



COMUNICADO DE PRENSA

«Disfrútelo, es un producto europeo»: Más de 100 millones EUR para promover la agricultura europea en 2016

Bruselas, 13 de octubre de 2015

En 2016, los productores europeos se beneficiarán de programas por un valor de 111 millones EUR para encontrar nuevos mercados y promover el consumo fuera y dentro de la UE. La promoción constituye una parte fundamental de las medidas presentadas por la Comisión para apoyar a los agricultores.

«Disfrútelo, es un producto europeo»: la nueva política de promoción adoptada hoy por la Comisión Europea ayudará a los profesionales del sector a introducirse en los mercados internacionales o a consolidarse en ellos y concienciará a los consumidores europeos sobre los esfuerzos realizados por los agricultores europeos. Para lograr este objetivo, la Comisión aumentará los recursos disponibles, la tasa de cofinanciación y reducirá los trámites burocráticos para la aprobación de proyectos. Esto forma parte de un esfuerzo para incrementar progresivamente el presupuesto disponible de la UE destinado a la promoción, de 61 millones EUR en 2013 (cuando se propusieron las nuevas normas) a 200 millones EUR en 2019.

Según las nuevas normas, las tasas de cofinanciación de la UE también ascenderán del 50 % al 70-80 % (hasta el 85 % en el caso de Grecia y Chipre). Al mismo tiempo, la cofinanciación nacional desaparece, lo cual crea una igualdad de condiciones entre los Estados miembros. Los trámites burocráticos se reducirán considerablemente durante el proceso de selección de proyectos, lo cual facilitará la presentación de solicitudes.

El programa de 2016 se orienta a una lista seleccionada de terceros países (véase la lista íntegra en el anexo) con mayor potencial de crecimiento, en concreto en aquellos sectores lastrados por una situación de mercado particularmente difícil, como los productos lácteos y la carne de porcino. Del importe total, 30 millones EUR se asignaron específicamente al paquete de ayudas presentado por el Comisario Hogan a principios de septiembre para respaldar las medidas de promoción en estos dos sectores.

El Comisario de Agricultura y Desarrollo Rural, Phil Hogan, ha declarado lo siguiente: Los productos agroalimentarios europeos son inigualables en el mercado mundial. Los 110 000 millones EUR del mercado de exportación de la UE crean puestos de trabajo y crecimiento en las zonas rurales de Europa. Para mantener este impulso exportador, me complace presentar este nuevo régimen de promoción, que contará con un efecto palanca de 111 millones EUR y creará más oportunidades para los productos agroalimentarios de la UE en los nuevos mercados, además de aumentar nuestra presencia en los mercados existentes.

Me complace especialmente anunciar la asignación de 30 millones EUR a los sectores de la leche y la carne de porcino, actualmente con problemas, como parte del recientemente anunciado paquete de 500 millones EUR para los mercados agrícolas. Vamos a lanzar una ofensiva diplomática en los próximos meses, realizando misiones comerciales para abrir nuevas oportunidades para los productores de la UE en todo el mundo».

Antecedentes

Los principales elementos de las nuevas normas de promoción son:

- Un aumento significativo de la ayuda destinada a las campañas de información y promoción: la ayuda europea aumentará progresivamente de 61 millones EUR en el presupuesto de 2013 a 200 millones EUR en 2019 (111 millones EUR en 2016).
- Tasas de cofinanciación de la UE significativamente más elevadas en comparación con el régimen actual (tasa de cofinanciación de la UE del 70 % para los programas simples presentados por una organización de un Estado miembro, 80 % para programas múltiples y programas destinados a terceros países, 85 % para los programas de crisis y un 75-85 % en el caso de los países bajo asistencia financiera, es decir, Chipre y Grecia); la cofinanciación nacional desaparece, lo cual favorece la igualdad de condiciones.
- Puesta en marcha de una estrategia europea de promoción, que permitirá que las medidas de promoción estén mejor orientadas. Esta estrategia redundará en:
 - Un incremento en el número de programas destinados a terceros países y programas plurinacionales (programas representados por organizaciones de varios Estados miembros) por medio de una tasa de cofinanciación más elevada para estas dos categorías.
 - En el mercado interior, se paliará el desconocimiento de los consumidores respecto a las cualidades de los productos agrícolas europeos en general y de los productos reconocidos por los sistemas europeos de calidad en particular.
- Ampliación del ámbito de aplicación de las medidas mediante: extensión de la lista de posibles beneficiarios para englobar a las organizaciones de productores; extensión de la gama de productos, concretamente de los productos agroalimentarios transformados, tales como el pan, la pasta o el chocolate; posibilidad de especificar el origen de los productos y sus marcas, dentro de ciertos límites.
- Simplificación de los procedimientos administrativos: de ahora en adelante, la evaluación y selección de los programas se realizará en la Comisión en una sola fase, en lugar de dos, como sucede actualmente (Estado miembro y, seguidamente, la Comisión Europea).
- Gestión más sencilla de los programas multinacionales desarrollados conjuntamente por organizaciones procedentes de varios Estados miembros a través de una ventanilla única en la Comisión (a través de la Agencia Ejecutiva Chafea).

Con objeto de aplicar plenamente este acto de base, la Comisión adoptó los reglamentos delegados y de ejecución.

Los actos jurídicos pertinentes se publican hoy en el [Diario Oficial](#).

Un elemento clave de la nueva política de promoción es la creación de un programa de trabajo anual (Decisión de Ejecución de la Comisión) en el que se exponen las prioridades estratégicas para las medidas de promoción de los productos, regímenes y mercados a los que deben orientarse, así como los correspondientes presupuestos asignados. El objetivo reside en contar con una política dinámica y proactiva y adaptarla cada año a las nuevas oportunidades de mercado y necesidades del sector.

Puede obtener más información sobre la política de promoción agrícola [aquí](#).

Anexo

Reparto de los presupuestos por prioridad para los programas cofinanciados en el programa de trabajo anual de 2016

	Importe previsto
Programas simples – Mercado interior	26 millones EUR
Acción 1*: Programas de información y de promoción destinados a fomentar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión, tal como se definen en el artículo 5, apartado 4, letras a), b) y c), del Reglamento (UE) nº 1144/2014	10 millones EUR
Acción 2*: Programas de información y de promoción destinados a destacar las especificidades de los métodos agrícolas en la Unión y las características de los productos agrícolas y alimentarios europeos	7 millones EUR
Acción 3: Programas de información y promoción de la leche y de los productos lácteos, de los productos derivados de carne de porcino o una combinación de ambos	9 millones EUR
Programas simples en terceros países	68 millones EUR
Acción 4*: Programas de información y de promoción dirigidos a China, Japón, Corea del Sur y al Territorio Aduanero de Taiwán	12 millones EUR
Acción 5 : Programas de información y promoción dirigidos a Estados Unidos y/o Canadá	12 millones EUR
Acción 6*: América Central, del Sur y Caribe	7 millones EUR
Acción 7*: Asia Sudoriental, a saber, Brunéi, Camboya, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Singapur, Tailandia, Timor Oriental y Vietnam	7 millones EUR
Acción 8*: África y Oriente Próximo	4,5 millones EUR
Acción 9*: Otras zonas geográficas	4,5 millones EUR
Acción 10: Programas de información y promoción de la leche y de los productos lácteos, de los productos derivados de la carne de porcino o una combinación de ambos dirigidos a terceros países	21 millones EUR
Programas múltiples	14 millones EUR

Programas simples en caso de grave perturbación del mercado	3 millones EUR
<i>*Estos programas no abarcarán la leche/los productos lácteos, los productos derivados de carne de porcino o una combinación de ambos. Sin embargo, podrán abarcar la leche/los productos lácteos, los productos derivados de la carne de porcino o una combinación de ambos si están asociados con otros productos.</i>	Total 111 millones EUR

Nota:

Un programa simple es un programa de promoción presentado por una o varias organizaciones proponentes del mismo Estado miembro.

Un programa múltiple es un programa presentado por, al menos, dos organizaciones proponentes de dos Estados miembros como mínimo o una o varias organizaciones europeas.

IP/15/5804

Personas de contacto para la prensa:

- [Daniel ROSARIO](#) (+ 32 2 295 61 85)
- [Clemence ROBIN](#) (+32 2 29 52509)

Solicitudes del público en general: [Europe Direct](#) por teléfono [00 800 67 89 10 11](#) , o por [e-mail](#)

[Carlos Martín Ruiz de Gordejuela](#)- Tfno.: 91 423 80 21

Dimitri.Barua@ec.europa.eu Tfno.: 91 423 80 11

<http://ec.europa.eu/spain> - twitter: http://twitter.com/Press_EC_Spain