

CALIDAD

La actual campaña de promoción agroalimentaria pone en valor un sector estratégico para Aragón, que representa en torno a un décimo de la materia prima agraria de España.



LO QUE VES, ES.

aragonalimentos.es

GOBIERNO DE ARAGON

‘Aragón, alimentos nobles. Lo que ves, es’, una campaña con valores

Hay algo que caracteriza a los aragoneses, que forma parte de lo que son: la nobleza de sus gentes. Una virtud que se transmite a sus alimentos: seguros, saludables, sostenibles, auténticos y de gran calidad, y que ha servido de marca para el sector agroalimentario de la Comunidad: ‘en las personas y Alimentos de Aragón, lo que ves por fuera es lo que hay por dentro’. Así, la actual campaña de promoción institucional del Gobierno autonómico para uno de los sectores estratégicos de la región, se articula alrededor de la nobleza como clave de posicionamiento y tiene co-

mo lema ‘Aragón alimentos nobles. Lo que ves, es’.

El presupuesto público de ocho millones de euros anuales para la promoción agroalimentaria y de los Alimentos de Aragón se ve superado considerablemente gracias a la colaboración público-privada.

Una despensa infinita

El sector agroalimentario de Aragón produce aproximadamente un décimo de toda la materia prima agraria de España, siendo capaz de alimentar a 10 veces su población. Su ecosistema supone un 10% del PIB y un 12%

del empleo y cuenta con una agroindustria que es la principal industria vertebradora del territorio, además de ser un sector con un excelente dinamismo exportador. El complejo cárnico es el principal motor económico, siendo Aragón el principal productor y exportador de porcino de España. Cuenta con una despensa prácticamente infinita con producciones industrializadas y liderazgo en subsectores como las frutas de hueso, la pasta, chocolates, pero también con delicatessen tan apreciadas en la gastronomía como lo son la trufa negra, el azafrán, el foie o el caviar.



Arriba, representación de la bodega aragonesa en un lineal de Alcampo; sobre estas líneas a la izquierda, Carmen Urbano, directora general de Innovación y Promoción Agroalimentaria del Gobierno de Aragón, y a la derecha, E.V.A., la asistente que ofrece información sobre los alimentos de la Comunidad en los supermercados. GOBIERNO DE ARAGÓN

¿CÓMO Y DÓNDE SE PROMOCIONAN LOS ALIMENTOS ARAGONESES?

El esfuerzo promocional de los Alimentos de Aragón concentra su foco geográfico en las regiones más cercanas: Madrid, Valencia y Cataluña, sobre todo, y en cuanto a canales de comercialización, en las grandes superficies, establecimientos especializados minoristas y el canal de restauración Horeca. Las fechas más señaladas del calendario en Aragón como San Jorge o la festividad del Pilar marcan periodos en los que se impulsa de manera destacada la compra de Alimentos de Aragón. Fuera de la Comunidad, cada año se desarrollan

acciones promocionales en puntos de venta, sobre todo durante los meses de octubre y noviembre. Son varias las líneas maestras en las que se basa esta promoción agroalimentaria. En primer lugar, a través de un plan multicanal y multisupoorte en la cadena de valor agroalimentaria, que incluye medios de comunicación, formación, ferias, etc. Por otra parte, las marcas y sellos de calidad de Aragón cobran especial protagonismo, movilizándose cada año más de dos millones de euros a través del apoyo de todas las DO e IGP de Aragón,

Aragón Ecológico, etc. Igualmente, se lleva a cabo el Programa Escolar de Consumo de Frutas, Hortalizas y Leche que distribuye 1,6 millones de raciones de fruta y más de 12.000 litros de leche a los alumnos de primaria y secundaria de Aragón durante el calendario escolar. Finalmente, cabe reseñar la promoción internacional, tanto del vino en terceros países como del resto de alimentos de la mano de Aragón Exterior, con acciones conjuntas en mercados de interés del sector agroalimentario.