



El acuerdo da continuidad a la estrategia iniciada hace seis años

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación e ICEX firman un nuevo convenio de colaboración para la promoción internacional de los alimentos de España

- El acuerdo prevé una inversión conjunta de 8,4 millones de euros para el desarrollo del programa Spain Food Nation VI
- Apuesta por la diversificación de mercados estratégicos como Marruecos, Japón, China, Suiza o México e incorpora nuevos mercados de oportunidad como Argelia o Serbia
- La inteligencia de mercado jugará un papel clave para paliar el contexto de incertidumbre actual, con informes de posicionamiento en mercados clave como Reino Unido, China, Japón o EE UU
- La gastronomía será un eje fundamental de trabajo para posicionar la imagen de los productos de la despensa española de la mano de prestigiosos chefs y con apoyo a los restaurantes de calidad

05 de mayo de 2025. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) e ICEX España Exportación e Inversiones han suscrito un nuevo convenio de colaboración para desarrollar el programa Spain Food Nation VI para la promoción internacional de los alimentos de España.

Enmarcada en la estrategia de promoción #AlimentosDeEspaña y #FoodsWinesFromSpain, la iniciativa *Spain Food Nation* persigue construir una imagen internacional sólida de España como país de alimentos y gastronomía de calidad, asociada a los valores de confianza, seguridad y satisfacción.

El nuevo convenio contempla una inversión total de 8.443.000 euros, de los que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación aportará 4.436.500 euros e ICEX – ejecutor de las actividades del convenio - aporta los 3.703.500 restantes,

Nota de prensa



con una vigencia hasta el 30 de septiembre de 2026. Esta sexta edición *Spain Food Nation* da continuidad a una exitosa estrategia iniciada en 2020 para promocionar internacionalmente la calidad, diversidad y competitividad del sector agroalimentario español.

La alianza entre el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación e ICEX a lo largo de estos años ha sabido adaptarse a la coyuntura cambiante del mercado para apoyar a las empresas y sectores. En esta nueva edición se mantiene la apuesta por mercados estratégicos en América, Europa y Asia y se refuerzan líneas clave en un contexto de incertidumbre.

Por una parte, se amplían las actividades en mercados estratégicos como Marruecos, Japón, China, Suiza o México, y al mismo tiempo se buscan nuevos mercados de oportunidad (Argelia y Serbia, por ejemplo) para facilitar la diversificación de destinos de las exportaciones agroalimentarias.

Además, se extiende el apoyo a sectores que están en la base de la cadena como la ganadería, la acuicultura y la industria manufacturera, para lograr un impacto multiplicador en la internacionalización de todo el sector. Ferias como SIAM (Marruecos) o EXPO WEST (EE UU) tendrán un protagonismo especial en el marco del acuerdo.

La inteligencia de mercado va a jugar un papel esencial para aportar a las empresas información clave sobre la evolución de los mercados y el posicionamiento en China, Japón, EE UU y Reino Unido a través de los Summit, los consejos asesores que se han constituido en estos países.

CAMPAÑAS GASTRONÓMICAS

La gastronomía se convierte en una palanca de refuerzo de la imagen de España a través de dos grandes campañas. Por una parte, una línea centrada en reforzar la promoción de los productos agroalimentarios españoles ante el consumidor final, que se ejecutará en 15 mercados en Europa (Alemania, Irlanda, Reino Unido o Suiza), América (México y EE UU) y Asia (China, Emiratos Árabes Unidos, Tailandia y Malasia). Esta campaña se desarrolla bajo el nombre de *Eat Spain, Drink Spain* y tendrá un coste de más de 1,5 millones de euros.



Además, se realiza una apuesta decidida por el canal HORECA, con el apoyo a restaurantes y tiendas especializadas en producto español certificadas por ICEX con los sellos *Restaurants from Spain* y *Colmados from Spain*, que son también protagonistas de este convenio como embajadores gastronómicos de todos los productos de la despensa española.

Desde el inicio de la campaña *Spain Food Nation* en 2020, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación e ICEX han invertido conjuntamente más de 21 millones de euros para posicionar a España como una potencia agroalimentaria global. Esta colaboración estratégica ha generado un impacto muy positivo en los mercados objetivo y ha permitido fortalecer la imagen del sector y aumentar su visibilidad y prestigio internacional.

Con la firma de este nuevo convenio se reafirma el compromiso de las instituciones públicas con la internacionalización del sector agroalimentario español en un momento clave para consolidar su liderazgo en calidad, innovación y sostenibilidad.