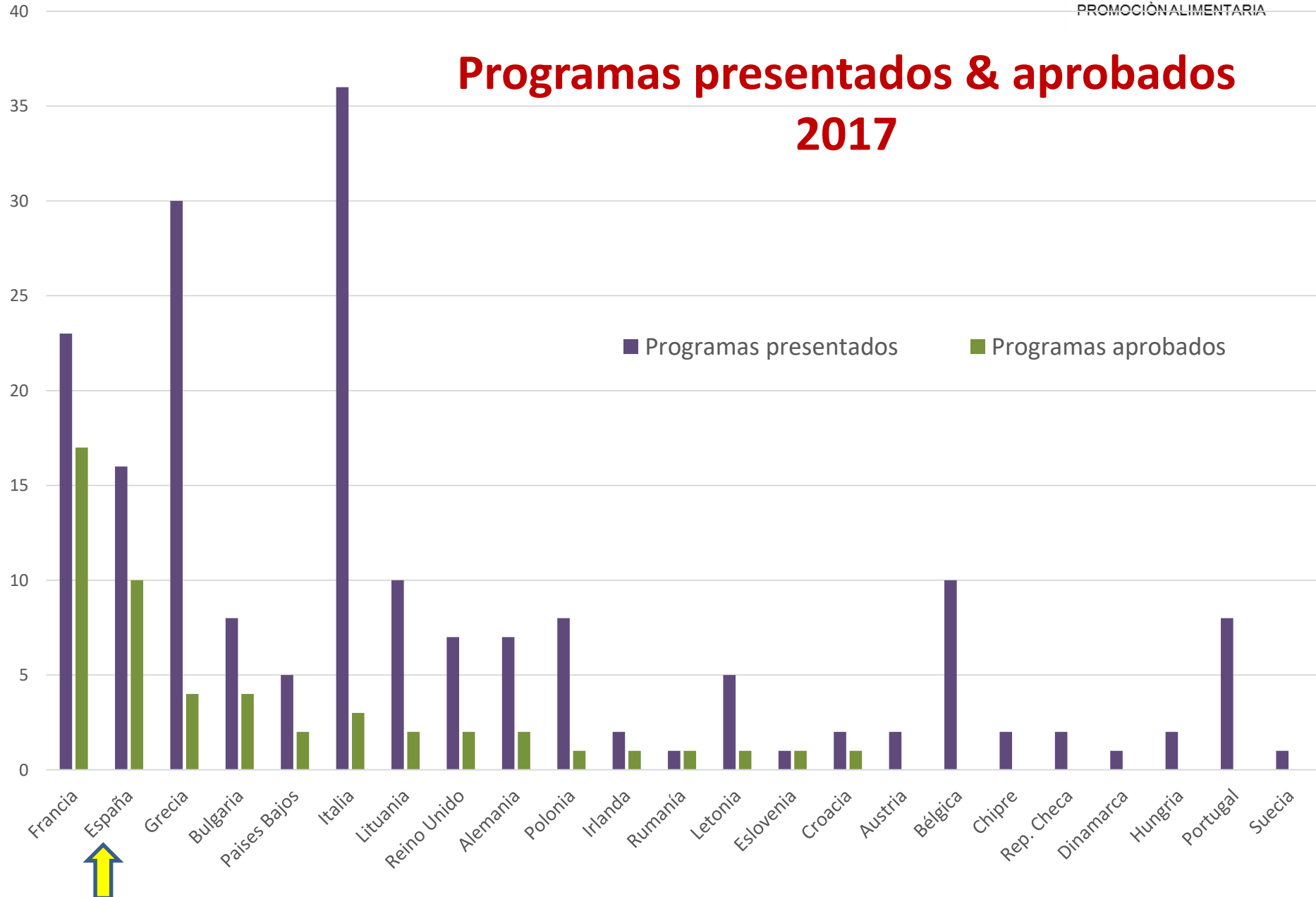
Convocatoria 2017: Principales cifras en Europa:

- 189 programas **presentados (-5%)**
- 52 programas **aprobados (-13%)**
- **Aprobado el 27,5% de los programas presentados**



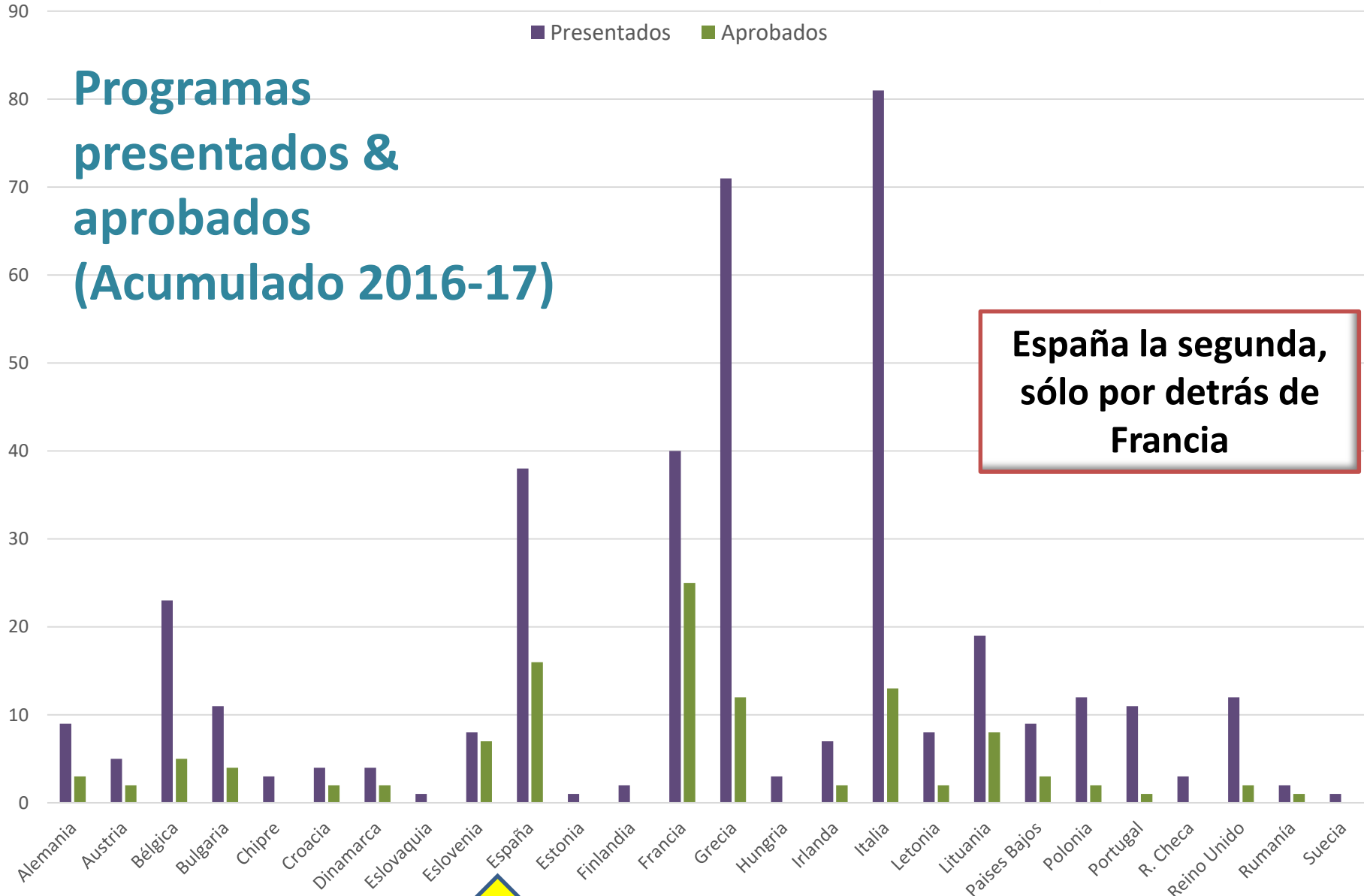
- 306,43 m€ presupuesto **solicitado (-1,3%)**
- 87,91 m€ presupuesto **aprobado (-6,7%)**
- **Aprobado el 26,68 % del presupuesto solicitado**

Programas presentados & aprobados 2017



Presupuesto solicitado & aprobado 2017



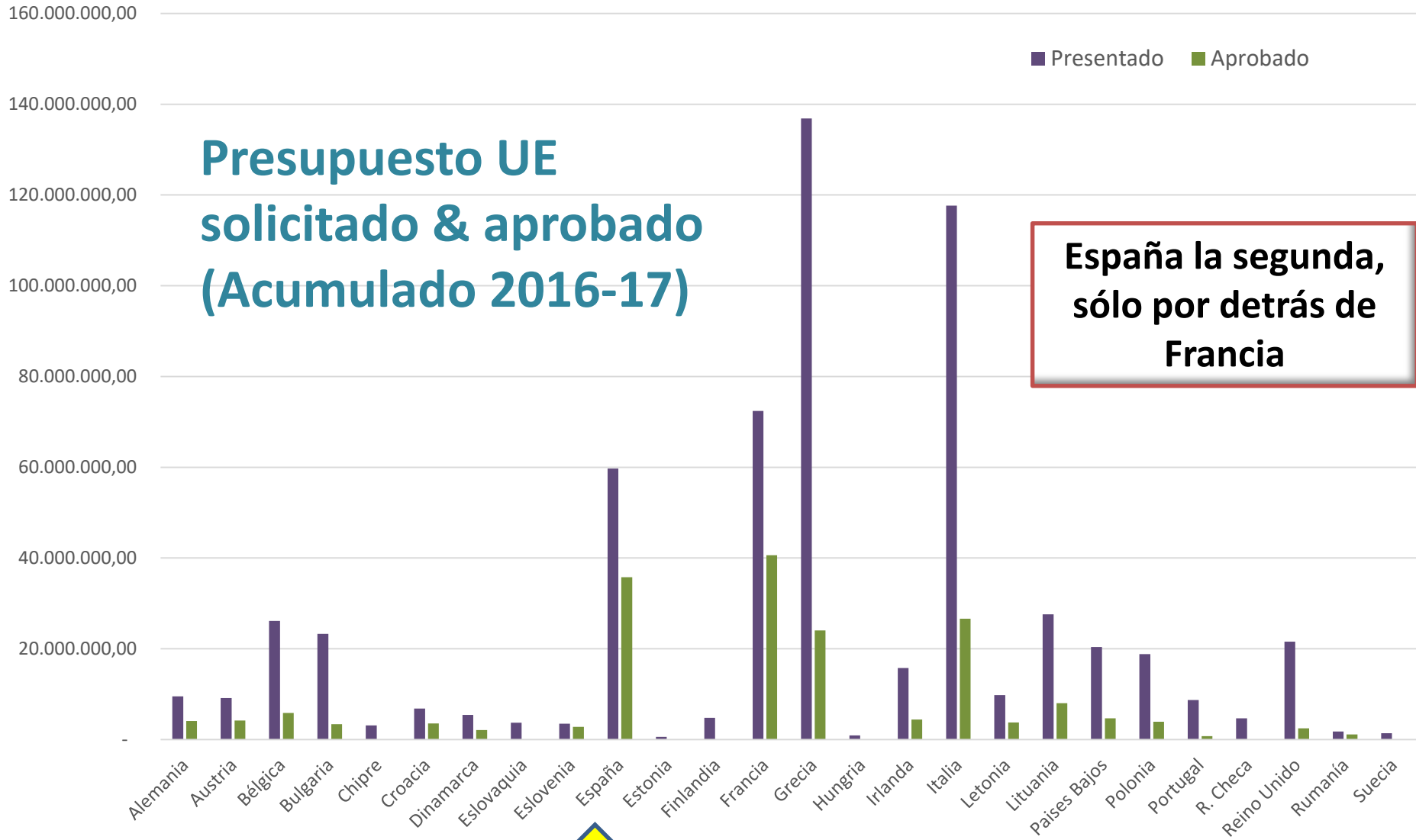


España la segunda, sólo por detrás de Francia





Presupuesto UE solicitado & aprobado (Acumulado 2016-17)



España la segunda, sólo por detrás de Francia



Convocatoria 2017. Principales cifras de España:

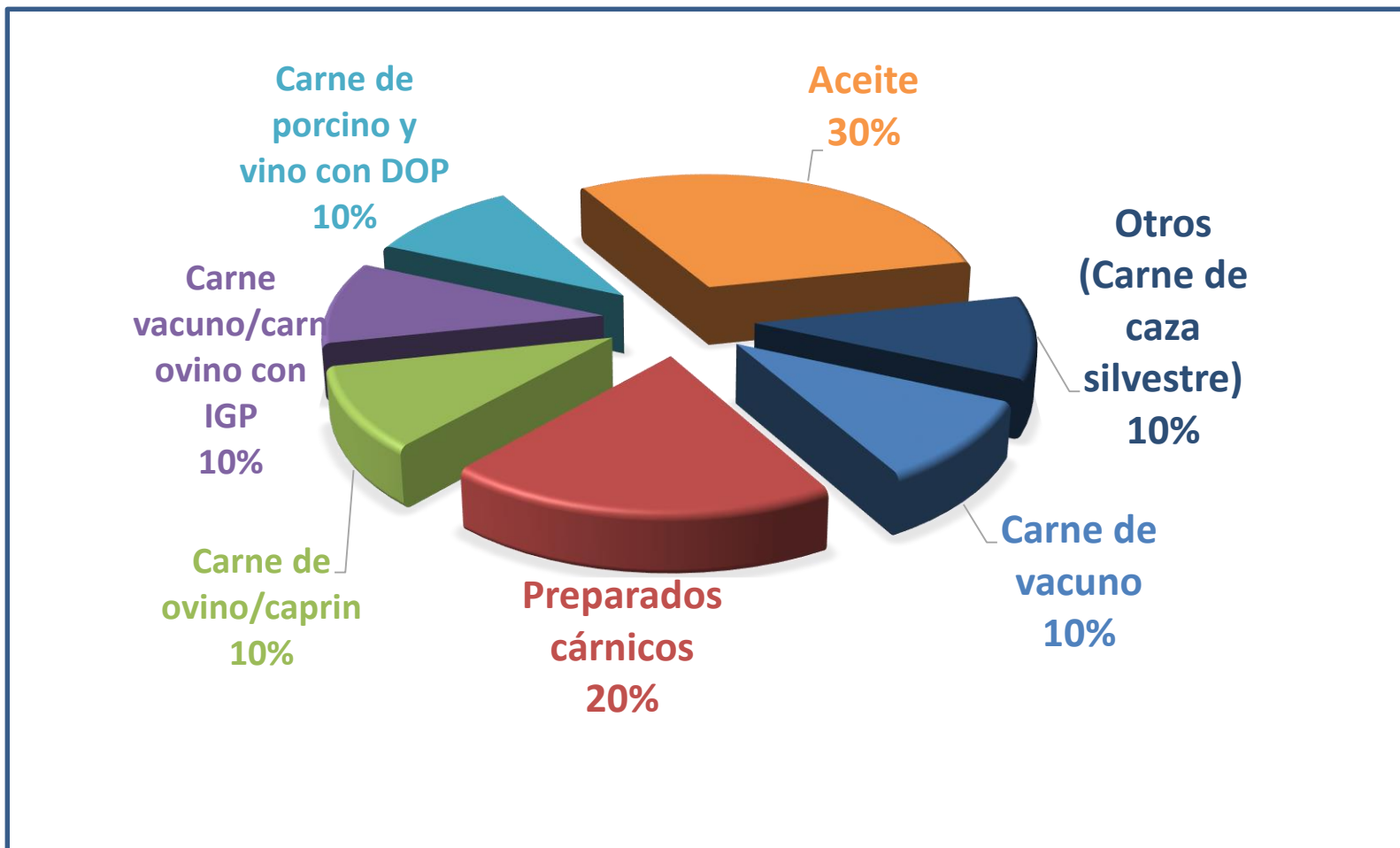


- 16 programas **presentados (-7,27%)**
- 10 programas **aprobados (+66,66%)**
- **19,23 %** del total UE
- **Aprobados el 62,5 % de los programas presentados** (UE: aprobado el 27,5% de los programas presentados)

- Presupuesto **solicitado 31,66m€ (+12,99%)**
- Presupuesto **aprobado 25,36m€ (+41,98%)**
- **29,05 %** del total UE
- **Aprobado el 80,1 % del presupuesto solicitado** (UE: Aprobado el 26,68 % del presupuesto solicitado)



Programas aprobados por sectores en la Convocatoria 2017

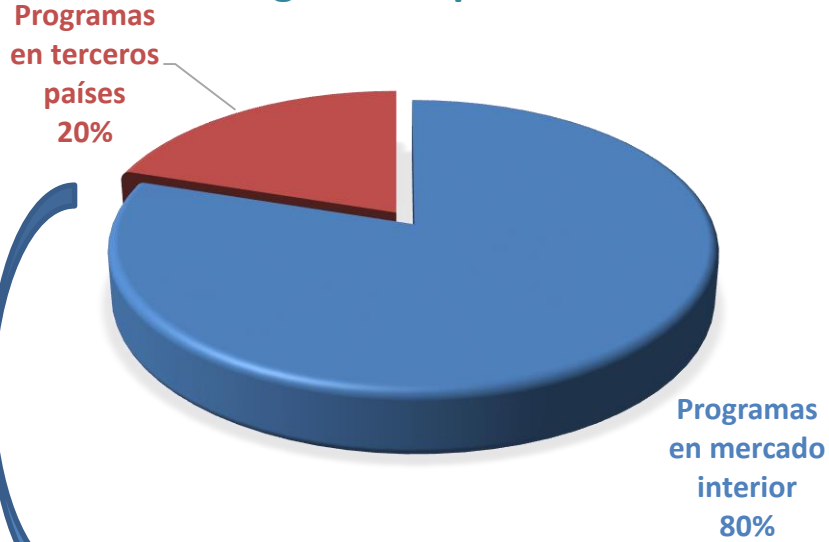




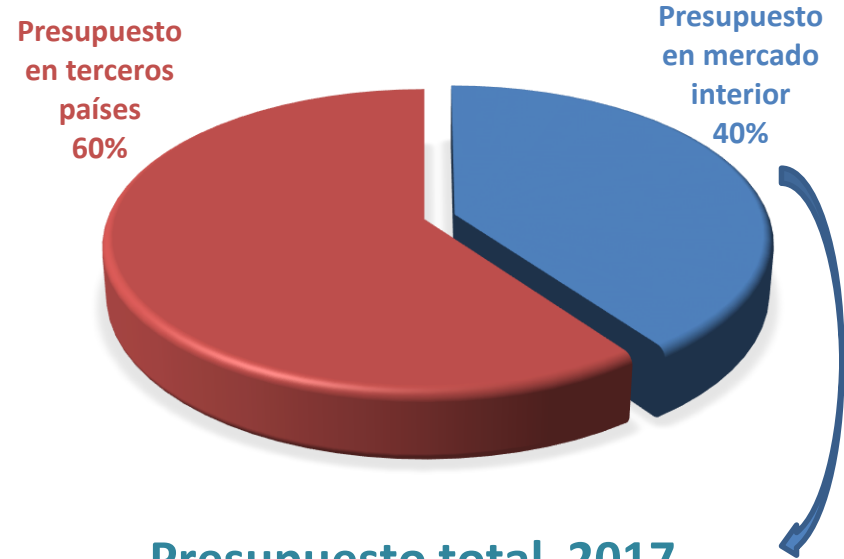
Presupuesto aprobado por sectores en la Convocatoria 2017



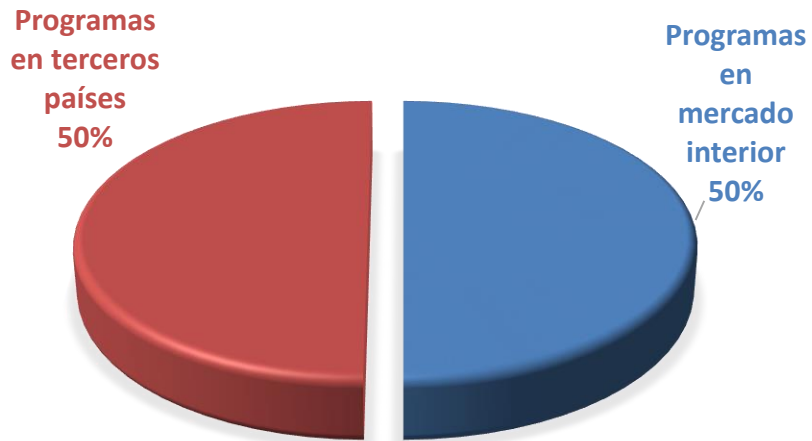
Programas aprobados 2016



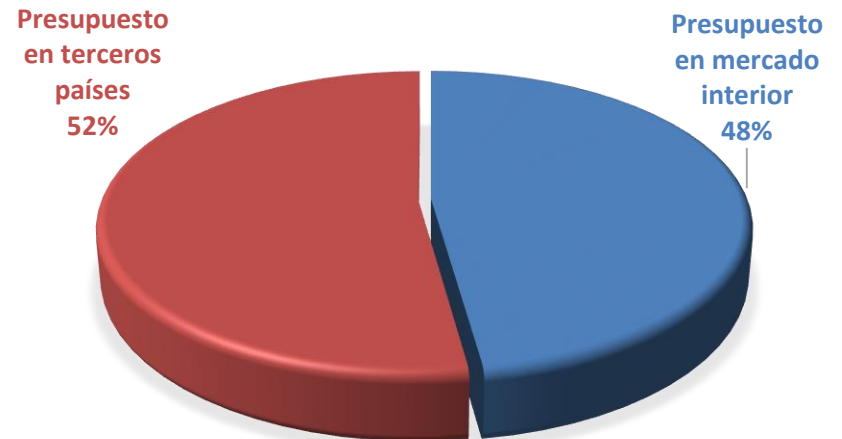
Presupuesto total 2016



Programas aprobados 2017



Presupuesto total 2017





“Carnes con Estilo” Mercado interior: España



Presupuesto total:
1.461,157 €
UE:
1.022,811 €
(2018-2020)

“Sotomano y Teruel” Mercado interior: España



consejo regulador de la denominación de origen
SOMONTANO

Presupuesto total:
3.165.000 €
UE:
2.215.501 €
(2018-2020)

Programas simples aprobados en mercado interior

“Carne silvestre de Europa” Mercado interior: España, Francia



Presupuesto total:
991.870 €
UE:
694.315 €
(2018-2020)

“Olive oil world tour mercado interior” Mercado interior: Alemania, Reino Unido, Países Bajos, Bélgica, España



Presupuesto total:
5.890.337 €
UE:
4.123.242 €
(2018-2020)

“Ham passion tour” Mercado interior: Alemania, España, Francia, Reino Unido



Presupuesto total:
4.684.300 €
UE:
3.279.014 €
(2018-2020)



“What a wonderful beef”

Países Terceros: Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí, Hong Kong, Vietnam



Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno

Presupuesto total:
2.249.903 €
UE:
1.799.928 €
(2018-2020)

“Ham passion tour”

Países Terceros: Méjico



Presupuesto total:
1.148.071 €
UE:
918.928 €
(2018-2020)

Programas simples aprobados en terceros países

“Luxury lamb from EU”

Países Terceros: Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí, Hong Kong, Israel



ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL AGROALIMENTARIA DEL OVINO Y EL CABRAZO

Presupuesto total:
1.000.000 €
UE:
800.006 €
(2018-2020)

“Olive oil world tour USA”

Países Terceros: China Taiwán, Japón



Presupuesto total:
7.435.457 €
UE:
5.948.367 €
(2018-2020)

“Olive oil world tour USA”

Países Terceros: Estados Unidos



Presupuesto total:
5.191.196 €
UE:
4.735.358 €
(2018-2020)



Programas múltiples

- El número total de programas presentados fue de 35 por un importe de 132,14 millones de euros
- En dos de ellos participan organizaciones proponentes españolas como coordinadoras

Algunas claves del éxito

- ✓ La **Promoción** se constituye en un **elemento clave** para la competitividad de las producciones agrarias. El nuevo marco en la promoción horizontal se ha **flexibilizado**, pero la **competencia es mayor**.
- ✓ El **presupuesto se incrementa progresivamente**, aumentan los **programas múltiples y en Terceros Países** frente a los de Mercado Interior.
- ✓ La existencia de **organizaciones sectoriales fuertes** es fundamental para acometer con éxito los programas de promoción.
- ✓ **Especialización de las agencias de ejecución de los programas.**

Crecientes exigencias de control.