



PROGRAMAS DE PROMOCIÓN ALIMENTARIA EN CURSO EN EL EJERCICIO FEAGA 2013

| PROGRAMA | SECTOR | DESCRIPCIÓN | ORGANIZACIÓN CONTRATANTE | OBSERVACIONES |
|--|---|--|--|--|
| Programa de Promoción en la Unión Europea Aceite de Oliva (2009 – 2012) | Aceite de Oliva | Aumentar el consumo del Aceite de Oliva en EEMM que son “nuevos consumidores” y aumentar el consumo en consumidores tradicionales. | Organización Interprofesional del ACEITE DE OLIVA Español. | Finaliza (fin de contrato 22/10/12) |
| Programa Europeo Transnacional de Promoción del Champiñón (2010 – 2013). Programa multipaís, participan: España, P. Bajos y Francia (coordinador). | Champiñón | Presentación del Champiñón como un alimento sano, nutritivo y sabroso. Aumentar su consumo en todas sus formas (en conserva, congelado y fresco), como hortaliza propiamente y no sólo como ingrediente. | – Asociación Profesional de Cultivadores de CHAMPIÑÓN de La Rioja, Navarra y Aragón. – Asociación Profesional Castellano Manchega del Champiñón y otros hongos comestibles | Continúa en la tercera anualidad del programa |
| Programa de Información y de Promoción de las IGP – DOP en España y en Francia (2010-2013). Programa multipaís (país coordinador Francia). | Frutas y hortalizas, en concreto: Espárrago de Navarra, Alcachofas de Tudela y Pimientos del Piquillo | Obtener un mejor conocimiento de los productos hortofrutícolas con DOP-IGP. | Asociación para la Promoción y Defensa de la Calidad y la Seguridad Alimentaria. PRODECASA | Continúa en la tercera anualidad del programa |
| Programa Europeo Transnacional de Información sobre el Símbolo Gráfico de las Regiones Ultraperiféricas (2011-14) Programa multipaís, participan: España (coordinador), Francia y Portugal. | Dar a conocer el símbolo gráfico de las Regiones Ultraperiféricas y los productos amparados por dicha denominación. | Dar a conocer el símbolo RUP como la imagen que recoge los valores de los productos alimentarios específicos de las RUP de Canarias, Martinica, Guadalupe y Madeira. | Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias. ASPROCAN. | Continúa en la segunda anualidad del programa |



| PROGRAMA | SECTOR | DESCRIPCIÓN | ORGANIZACIÓN CONTRATANTE | OBSERVACIONES |
|--|---|---|---|--|
| Plan de Nutrición y Comunicación de Productos Lácteos 2011-14. | Leche líquida y productos lácteos en general. | Aumentar el consumo de leche líquida y productos lácteos en general. Fomentar su consumo en público en general con especial hincapié en niños y adolescentes, mujeres y personas mayores. | Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL). | Continúa en la segunda anualidad del programa |
| Plan de promoción conjunta en mercado interior: DO Ribera de Duero, DO Aceite de Baena y Confecarne denominado "Original Flavors: The Mediterranean Essence" (2011-14) | -Vinos amparados por la DO Ribera de Duero. -Aceites DO Baena -Jamones ETG Jamón Serrano. | Difundir aspectos asociados a la calidad y sobre el Sistema Comunitario de las Denominaciones de Origen (DOP) Y de Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG). | -Consejo Regulador de la DO Ribera del Duero , - Confederación de Organizaciones Empresariales del Sector Cárnico (CONFECARNE) y - Consejo Regulador de la DO Baena . | Continúa en la segunda anualidad del programa |
| Programa "We Care, you enjoy". Campaña para la recuperación e incremento del consumo de Hortalizas en Europa (2012-15) | Frutas y Hortalizas | Restaurar la confianza del consumidor europeo en la ingesta de hortalizas frescas en Europa e incrementar su consumo. | -Organización Interprofesional de Frutas y Hortalizas (HORTYFRUTA). -Asociación de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (PROEXPORT). | Continúa en la primera anualidad del programa |
| Programa "European Quality Foods: Eating with your five senses" (2012-15) | Promoción de productos españoles de calidad en India (productos básicos de la Dieta Mediterránea) | Aumentar el conocimiento de las cualidades intrínsecas de los productos españoles de calidad en el consumidor final y en el canal de distribución en India. | Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB Exterior, S.L.) | Continúa en la primera anualidad del programa |
| Programa "Quien Sabe Beber Sabe Vivir"- "Wine in moderation" (2012-15) | Vinos con DOP/ IGP, y vinos sin DOP/ IGP con indicación de añada y variedad. | Informar y sensibilizar a consumidores y líderes de opinión, y desarrollar acciones para educar sobre el consumo responsable y los riesgos del abuso de alcohol | Federación Española del Vino (FEV) | Empieza (firma contrato 26/09/11) |