

Presentación del programa de trabajo 2025 — Política de promoción de la UE

Jornadas de información sobre la convocatoria de 2025

Diego Canga Fano
Director General Adjunto en funciones
Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural

27/03/2025, Madrid



Líneas generales de la presentación

Visión general de la política de promoción

Programa de trabajo anual de 2025

Iniciativas propias de la Comisión



Visión general de la política de promoción



Política de promoción: Objetivos

- Reforzar la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la UE, aumentando su visibilidad tanto dentro como fuera de la UE;
- Aumentar la concienciación sobre los méritos de los productos agrícolas y los métodos de producción de la UE y aumentar el reconocimiento de los regímenes de calidad de la UE



Programas de promoción: datos y estadísticas



> 600 programas financiados



Una firma visual para todas las campañas:
¡Enjoy it's from Europe!



Presupuesto medio anual
de 175 millones de euros
(2025: €132 millones)



Política calibrada
anualmente para
responder a las
necesidades de los
sectores mediante el
**programa de
trabajo anual**



Tipos de programas de promoción

Programas simples

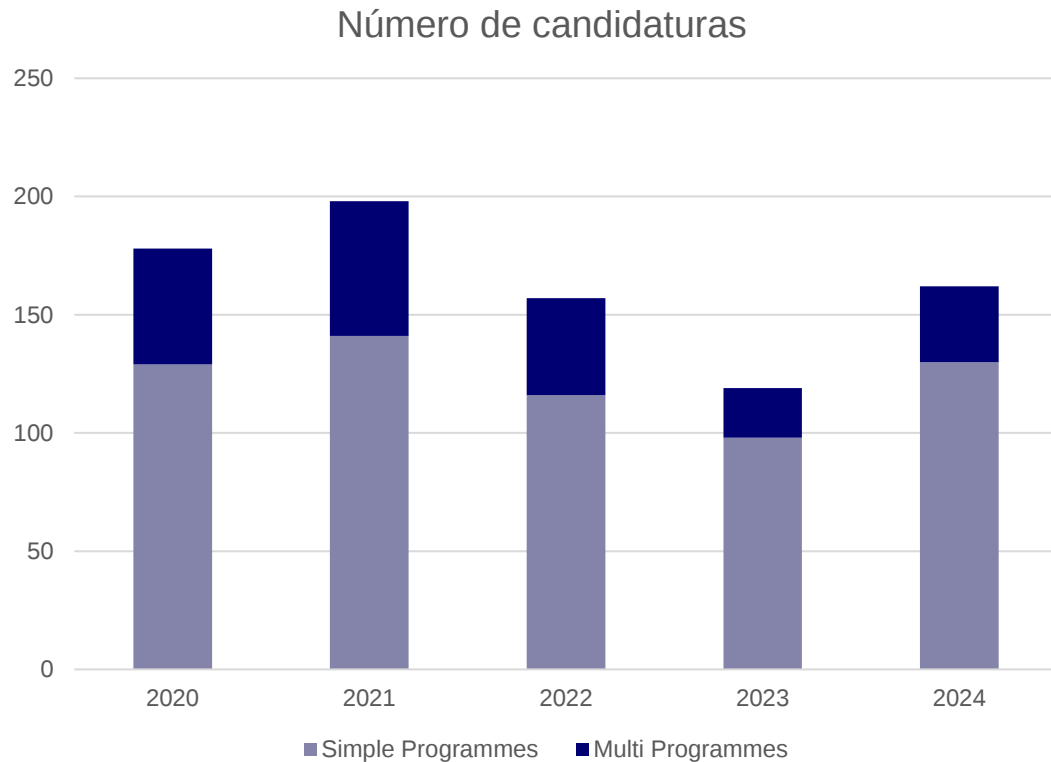
Programa presentado por una o varias entidades proponentes del mismo Estado miembro

Programas múltiples

Programa presentado por una o varias organizaciones proponentes de varios Estados miembros o por organizaciones europeas



Evolución del número de solicitudes



El número total de propuestas aumentó en 2024 en comparación con 2023.

En 2024:

- el número de propuestas simples recibidas fue un 33 % superior al de 2023.
- el número total de propuestas recibidas fue un 52 % superior al de 2023.

La competencia para la convocatoria simple es superior a la de la convocatoria múltiple. La competencia es mayor en algunos ámbitos.



Programa de trabajo anual de 2025



¿Qué es un programa de trabajo anual (PTA)?

- La base jurídica para la financiación de las acciones de promoción
- Define las prioridades y el presupuesto correspondiente
- Incluye disposiciones para hacer frente a una perturbación del mercado



¿Cómo se elabora el PTA?

- Objetivos del Reglamento (CE) N° 1144/2014
- Coherencia con las prioridades políticas de la UE
- Análisis de la dinámica del mercado interior, las exportaciones de la UE y el aumento previsto de las importaciones de terceros países
- Contribución de los Estados miembros, a través del Comité de la OCM.
- Contribución de las partes interesadas, consultadas a través del Grupo de Diálogo Civil
- Resultados de convocatorias anteriores (tipo de puja)





Nuevas orientaciones políticas

*«El programa de trabajo anual de 2025 es el primero desde las orientaciones políticas para la próxima Comisión 2024-2029 y, como tal, tiene debidamente en cuenta los objetivos generales **de sostenibilidad y competitividad, así como la seguridad alimentaria**. Además, el programa contribuye a la política agrícola común (PAC), así como al Pacto Verde Europeo y al Plan Europeo de Lucha contra el Cáncer».*

Programa de trabajo anual de 2025



PTA 2025: Alineación y continuidad

Armonización con las prioridades políticas de la UE:

- Sostenibilidad asociada a la competitividad
- Pacto Verde: por ejemplo, sistemas alimentarios sostenibles

No hay cambios en los temas:

- Programas simples: 5 temas en el mercado interior y 4 en terceros países
- Programas múltiples: 4 temas en el mercado interior y 2 en terceros países



Simplificación

- La simplificación es una prioridad clave
- En 2024: Modificación del acto delegado — clarificación de determinadas normas e introducción de la opción de importes a tanto alzado
- En 2025: Modificación del acto de ejecución, por ejemplo, reducción del número de informes sobre la ejecución del programa.



Temas del PTA 2025: Mercado interior

Programas de calidad de la UE

Aumentar la concienciación sobre los regímenes de calidad de la UE y aumentar la competitividad de estos productos

- DOP, IGP, ETG y otros
- logotipo de los productos de calidad específicos de las regiones ultraperiféricas de la UE

Características

Aspirar a poner de relieve las especificidades de los métodos de producción en la UE (seguridad alimentaria, trazabilidad, autenticidad, etiquetado, aspectos nutricionales y sanitarios, sostenibilidad medioambiental, tradiciones, etc.)

Frutas y hortalizas frescas

Aspirar a poner de relieve las ventajas del consumo de frutas y hortalizas frescas en una alimentación equilibrada y a aumentar el consumo de estos productos

Bio

Aspirar a aumentar la concienciación y el reconocimiento del régimen de calidad de la UE en materia de producción ecológica y del logotipo de la agricultura ecológica de la UE

Sostenible

Aspirar a poner de relieve la sostenibilidad de la agricultura de la UE y su papel beneficioso para el clima, el medio ambiente y el bienestar animal



Temas del PTA 2025: Terceros países

Programas simples

Asia

Dirigidas a uno o varios de los siguientes países: China (incluidas Hong-Kong y Macao), Japón, Corea del Sur, Taiwán, la región del sudeste asiático y Asia meridional

América

Dirigidas a uno o varios de los siguientes países: Canadá, Estados Unidos o México

Otros

Dirigidas a otras zonas geográficas

Ecológica o sostenible

Sobre los productos ecológicos en el marco del régimen de calidad de la UE o para aumentar la sensibilización sobre la agricultura sostenible y el bienestar animal de la UE

Programas múltiples

Todos

Dirigidas a uno o varios terceros países

Ecológica o sostenible

Sobre los productos ecológicos en el marco del régimen de calidad de la UE o para aumentar la sensibilización sobre la agricultura sostenible y el bienestar animal de la UE



PTA 2025: Presupuesto

El presupuesto total disponible para los programas de promoción en el marco del programa de trabajo anual de 2025 **asciende a 132 millones de euros** (2024: 185,9 millones de euros);

De los cuales:

- **92 millones de euros** para **programas de promoción simples** (como en 2024)
- **40 millones de euros** para **programas de promoción múltiples** (frente a 84,4 millones de euros en 2024)

Las iniciativas propias de la Comisión se apoyarán mediante la utilización de los remanentes del presupuesto de 2024 (a través de la «cláusula de flexibilidad»).



Programas simples

PROGRAMAS SIMPLES	2024	2025	
TOTAL	92	92	
Programas simples en el mercado interior	41,1	39,1	
AGRIP-SIMPLE-2025-IM-CHARACTERISTICS	5	5	
AGRIP-SIMPLE-2025-IM-EU-QS	7	9	↑
AGRIP-SIMPLE-2025-IM-FRESH-FV	9,1	9,1	
AGRIP-SIMPLE-2025-IM-ORGANIC	14	10	↓
AGRIP-SIMPLE-2025-IM-SUSTAINABLE	6	6	
Programas simples en terceros países	45,9	47,9	
AGRIP-SIMPLE-2025-TC-AMERICAS	9,3	9,3	
AGRIP-SIMPLE-2025-TC-ASIA	16,3	16,3	
AGRIP-SIMPLE-2025-TC-OTHERS	15,3	17,3	↑
AGRIP-SIMPLE-2025-TC-ORG-SUST	5	5	
Programas simples de perturbación del mercado/convocatoria de propuestas adicional	5	5	

Los datos se expresan en millones de euros.

AGRIP = promoción de productos agrícolas

SIMPLE = programa simple

IM = mercado interior, TC = tercer país



Programas múltiples

PROGRAMAS MÚLTIPLES	2024	2025	
TOTAL	84,4	40	
Programas múltiples en el mercado interior	40,2	19.5	
AGRIP-MULTI-2025-IM	4,2	3.1	↑
AGRIP-MULTI-2025-IM-FRESH-FV	9	3.6	
AGRIP-MULTI-2025-IM-ORGANIC	13	5.4	
AGRIP-MULTI-2025-IM-SUSTAINABLE	14	7.4	↑
Programas múltiples en terceros países	39,2	15.5	
AGRIP-MULTI-2025-TC-ALL	29,2	12.5	
AGRIP-MULTI-2025-TC-ORG-SUST	10	3	↓
Programas múltiples en caso de perturbación del mercado/convocatoria de propuestas adicional	5	5	

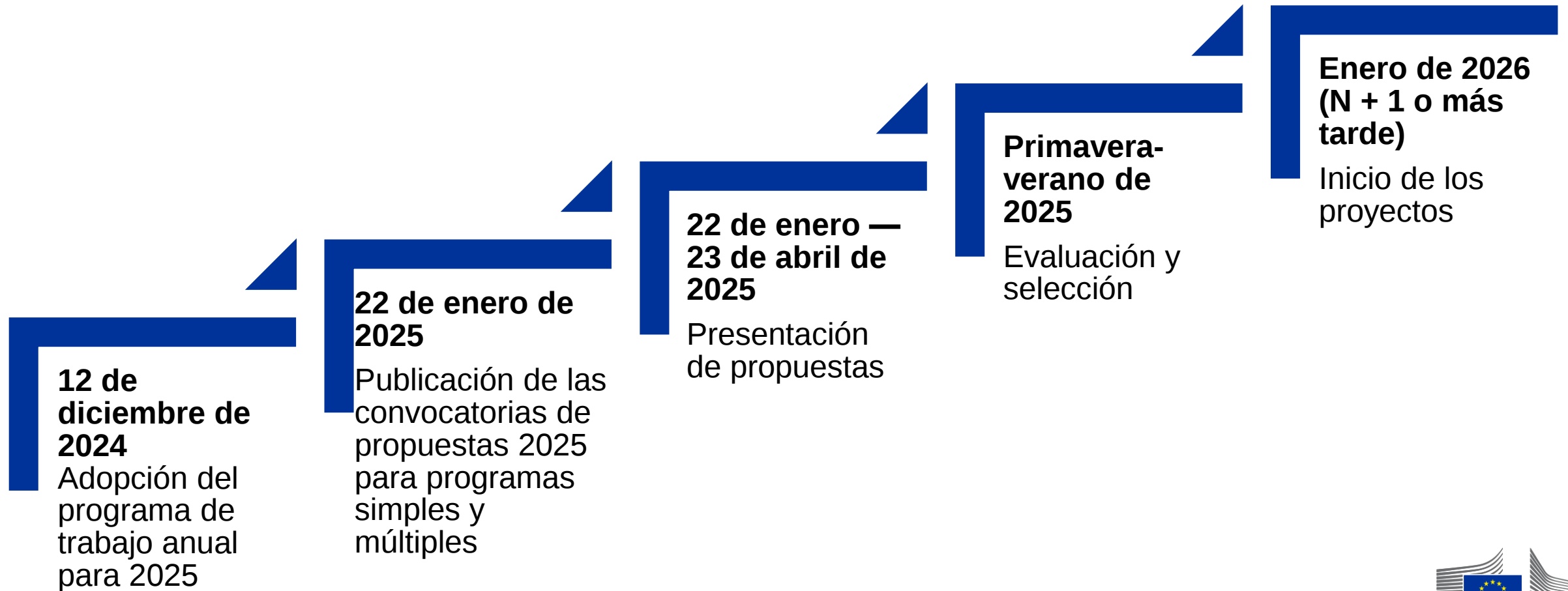
Los datos se expresan en millones de euros.

MULTI =programa múltiple

IM = mercado interior, TC = tercer país



Calendario anual



Iniciativas propias de la Comisión



Iniciativas propias de la Comisión para la promoción agroalimentaria

- Pabellones de la UE en ferias comerciales
- Misiones de alto nivel
- Campañas de promoción
- Manuales de acceso al mercado



Impacto de las iniciativas propias de la Comisión

Mayor sensibilización sobre los méritos esenciales de los productos alimentarios de la UE: Calidad, seguridad, autenticidad y sostenibilidad

Mayor reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión: DOP, IGP y eco

Mayor intención de comprar productos de la UE en el futuro

Tasa de **satisfacción** > 80 % para todas las actividades ejecutadas

Misiones de alto nivel (HLMs)

~ 700 delegados de empresas participaron en 13 HMLs

Por término medio, el **80 % de los delegados de empresas confirmaron que los contactos** establecidos durante las misiones de alto nivel facilitaron sus actividades.

(observaciones después de 1 año, N + 1)

El **53 % celebró acuerdos comerciales** a través de nuevos contactos establecidos durante la misión de alto nivel

(observaciones después de 1 año, N + 1)

Pabellones de la UE

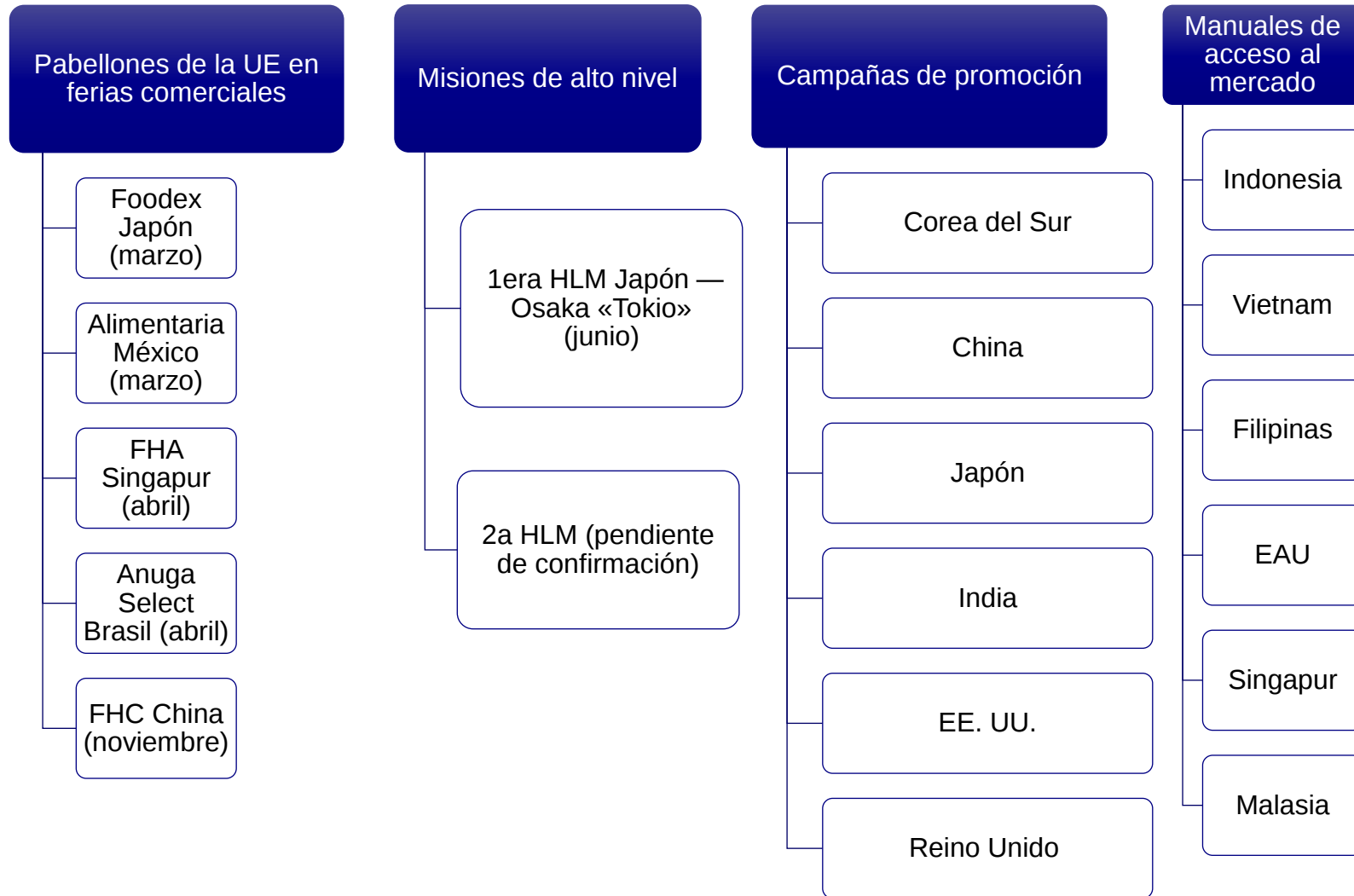
El **87 % del público está dispuesto a comprar y consumir** más alimentos europeos después de visitar los pabellones de la UE

Campañas de promoción

~ 3 millones de contactos * se han alcanzado en todo el mundo gracias a 12 campañas de promoción; actualmente hay 6 campañas en curso (contacto directo, redes sociales, actividades publicitarias)

** contactos: podría incluir varias veces a la misma persona*

Proyecto para las iniciativas de la Comisión en 2025



Gracias



© Unión Europea 2025

A menos que se indique lo contrario, la reutilización de esta presentación está autorizada en virtud de la licencia [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Para cualquier uso o reproducción de elementos que no sean propiedad de la UE, puede ser necesario solicitar la autorización directamente de los respectivos titulares de derechos.

