
NUEVAS ESTRATEGIAS DE APOYO AL SECTOR

Alimentos, Vinos y Gastronomía ha puesto en marcha diferentes acciones para que el tejido empresarial del sector en su conjunto pueda retomar la actividad de promoción internacional tras la situación generada por la Covid 19. Un plan de acción que contempla el último semestre de 2020 y el primero de 2021.

El objetivo de todas las acciones es poner en manos de las empresas diferentes instrumentos, algunos novedosos, otros poco transitados por el sector, que no supongan ni cargas ni reajustes adicionales a los ya generados por crisis de la Covid 19. Y, de forma paralela, ayudar tanto a impulsar la venta de alimentos y vinos españoles en los mercados internacionales, como a fortalecer nuestra imagen exterior.

Con estas premisas, se ha contemplado una línea de actuación combinada, articulada sobre cinco grandes ejes interconectados:

1. Acciones de promoción en canales digitales
2. Impulso a la promoción local, con especial atención a importadores
3. Apoyo a la recuperación del canal Horeca
4. Enfoque innovador en instrumentos tradicionales de promoción
5. Campaña de promoción en medios internacionales bajo el lema SPAIN FOOD NATION

Además, para unir fuerzas en el apoyo a las empresas del sector y adecuar la estrategia en los mercados internacionales, ICEX trabaja en coordinación con el Ministerio de Agricultura, con las distintas Comunidades Autónomas, Denominaciones de Origen, Consejos Reguladores, consorcios de exportación y asociaciones sectoriales. La suma de objetivos y recursos de todas las instituciones comprometidas con la internacionalización permitirá a las empresas españolas presentarse en los mercados internacionales con una mayor potencia y beneficiarse del respaldo del fortalecimiento de la imagen país.

Cada una de las líneas estratégicas cuenta con una batería de acciones, con objetivos concretos, dirigidos públicos específicos y con el refuerzo del lanzamiento de campañas digitales internacionales de promoción.

Así, las **acciones de promoción en canales digitales** giran entorno a dos ejes, la formación y la promoción, contemplando:

- Actividades de formación en comercio electrónico para empresas españolas con el objetivo de incrementar la presencia de producto español en las tiendas ICEX Amazon y en otras plataformas comerciales
- Formación virtual para profesionales y prescriptores internacionales con la obtención de la titulación Wines From Spain Diploma y Spain's Pantry
- Catas y seminarios virtuales, con conexión en la red ICEX o con multiconexión internacional y con la realización de agendas virtuales

- Impulso a canales digitales propios y apertura de nuevos, como el acuerdo con el ThinkFood Group del Chef José Andrés y las tiendas on-line vinculadas a sus restaurantes. Además, el portal www.foodswinesfromspain.com (FWS), destinado al público profesional internacional, será como referente digital para la exportación, con el renovado apartado de *Exporters*, que se erigirá en la plataforma y vía de contacto y de acceso de los agentes comerciales internacionales con las empresas exportadoras españolas.

Por su parte, los importadores estarán en el ojo de mira de las **actividades de impulso a la promoción local**, con el objetivo de facilitar el acceso de los agentes internacionales a los alimentos y vinos españoles y así apuntalar su apuesta pro el producto español. Así, mediante Foods & Wines from Spain Tour se han agrupado diferentes actividades presenciales, de pequeño formato, concebidas y organizadas de forma exclusiva por ICEX, y dirigidas a grandes cadenas de supermercados, comercio independiente, canal Horeca y prensa especializada.

También las acciones de los Planes Integrados de Alimentos (PIA) presentarán un programa revisado acorde a la nueva normalidad y adaptado cada mercado.

En las medidas concretas desarrolladas en **apoyo al sector Horeca** destaca:

- La adaptación de convocatorias clásicas como la Spanish Wine Week o Eat Spain Drink Spain;
- La comunicación estrecha con las cadenas hoteleras y chefs internacionales interesados en la cocina española para poder satisfacer sus necesidades en cuanto ampliar su oferta gastronómica española;
- El lanzamiento del sello Restaurants from Spain, que distinguirá, respaldará, apoyará y reconocerá a los restaurantes con cocina genuinamente española presentes en los mercados internacionales.

Acciones todas recogidas en la sección de Restaurants & Shops del portal www.foodswinesfromspain.com, que además se fortalecerá con una destacada campaña de promoción para apoyar a los restaurantes y tiendas gourmet en todo el mundo que incorporan de forma notoria productos españoles.

Y los **instrumentos** tradicionales también contarán con un nuevo enfoque acorde a los tiempos: se revisarán y seleccionarán aquellos certámenes internacionales con interés para la empresa española, ofreciendo diferentes formatos y espacios para amplificar el valor de los alimentos y vinos españoles, como los denominados Spain's Tasting Area.

Todo ello respaldado por una **campaña de promoción en medios internacionales** para fortalecer la imagen de calidad, trazabilidad, seguridad, sostenibilidad y excelencia del sector en su conjunto, bajo el lema Spain Food Nation.

Y siempre trabajando siempre de forma **coordinada** con el Ministerio de Agricultura, con las distintas Comunidades Autónomas, Denominaciones de Origen, Consejos Reguladores, consorcios de exportación y asociaciones sectoriales para unir fuerzas en el apoyo a las empresas del sector y tener perfectamente monitorizados los cambios que dentro del sector se puedan estar produciendo.

De forma específica, las líneas de actuación se detallan de la siguiente forma:

1. Acciones de promoción en canales digitales

En un momento como este hay que prestar una mayor atención a canales poco tradicionales para la empresa agroalimentaria española, por ello hemos puesto en marcha diferentes instrumentos de apoyo a la internacionalización sobre dos ejes: formación y promoción comercial.

- **Formación en comercio electrónico para la empresa española**

ICEX, en colaboración con FIAB, ha puesto en marcha un programa de formación y acompañamiento en el desarrollo del canal digital que les dará las claves para incorporar con éxito sus productos en diferentes plataformas electrónicas destinadas a la exportación, y en especial en las tiendas Amazon Foods & Wines from Spain que ICEX ha puesto en marcha en esta plataforma comercial en Alemania, Francia, Italia y Reino Unido.

Aprendizaje que irá acompañado del lanzamiento por parte de ICEX de diferentes campañas digitales internacionales de promoción de las diferentes tiendas virtuales, con un objetivo netamente comercial: incrementar la venta directa de alimentos y vinos españoles.

- **Formación virtual para profesionales y prescriptores internacionales**

ICEX lanza dos programas de formación especializada para prescriptores y profesionales internacionales del sector.

- Wines from Spain Diploma, impartido en dos niveles, ofrece a partir del próximo mes de septiembre formación académica intensiva sobre el sector, las regiones vitivinícolas, las técnicas de producción, tipología, variedad, calidad y excelencia de los vinos españoles. Impartido por profesionales de reconocido prestigio en el sector del vino, los profesionales y prescriptores de diferentes mercados podrán participar en este curso
- Spain's Pantry por su parte, es un curso destinado a profesionales de la gastronomía y la alimentación que permite adquirir un amplio conocimiento de la gastronomía y los principales productos de la despensa española.

Ambos cursos se imparten a través de la plataforma ICEX/CECO y cuentan con una fase posterior que se realizará cuando sea posible, de visita a España para completar la formación con un completa agenda de visitas a empresas del sector y catas y degustaciones de producto.

- **Catas y seminarios virtuales**

La promoción internacional de los alimentos y vinos se intensifica a través del programa de seminarios y catas virtuales que ahora potencia y amplía su oferta de modalidades.

Un instrumento permite, sin necesidad de desplazamiento alguno, llevar a los profesionales del sector el valor de los vinos y la gastronomía española, fomentar así el interés sobre nuestros productos los mercados internacionales y facilitar a los distribuidores internacionales el contacto con las empresas españolas para que puedan pasar a formar parte de su cartera de clientes.

En ambos casos, ya sea seminario o cata virtual, se han contemplado diferentes formatos con el objetivo de adaptarse de la mejor forma posible a las necesidades de los mercados y de los prescriptores y público profesional participante (importadores, distribuidores, responsables de compra del canal Horeca, tiendas y grandes almacenes, escuelas de gastronomía y sumillería o periodistas especializados de medios de comunicación de todo tipo). Así, se consideran:

- Catas y seminarios virtuales con conexión punto a punto con la red de Oficinas Económicas y Comerciales.
De esta forma, tanto los ponentes con experiencia y formación contrastada internacionalmente, como el público profesional asistente podrán ubicarse en los diferentes puntos de conexión ICEX (servicios centrales, DDTT u Ofecomes) para participar en la actividad.
- Catas y seminarios virtuales en multiconexión internacional.
Ponentes y participantes serán convocados a través de una aplicación específica, pudiéndose conectar desde sus respectivas empresas, en el lugar que ellos elijan para su asistencia.
- Agenda virtual Foods and Wines from Spain de reuniones personalizadas entre empresas e importadores, convocada al efecto y/o fijada tras la celebración de la cata o el seminario virtual.

En cada caso se adaptará el sistema de envío del producto para que la presentación y cata responda a la fórmula que mejor responda al evento concreto y posibilidades específicas de cada mercado.

- **Impulso a los canales digitales propios y la colaboración con plataformas de comercio electrónico**

Se buscará también la apertura de nuevos canales digitales específicos para este sector en mercados como el estadounidense a través de un acuerdo con el ThinkFood Group del Chef José Andrés y las tiendas on-line vinculadas a sus restaurantes.

Las tiendas Foods and Wines from Spain disponibles en Amazon en Reino Unido, Alemania, Italia y Francia se completarán con acciones de promoción en las plataformas chinas con las que ICEX ha firmado acuerdos de colaboración y otras más de nicho, en las que exista una importante presencia de producto español en los principales mercados de destino de nuestras exportaciones.

El portal www.foodswinesfromspain.com (FWS), destinado al público profesional internacional, se confirma como referente digital para la exportación. La sección *Business* renovada, potenciará las utilidades de *Exporters*, directorio de las empresas participantes en el programa ICEX Colabora. Accesible para los profesionales internacionales, se convierte así en el punto de encuentro con importadores y distribuidores internacionales.

Exporters se transforma con la intención de erigirse en la plataforma y vía de contacto y de acceso de los agentes comerciales internacionales con las empresas exportadoras españolas. Para dar a conocer todo su potencial, se lanzará una campaña digital internacional dirigida específicamente a público profesional, en la que se le comunicará la versatilidad de la sección y su utilidad de cara a que puedan aumentar su portafolio internacional de alimentos y vinos españoles.

La sección *Upcoming Events* del mismo portal, incluirá toda la actualidad de los eventos de promoción de alimentos y vinos en todo el mundo, con información detallada de cada uno de ellos. Cada evento es concebido como un microsite desde el que conectar la oferta española con los profesionales de cada mercado.

Todo un conjunto de acciones que ICEX potenciará con diferentes campañas digitales de promoción, tanto en el propio portal www.foodswinesfromspain.com como en las redes sociales, enfocadas sobre todo en dar notoriedad a sus secciones más empresariales.

2. Impulso a la promoción local. Los importadores en el punto de mira

Insuflar optimismo entre los importadores en su apuesta por el producto español y facilitar el acceso de los agentes internacionales a los alimentos y vinos españoles constituye otra de las áreas de apoyo al tejido empresarial del sector, para incrementar la presencia de producto español en los diferentes mercados de actuación.

Así dentro de lo que hemos denominado **Foods & Wines from Spain Tour**, se han agrupado diferentes actividades presenciales, de pequeño formato, concebidas y organizadas de forma exclusiva por ICEX, en colaboración con las Ofecomes, dirigidas a grandes cadenas de supermercados, comercio independiente, canal Horeca y prensa especializada.

Japón, Canadá, Estados Unidos, China, Reino Unido, Rusia, México, Alemania, Polonia, Países Nórdicos, Vietnam, Indonesia o Qatar o son algunos de los mercados donde se pondrán en marcha estas acciones con importadores para apoyar e incrementar la distribución de la oferta española de vinos y alimentos de calidad. Mercados donde la

demanda de alimentos y vinos españoles ha sido notoria, incrementándose sus cifras de exportación, tanto en volumen como en valor, de forma constante en los últimos 5 años, o donde existen nuevas oportunidades de comercialización de alimentos y vinos españoles gracias a los tratados de libre comercio firmados en el marco de la UE.

Estas acciones permitirán también la participación de las empresas españolas en búsqueda de distribución en el formato más conveniente en cada caso en función del momento y la situación del mercado. En todas ellas se contempla el estricto cumplimiento de los protocolos normativos, sociales e higiénicos marcados por las autoridades locales, con sus sistemas de control y gestión de aforos, respeto de las distancias sociales indicadas y demás fórmulas fijadas, siempre velando por la seguridad y salud de todos los asistentes al evento.

Estos eventos, desarrollados en pequeño formato, siempre destinado a público profesional invitado por las Oficinas Económicas y Comerciales, se articulan mediante la organización de una feria profesional con exposición de alimentos gourmet y grandes vinos españoles, degustación de tapas, seminarios, catas de productos españoles (vino, aceite de oliva, quesos, etc..) para presentar al público profesional las cualidades de los alimentos y vinos españoles, concienciar al público internacional sobre su calidad, sostenibilidad y diversidad, y aumentar su presencia en todos los canales.

Actividades, todas ellas que convivirán con **los Planes Integrados de Alimentos (PIA)** que se han diseñado para Alemania, Estados Unidos y Canadá y se ampliarán a nuevos mercados, con una estrategia unificada: reforzar la imagen de calidad, variedad y autenticidad de los alimentos de España; mantener y ampliar contactos con profesionales del sector de manera que España se posicione como un importante proveedor de productos gourmet; entrar en contacto con chefs a través de la gastronomía para marcar tendencias; y reforzar la presencia de los productos y marcas presentes en el mercado.

Los PIA presentan un amplio programa de actividades de promoción comercial revisado acorde a la nueva normalidad y que adapta las propuestas a la situación específica de cada mercado. Así, las participaciones en congresos, ferias o PPV se transforman en presencia destacada en las plataformas de las cadenas de supermercados, catálogos de tiendas especializadas, programas de presentación de productos en formato virtual y que conviven con acciones más tradicionales en función de las posibilidades que ofrezca el mercado en cada momento.

3. Apoyo a la recuperación del canal HORECA

El canal HORECA es un punto de venta esencial para los productos españoles y al tiempo un sector muy afectado por la crisis sanitaria.

Las convocatorias más clásicas de Foods and Wines from Spain con el sector como la **Spanish Wine Week** en Irlanda o **Eat Spain Drink Spain** en Reino Unido se adaptarán a la situación específica del sector HORECA en ambos mercados para impulsar la presencia de los productos españoles en los restaurantes, vinotecas y tiendas gourmet

que participan en estos eventos que se extienden a lo largo del otoño. Incluyen convocatorias dirigidas al público profesional y a consumidores como seminarios, catas guiadas, menús maridados, promociones de productos en tienda, combinando las acciones presenciales con otras de carácter virtual.

También se contempla el establecimiento de una comunicación estrecha con las cadenas hoteleras y chefs internacionales interesados en la cocina española, escuchando sus necesidades de producto español para ampliar su oferta gastronómica en sus hoteles y restaurantes. El apoyo a través de la identificación de importadores locales de los productos de su interés, la participación en catas virtuales, etc.

Se les implicará también en campañas de promoción en redes sociales, y se les plantearán retos gastronómicos, como pueden ser la fusión de platos españoles con productos autóctonos o su propia interpretación de recetas tradicionales españolas. Retos que también tendrán una repercusión comunicativa directamente sobre su negocio.

En el portal www.foodswinesfromspain.com, en la sección *Restaurants* contarán con un apartado específico informativo, con geolocalización incluida, donde se recogerán los elementos distintivos de su cocina en referencia al uso de alimentos y vinos españoles utilizados en su platos y presentes en su carta.

En el último cuatrimestre del año se lanzará el sello **Restaurants from Spain**, que distinguirá, respaldará, apoyará y reconocerá a los restaurantes con cocina genuinamente española presentes en los mercados internacionales.

Restaurants from Spain certificará la auténtica cocina española de calidad, fundamentada en una serie de criterios objetivos, en donde la documentación de trazabilidad en productos, proveedores y todos los demás aspectos cobrará un protagonismo especial.

Los elementos básicos esenciales que los restaurantes deben cumplir para poder optar al sello Restaurants from Spain incluyen, entre otros, ofrecer un menú con fuerte presencia de platos españoles, destacada presencia de alimentos y vinos españoles con certificado de calidad (DOP o PGI) en su cocina y chef con formación específica en gastronomía española.

La obtención del sello irá acompañada de todo un detallado plan de comunicación y promoción en los mercados internacionales, con el objetivo directo de reconocer la gastronomía española e incentivar la introducción de nuevos alimentos y vinos en las cartas de restaurantes de todo el mundo.

Toda la información y reconocimiento se recogerá en la sección de Restaurants & Shops del portal www.foodswinesfromspain.com. Una sección renovada, que además contará con una destacada campaña de promoción para apoyar a los restaurantes y tiendas gourmet en todo el mundo que incorporan de forma notoria productos españoles.

4. Nuevo enfoque para instrumentos tradicionales

Junto a todos estos instrumentos promocionales, ICEX también hará un ejercicio de revisión de todos los grandes **certámenes internacionales** que tendrán lugar en el último cuatrimestre del 2020 y en el primero del 2021 para seleccionar aquellos de especial importancia para las empresas españolas del sector y ofrecer formatos de participación versátiles.

La industria ferial está evolucionando hacia un nuevo modelo mixto presencial y virtual, donde, ante la previsión de que muchos visitantes internacionales no puedan acudir presencialmente, los servicios B2B-eMeeting, con videollamadas de corta duración (unos 35 - 45 minutos) y las plataformas disponible para Smartphone o portátiles, darán paso a agendas cerradas o espontáneas entre empresas expositoras y compradores de todo el mundo, planteando nuevas propuestas de valor para clientes no presenciales.

ICEX permanecerá en constante observación y análisis para escoger aquellos eventos realmente relevantes para las empresas españolas en la nueva normalidad derivada de la Covid 19.

Por otra parte, la participación española en los eventos seleccionados no se limitará a la exposición de alimentos y vinos, sino que incorporarán espacios donde se amplifique la puesta en valor de los productos españoles. Estos espacios se convertirán en el centro neurálgico del pabellón de España y se adaptarán a la idiosincrasia de los mercados y su interés por los productos españoles. Así, podrán adoptar forma de Spain's Tasting Area, donde desarrollar acciones de degustación, áreas como Spain's Evoo Experience, dedicada al aceite de oliva virgen extra, Cheese Tasting Area que mostrará la transformación del sector del queso, o Spain's Mocktail Bar, destinado a las bebidas no alcohólicas, entre otras opciones. Todos estos espacios cuentan con una agenda diseñada para atraer hacia el pabellón español a importadores, distribuidores, jefes de compra de grandes cadenas de restauración y comercializadores internacionales, prensa, blogueros y otras diferentes tipologías de prescriptores según el sector.

Todas estas herramientas de promoción planteadas por ICEX y en las que participará la empresa española se verán reflejadas en la sección *Upcoming Events* del portal www.foodswinesfromspain.com. Allí se recogerá el día a día de las actividades y se le hará un reconocimiento a la empresa española participante, de tal forma, que el importador, distribuidor o prescriptor de opinión tenga a su mano todos los datos necesarios para saber quién es quién en el evento y lo pueda canalizar hacia la comercialización de productos agroalimentarios españoles.

5. Campaña de promoción internacional. SPAIN FOOD NATION

La comunicación forma parte del eje transversal de este conjunto de acciones diseñadas para la impulsar la promoción en los mercados exteriores. Así, todas estas acciones contarán con el respaldo de una campaña de promoción en medios internacionales que

se centrará en el fortalecimiento de la imagen exterior de los alimentos y vinos españoles.

La campaña de promoción se desplegará en medios sectoriales destinados a público profesional y en medios especializados en gastronomía y lifestyle con destacada distribución entre el público objetivo de los productos españoles gourmet y de alta calidad.

Bajo el lema **Spain Food Nation**, la campaña trabajará la imagen de España como país que alimenta a Europa y al mundo, la trazabilidad de sus productos, la sostenibilidad del país con mayor producción ecológica del mundo, la calidad diferenciada de sus productos, la innovación, la seguridad alimentaria y los valores empresariales diferenciales del sector puestos de manifiesto durante la crisis sanitaria, en particular: el esfuerzo para garantizar el corredor alimentario, asegurando el abastecimiento alimentario en España y en Europa, con el objetivo de no sumar problemas a la crisis sanitaria, el apoyo decidido a la producción de material sanitario de primera necesidad en un momento de alta demanda mundial, y el impacto sostenido de su esfuerzo en el ánimo de la población confinada que volcaba parte de su tiempo en la recuperación de recetas de elaboración casera.

En él se contemplará tanto la cobertura editorial para todas las empresas participantes en las actividades, como la colaboración con los medios en la organización de actividades dirigidas a favorecer la presencia española en los mercados objetivo.

Esta campaña tiene por objeto fortalecer la imagen de calidad y excelencia del sector agroalimentario español, facilitando a los agentes internacionales toda la información para promover la comercialización de alimentos y vinos españoles.

Un plan que cierra toda este conjunto de acciones reactivas promocionales pensado específicamente para activar el tejido empresarial del sector exportador.