

## El Mapa impulsa la promoción de Alimentos de España en el exterior

Con una inversión de 4 MM de euros, hasta 2021

El Gobierno va a destinar 4 millones de euros a promocionar y dar mayor visibilidad a alimentos de España, como la aceituna de mesa o el aceite de oliva, en el mercado exterior. Se trata de un acuerdo firmado entre los ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación y de Industria, Comercio y Turismo mediante el cual se llevará a cabo una campaña de promoción en una veintena de mercados internacionales para fortalecer la imagen exterior del sector agroalimentario español.

La campaña, Spain Food Nation, resalta la calidad y excelencia de los alimentos españoles y facilita a los agentes del mercado toda la información necesaria para promover la comercialización internacional de alimentos españoles.

Coordinada por el ICEX, la campaña que comienza esta semana y contará con distintas acciones hasta junio de 2021, desarrolla la imagen de España como país que alimenta de forma segura a Europa y al mundo.

Esta campaña se centrará en promocionar aceitunas y aceite de oliva, entre otros productos y en ella se hará una referencia especial a la sostenibilidad medioambiental del país con mayor producción ecológica de Europa, también se destacará la seguridad alimentaria de los productos y la innovación aplicada a la producción agroalimentaria.

*Coordinada por el ICEX, la campaña que comienza esta semana y contará con distintas acciones hasta junio de 2021*

Además, se destacarán los valores empresariales distintivos del sector agroalimentario puestos de manifiesto durante la crisis sanitaria. Valores que han quedado patentes en el esfuerzo que se ha hecho para garantizar el corredor alimentario que ha asegurado el abastecimiento en España, Europa y el resto de mercados exteriores, así como en la diversificación de su producción hacia la elaboración de material sanitario de primera necesidad en un momento de alta demanda mundial.

Destinatarios de la campaña

Asimismo, la campaña, dirigida a profesionales y consumidores de alto poder adquisitivo, se centrará en la generación de contenidos para medios de comunicación internacionales de prestigio (generalistas, de estilo de vida y sectoriales) y en la organización de eventos de relaciones públicas. Los países donde la comunicación será más intensa son Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, Canadá, Japón, Singapur, China, Hong-Kong y Corea del Sur; seguidos de Suiza, Rusia, Países Bajos, los países nórdicos, Irlanda, Taiwán y los mercados de Oriente Medio.





Además de campaña en medios de comunicación, también se producirán seis documentales para el canal de televisión Euronews, con difusión en toda su plataforma digital, que emite en 12 idiomas y tiene presencia y alcance en 40 países de cuatro continentes: Europa, América, África y Asia.

También habrá acciones en actos organizados por ICEX, tales como el Foods from Spain Middle East and Southeastern Asia Tour, que se celebrará en Vietnam, Indonesia, Malasia y Qatar; el Eat Spain, Drink Spain, en el Reino Unido; las ferias de importadores Open Day 2020 Spanish Food & Wine Showroom, en China; o la Spanish Wine Week, en Irlanda.

Lien de l'article : <https://www.olimerca.com/noticiadet/el-mapa-impulsa-la-promocion-de-alimentos-de-espana-en-el-exterior/e8876ea103ca7cb4eab2f39a8a545cb0>