



Hoy, en el centro tecnológico AINIA en Paterna (Valencia)

La secretaria general de Pesca destaca el refuerzo de la comercialización de productos del mar como uno de los principales retos del sector

- Isabel Artime subraya el trabajo coordinado entre el sector y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en materia de comercialización y promoción del consumo de productos pesqueros

31 de enero de 2025. La secretaria general de Pesca, Isabel Artime, ha recordado hoy que la importancia económica y social del sector pesquero va más allá de la actividad extractiva, y ha destacado que la mejora de la comercialización de los productos adquiere ya una especial relevancia entre los retos de futuro. Un asunto que, según Artime, precisa de un abordaje específico y coordinado entre las administraciones competentes.

La secretaria general de Pesca ha participado en la clausura de la jornada de presentación de resultados del estudio para la comercialización de la pesca celebrada en la sede del centro tecnológico Ainia en Paterna (Valencia).

Durante su intervención, Isabel Artime ha recordado el conjunto de medidas impulsadas por parte del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para mejorar la comercialización y la promoción del consumo y del propio sector pesquero. Entre ellas, la secretaria ha destacado las campañas de publicidad que tienen un doble objetivo: estimular el consumo de los productos pesqueros con un perfil nutricional excelente, y visibilizar el buen hacer de un sector comprometido con la sostenibilidad económica, social y medioambiental.

Según Artime, también adquieren gran relevancia las actuaciones que, en materia de mejora del proceso de comercialización, impulsan las Organizaciones de Productores (OPP), a través de sus Planes de Producción y Comercialización (PPYC), y las acciones de promoción que llevan a cabo las entidades representativas del sector, todo ello con el apoyo del ministerio. Durante los últimos 3 años, el apoyo a los PPYC se ha situado próximo a los 43 millones de euros, de

Nota de prensa





los que una cuarta parte -unos 11 millones de euros- se han destinado a medidas de promoción.

La secretaria general de Pesca ha recordado que la Estrategia Nacional de Alimentación (ENA) reconoce la importancia de los productos pesqueros como parte de nuestra dieta, gastronomía y cultura. Además, entre sus prioridades está la correcta información alimentaria al consumidor, un asunto que es de especial importancia en la comercialización de los productos pesqueros y de la acuicultura.

