PESCADO,
FUENTE DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE.

Vigo, 26 de mayo de 2022



CONGRESO INTERFISH
INTERPROFESIONAL PESQUERA

Cómo comunicar los beneficios de los productos alimentarios

ÓSCAR MOZÚN MARTÍN

Director Estratégico de Tactics Europe

COLABORAN: //ABANCA marine instruments NAUTICAL

FINANCIAN: GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca


ÓSCAR MOZÚN
Director de Planificación Estratégica
Tactics Europe
ORGANIZA:
INTERFISH
INTERPROFESIONAL PESQUERA
COLABORAN:
ABANCA
marine instruments
NAUTICAL
FINANCIAN:
UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca
@Tactics_Europe
@OscarMozun
tactics-europe
oscarmozun

PESCADO,
FUENTE DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE.

tactics europe
tactics group

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Vigo, 26 de mayo de 2022



CONGRESO
INTERFISH
INTERPROFESIONAL PESQUERA

Qué herramientas y mecanismos tiene una organización sectorial para poder realizar campañas de promoción a medio y largo plazo

COLABORAN:

//ABANCA

marine instruments

NAUTICAL

FINANCIAN:

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca



DIRIGIDA HACIA EL VALOR AÑADIDO DE LOS PRODUCTOS EUROPEOS

Prioridades claras establecidas anualmente - **programa de trabajo.**

Fomento de las campañas orientadas hacia una alimentación saludable de los Europeos y sobre la sostenibilidad.

Mejor **cooperación** entre operadores de los distintos EM a través de programas multi.

Porcentaje cofinanciación de la UE más atractivo.

ADAPTADA A LAS NECESIDADES DEL SECTOR

Ampliación a gran número de beneficiarios.

Lista más extensa de **los productos elegibles incluyendo los productos transformados**.

Reconocimiento de la importancia estratégica de las **marcas** y el **origen**.

Campañas para la gestion de reputación y de crisis.

MAYOR EFICACIA

Un proceso de selección con ahorro de tiempo y evaluación únicamente a nivel de la Comisión a través de **expertos externos.**

Supresión de la cofinanciación nacional.

Simplificación del procedimiento administrativo para los programas Multi : gestión directa por la Comisión.

Servicio de soporte técnico.

PRESUPUESTO DISPONIBLE:

+/- 200M€



PRODUCTOS Y REGÍMENES ELEGIBLES

Todos los productos agrícolas del Anexo I del TFUE quedan incluidos excepto el tabaco.

Abierto a algunos productos transformados, enumerados en el Anexo (cerveza, chocolate, pasta, maíz, huevos, algodón, pan...).

Creación del concepto
CESTA DE LA COMPRA

Bebidas espirituosas con una Denominación de Origen Protegida.

ENTIDADES PROPONENTES

Organizaciones profesionales o inter-profesionales representativas del sector a nivel nacional.

Organizaciones profesionales o inter-profesionales representativas del sector a nivel europeo.

Organizaciones de Productores.

Entidades con una misión de servicio publico encargadas de la promoción de productos agrícolas (ex.: Agencia Bio, Cámaras de agricultura).



DIFERENTES TIPOS DE ACCIONES

PROGRAMAS DE INFORMACIÓN Y DE PROMOCIÓN :

De 1 a 3 años.

Presentados por las entidades proponentes (EP).

Programas SIMPLES: una o varias EP de un mismo Estado miembro.

Programas MULTI: varias EP de varios Estados miembros + 1 o varias organizaciones a nivel europeo.



TASAS DE CONFINANCIACIÓN

CONTRIBUCIÓN FINANCIERA DE LA UNIÓN:

	Tipos de Programa	
	Simple	**Multi**
Mercado Interior	70%	80%
Países terceros	80%	80%

+ 5% para los EM bajo asistencia financiera



EXPERTISE

Experiencia en el sector agroalimentario, diseñando e implementando acciones de marketing, tanto para el público general como para audiencias especializadas B2B.

MÁS DE 50 PROGRAMAS EUROPEOS IMPLEMENTADOS EN 16 PAÍSES.

Desarrollando programas de promoción en el sector de alimentación y bebidas desde 1998 con campañas para el Lino y el Aceite de Oliva, entre otros. Creamos los sellos de calidad europeos de denominación de origen en 2008. Hasta la nueva política de promoción de la UE en 2016 (creación de CHAFEA) hemos gestionado 16 programas. Con la Estrategia Horizon 2020 hemos gestionado 27 programas de promoción.

Hemos trabajado para todas las categorías del sector: **Frutas y verduras / Aceites de oliva / Confitería / Carnes / Vinos, cerveza y spirits / Productos lácteos.**

+90% de programas presentados han obtenido la cofinanciación de la UE y han sido implementados con éxito en los últimos 4 años.

Actualmente estamos desarrollando **12 Programas** Europeos de forma simultánea en Mercado Interior y Terceros Países.

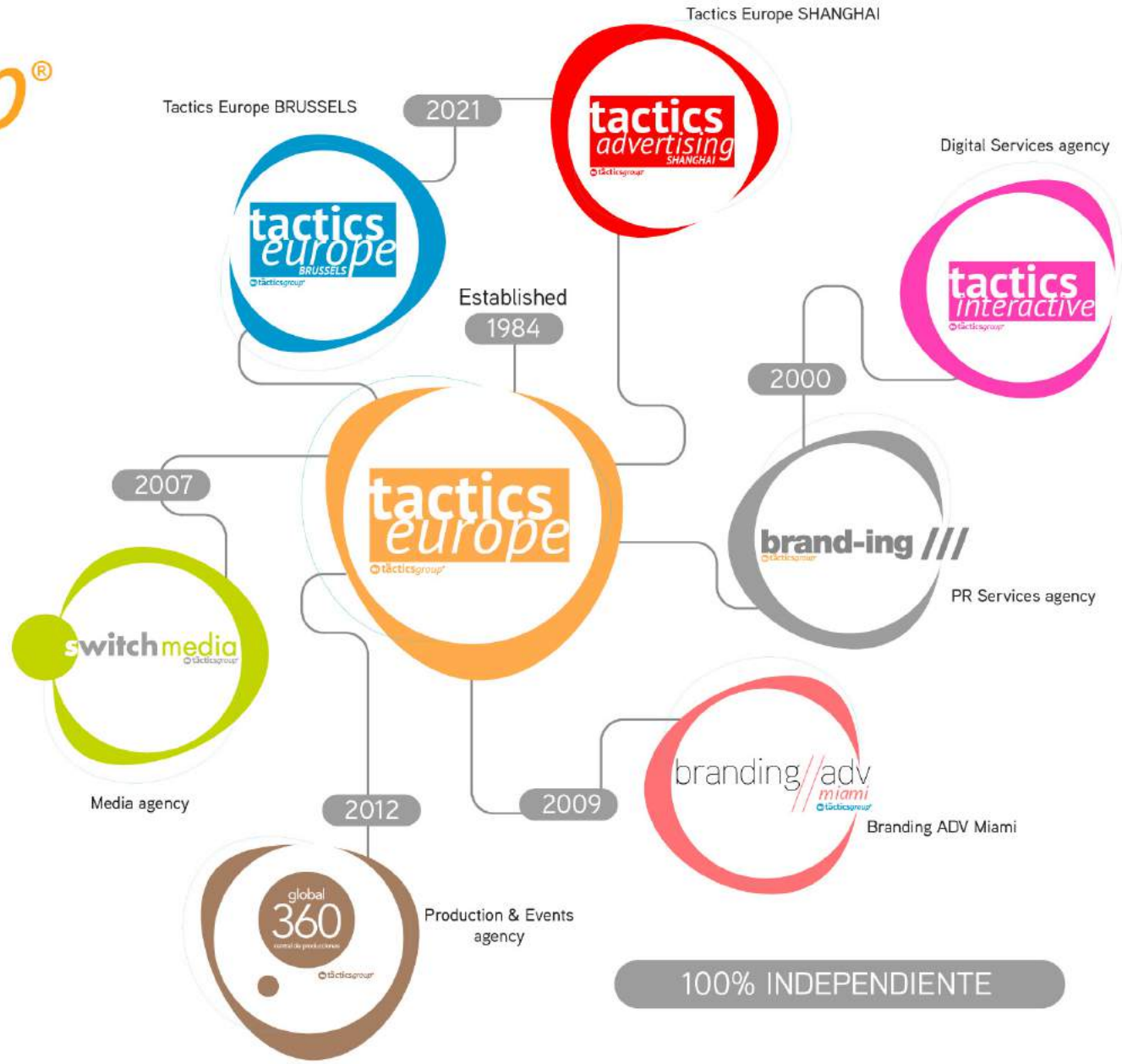
Todos nuestros Proyectos Europeos alcanzan el **100% de éxito y financiación**.

Tenemos la capacidad para planificar y ejecutar campañas de comunicación y marketing en todo el mundo.

the tacticsgroup®

38 años

de experiencia desarrollando campañas **agri-food** con un experimentado equipo multicultural y multilingüe.



the tacticsgroup



Con oficinas en Madrid,
Bruselas, Miami
e inminente apertura en
Shanghai

branding//adv miami

1444 Biscayne Blvd. Suite 224
Miami, FL 33132. USA

tactics europe

P° Infanta Isabel 7
1ªplanta 28014 Madrid

tactics europe BRUSSELS

Square de Meeus, 35
1000-Bruxelles (Belgium)

tactics advertising SHANGHAI

Jia Qi Building, No.666 Gubei Road
Changning District, Shanghai

Nuestros clientes agri-food

the tacticsgroup®





























Nuestros clientes agri-food

the tacticsgroup®























































PESCADO,
FUENTE DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE.

Vigo, 26 de mayo de 2022



CONGRESO INTERFISH
INTERPROFESIONAL PESQUERA

Comunicación de productos alimentarios genéricos. Ejemplos prácticos. Problema – Solución.

COLABORAN: //ABANCA, marine instruments, NAUTICAL

FINANCIAN: GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN; UNIÓN EUROPEA Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca



Promoción Agroalimentaria

LECHE

“Dí que Sí”



PAN

“Buenos Días con Pan”



LIMON

“Welcome To The Lemon Age con los limones de España”



ACEITE OLIVA

“Olive Oil World Tour”



MIEL

“Familias Mielenias”



ORGANIZA: INTERFISH INTERPROFESIONAL PESQUERA

COLABORAN: ABANCA · marine instruments · NAUTICAL

FINANCIAN: GOBIERNO DE ESPAÑA · UNIÓN EUROPEA Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca

OUR EXPERTISE
EUROPEAN PROGRAMMES

tactics europe

inLac ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL LÁCTEA

ENJOY IT'S FROM EUROPE

EXPERIENCE IN CAMPAIGNS IN THE AGRI-FOOD SECTOR

CLIENT	PRODUCT	PROGRAMME	BUDGET	DATES	TARGET MARKET
INLAC	LÁCTEOS DE EUROPA	Simple Program Call 2016	€1.460.000	01 feb 17 – 31 ene 2019	ESPAÑA

PROBLEMA

EN ESPAÑA NO SE CONSUME LA CANTIDAD DIARIA RECOMENDADA DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS.

SOLUCIÓN

Creamos una campaña que intenta promover la sinergia con el "Libro Blanco de la Comisión Europea, Estrategia Europea sobre Problemas de Salud Relacionados con la Alimentación, el Sobrepeso y la Obesidad" y NAOS enmarcándolo, dentro del sector de lácteos, la recomendación de consumo **al menos 3 lácteos al día**.

Queremos sumarnos a un movimiento global a favor de **consumir al menos tres raciones de lácteos al día, enmarcándonos en una alimentación sana y equilibrada y** en unos hábitos de vida saludables que deben incluir ejercicio físico regular y la ingesta equilibrada de lácteos.

Generar valor añadido a los productos lácteos y al modelo europeo de producción, con el soporte de un comité científico reputado.





GLOBAL CAMPAIGN













TELEVISIÓN
CINE
Y ONLINE













RELACIONES
PÚBLICAS



súmate a la Generación láctea

3 LÁCTEOS AL DÍA




















súmate a la
Generación
láctea
3 LÁCTEOS AL DÍA






súmate a la
Generación
láctea
3 LÁCTEOS AL DÍA


súmate a la
Generación láctea
3 LÁCTEOS AL DÍA















ROADSHOW

IDENTIDAD VISUAL













Cliente: ***INCERHPAN***
Producto: ***Pan de Europa***
Campaña: ***¡Buenos días con Pan!***
Ámbito: ***España***

INCERHPAN



PROBLEMA - SOLUCIÓN

Ante el **descenso del consumo de pan en los últimos años**, INCERHPAN, la Organización Interprofesional de Cereales y Derivados del Pan, decidió poner en marcha **la campaña "Buenos días con pan" para tratar de devolver el pan a los desayunos y meriendas de los niños.**

Acciones destinadas a obtener resultados informativos. Es fundamental cambiar la percepción de los **consumidores en España y en Europa para concienciar y sensibilizar a través de hábitos alimentarios saludables en una dieta equilibrada.**

Objetivos

- **Posicionar** el pan como un alimento beneficioso para la nutrición de los niños.
- **Aumentar la concienciación** sobre el consumo recomendado de pan.
- **Detener la caída de las ventas** que ha marcado el sector en los últimos años.
- **Recuperar las meriendas tradicionales** que se veían abocadas al fracaso por la incipiente presión de la bollería industrial.




¡BUENOS DÍAS CON PAN!
EL DESAYUNO, LA MERIENDA, EL RECREO, LOS DEPORTES... ¡MEJOR CON PAN! PORQUE TE APORTA LOS HIDRATOS DE CARBONO, FIBRA, Y PROTEÍNAS QUE NECESITAS, CON UN BAJO CONTENIDO EN GRASAS.
Tu día, ¡mejor con Pan de Europa!
ENJOY IT'S FROM EUROPE


¡BUENOS DÍAS CON PAN!
UN ALIMENTO BÁSICO EN LA CIVILIZACIÓN


PAPYRUS FANTÁSTICO


¡BUENOS DÍAS CON PAN!


¡BUENOS DÍAS CON PAN!
Tu día ¡mejor co Pan de Euro


MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN
¡BUENOS DÍAS CON


¡BUENOS
PAN!


¡BUENOS DÍAS CON PAN!
Tu día, ¡mejor con Pan de Europa!
ENJOY IT'S FROM EUROPE


¡BUENOS DÍAS CON PAN!
Tu día, ¡mejor con Pan de Europa!
ENJOY IT'S FROM EUROPE


¡BUENOS DÍAS con PAN!


ENJOY IT'S FROM EUROPE
¡BUENOS
PAN!
e Europa!


PANELUR


¡BUENOS DÍAS con PAN!
Tu día ¡mejor con Pan de Europa!


ENJOY IT'S FROM EUROPE


UENOS
DÍAS
PAN!
Tu día
¡mejor con
Pan de Europa!




¡BIEEN!
¡BUENOS



Cliente: ***AILIMPO***
Producto: ***Limón***
Nombre campaña: ***Welcome to the Lemon Age con los limones de España***
Periodo campaña: ***2020 / 2023***
Ámbito: ***Mercado Interior: España, Francia y Alemania***

ailimpo
Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo

Europa cultiva un futuro saludable. **Welcome to the Lemon Age con los limones de España** es una campaña de promoción del limón de Europa que pretende poner en valor el limón europeo en los consumidores y profesionales de España Francia y Alemania alcanzando 121.900.000 impactos. Cuenta con una estrategia global en sinergia con el programa de Terceros Países donde posiciona la actitud limón como una actitud fresca, activa y saludable frente a la vida.

Objetivos:

- Cambio en la percepción de la calidad del limón en base al origen del producto europeo de un 10% del target.
- Cambio de un 15% en el nivel del reconocimiento del Limón de Europa a través del reconocimiento del Limón de España frente al resto de limones de la UE.
- Aumento del consumo del limón fresco europeo en más de un 14%.



tactics europe



Acciones desarrolladas

- **Publicidad:** TV digital, online, exterior



















Carlota Corredera lo tiene claro: un punto ácido es imprescindible para aportar calidad



Lara Álvarez se declara fan de la vitamina C: el limón es necesario en sus cuidados



Joaquín Prat ofrece datos sobre el liderazgo español en la comercialización de limones



El limón europeo es un producto sostenible y de proximidad



Acciones desarrolladas

Lemon Age Exhibition Tour:

- **Lemon Age Art** con la exposición itinerante al aire libre de 8 limones gigantes.
- **Lemon Age Cook & Drink** con open shooting day para influencers y grabación de videorecetas y medios.
- **Lemon Age Sport** con patrocinio de escuela de Sierra Nevada y acción con deportistas olímpicos.



















Acciones desarrolladas



















OUR EXPERTISE
EUROPEAN PROGRAMMES

tactics europe

OLIVE OILS FROM SPAIN
WORLD LEADERS

ENJOY IT'S FROM EUROPE



EXPERIENCE IN CAMPAIGNS IN THE AGRI-FOOD SECTOR

CLIENT	PRODUCT	PROGRAMME	BUDGET	DATES	TARGET MARKET
ACEITES DE OLIVA DE ESPAÑA	ACEITES DE OLIVA DE EUROPEOS	Simple Program Call 2017	€ 5.455.000	01 feb 2018 – 31 ene 2021	EE.UU. - Nueva York, San Francisco, Los Ángeles, Miami y Chicago.

"PROBLEMA"

Somos líderes mundiales en producción, comercialización y distribución de Aceite de Oliva a nivel mundial. Tenemos el sector más fuerte y profesionalizado y el mayor olivar del mundo. Y pese a esto a nivel mundial la percepción de lo Italiano seguía en boca de todos.

SOLUCIÓN

"Plantarnos" en Europa y conseguir el mayor proyecto cofinanciado por la UE jamás visto y lograr un UN TRIPLE PROYECTO MUNDIAL DE PROMOCIÓN DE LOS ACEITES DE OLIVA ESPAÑOLES EN EL MUNDO. En Europa, EEUU y el mercado Asiático





GLOBAL CAMPAIGN







Acto presentación Campaña Mercado Interior



Acto presentación Campaña EE.UU.



Avión vinilado



Estación de tren L.A.



Olive Oil Lounge
Aeropuertos A. Suárez Madrid Barajas
y JFK N.Y.



Campaña revista Infligth

OLIVE OILS FROM
SPAIN

WORLD LEADERS

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



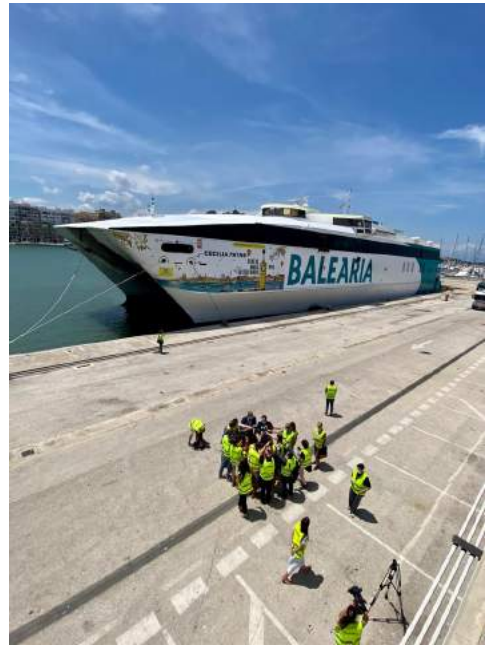



























Celebrating a Shining Source of Taste and Wellness

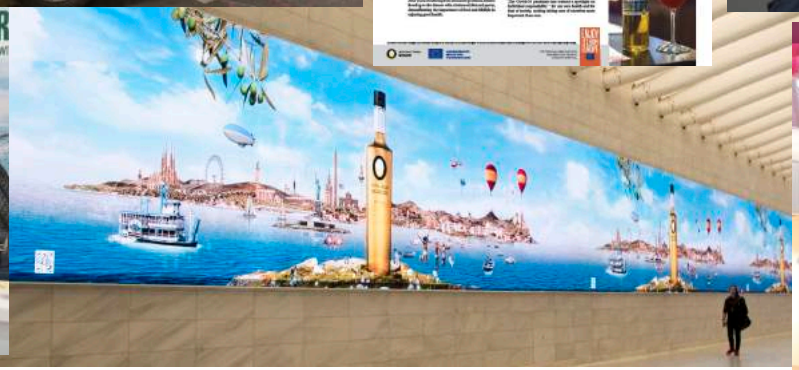
To kick off the new year, enjoy the benefits of European extra-virgin olive oil.

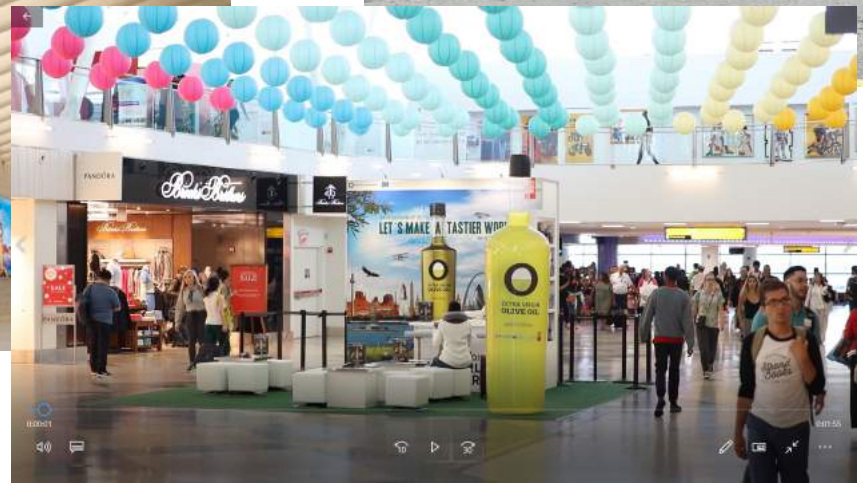












OUR EXPERTISE
EUROPEAN PROGRAMMES

tactics europe

ASEMIEL ANIMPA

ENJOY IT'S FROM EUROPE



EXPERIENCE IN CAMPAIGNS IN THE AGRI-FOOD SECTOR

CLIENT	PRODUCT	PROGRAMME	BUDGET	DATES	TARGET MARKET
ASEMIEL - ANIMPA	MIEL	SIMPLE Program Call 2019	€ 841.342	01 jul 20 – 31 jun 23	ESPAÑA

PROBLEMA - DOBLE

La miel china, la competencia de las mieles europeas.
No fijarse en el origen Europeo.
AZUCAR = OBESIDAD =MUERTE

SOLUCIÓN

Volverlo a poner de moda y rejuvenecer su consumo.
La campaña desafía a los españoles a convertirse en Mielenials, familias jóvenes y modernas que practican un estilo de vida activo y saludable, desayunan con miel y afrontan con energía la clase de gimnasia del colegio o la reunión de la mañana en el trabajo.

Para introducir un alimento nuevo, lo mejor es hacerlo en una familia. Si los niños lo ven en sus padres, lo toman. Por ello, la campaña incluye una serie de acciones para desafiar a las familias españoles durante 15 semanas a desayunar al menos un día con miel de Europa, un alimento natural y de calidad que contribuye de forma decisiva al mantenimiento del ecosistema.

DESAYUNA CON MIEL DE EUROPA







GLOBAL CAMPAIGN


+info en
ing.es

DESAYUNA CON MIEL DE EUROPA









BROWNIE LIGERO CON MIEL



SMOTHIE BOWL CON COCO, POMELO Y MIEL



COOKIES INTEGRALES DE MIEL Y FRUTOS SECOS



BARRITA ENERGÉTICA DE CEREALES, FRUTOS SECOS, FRUTAS Y MIEL



CREPES DE NATA VEGETAL MONTADA, FRESAS Y MIEL



TORTITA DE ARROZ, QUESO FRESCO, MANGO Y MIEL



BITES DE AVENA, MANTEQUILLA DE CACAHUETE, Y MIEL



TOSTA DE SOBRASADA, HUEVO, CEBOLLINO Y MIEL



YOGUR DE MIEL, GRANOLA, HIERBABUENA Y FRUTOS ROJOS

























Promoción Agroalimentaria

Cunícola

“¿Cómo lo haces hoy?



Porcino

“Let’s Talk About Pork From Europe”



Vacuno

”Became a Beefatarian”



Jamón Ibérico

Ambassadors of Europe in the World



ORGANIZA: INTERFISH INTERPROFESIONAL PESQUERA

COLABORAN: ABANCA, marine instruments, NAUTICAL

FINANCIAN: GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN; UNIÓN EUROPEA Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca

OUR EXPERTISE
EUROPEAN PROGRAMMES

tactics europe

EUCOFEL FruitVegetablesEUROPE

ENJOY IT'S FROM EUROPE



EXPERIENCE IN CAMPAIGNS IN THE AGRI-FOOD SECTOR

CLIENT	PRODUCT	PROGRAMME	BUDGET	DATES	TARGET MARKET
FruitVegetablesEUROPE	FRUTAS Y VERDURAS EUROPEAS	Multi Program Call 2020	€5.122.000	01 ene 21 – 31 dic 2023	ALEMANIA - FRANCIA – BÉLGICA - ESPAÑA

THE CAMPAIGN

"CuTE-HEALTHY – Cultivando una Europa Saludable con Frutas y Verduras de Europa", es un multi-programa de promoción innovador de la UE que tiene como objetivo aumentar el consumo de frutas y verduras frescas en el mercado interior (BE, DE, ES & FR) en el contexto de prácticas dietéticas equilibradas y adecuadas.

CuTE-HEALTHY destaca a las prácticas dietéticas y nutricoinales y los beneficios de salud, y que es un programa que va mucho más allá de un simple desafío. CuTE-HEALTHY alentará a los europeos a unirse a un estilo saludable basado en alimentos que son beneficiosos para todos los consumidores, recolectada con las máximas garantías, acompañada de ejercicio físico regular y una alimentación variada y equilibrada.

El programa CuTE-HEALTHY tiene una estrategia europea, utilizando una amplia variedad de acciones online y activando una gran variedad de eventos. El programa será primero digital, de forma que aseguremos un alcance de máxima rentabilidad y respondamos a la realidad de la mayoría del público objetivo, muy atraídos por los contenidos digitales. No obstante, también se llevará a cabo una serie de eventos fuera del ámbito digital, como acciones especiales en gimnasios y lugares destacados, acciones exteriores (autobuses y tranvías de Berlín, Bruselas y París), y la participación en la feria principales de la UE para el sector F&V (Fruit Attraction). También se cuenta con un programa dinámico y atractivo para ser implementado en un gran número de Puntos de Venta en los países objetivo.

QUALITY • VARIETY 5 fruits and vegetables from Europe per day FRESHNESS • SAFETY





GLOBAL CAMPAIGN



OUR EXPERTISE
EUROPEAN PROGRAMMES

tactics europe

EUCOFEL FruitVegetablesEUROPE

ENJOY IT'S FROM EUROPE



EXPERIENCE IN CAMPAIGNS IN THE AGRI-FOOD SECTOR

CLIENT	PRODUCT	PROGRAMME	BUDGET	DATES	TARGET MARKET
EUCOFEL	FRUTAS Y VERDURAS EUROPEAS	Multi Program Call 2018	€ 855.000	01 ene 21 – 31 dic 2021	ALEMANIA – BÉLGICA – ESPAÑA

THE CAMPAIGN

CuTE-4You es el programa más político y social jamás lanzado al nivel europeo, destinado a agradecer al sector hortofrutícola, comunicar y destacar la gran labor, muchas veces invisible pero a la vez tan vital, que ha realizado el sector durante el **período difícil de la pandemia de COVID-19**.

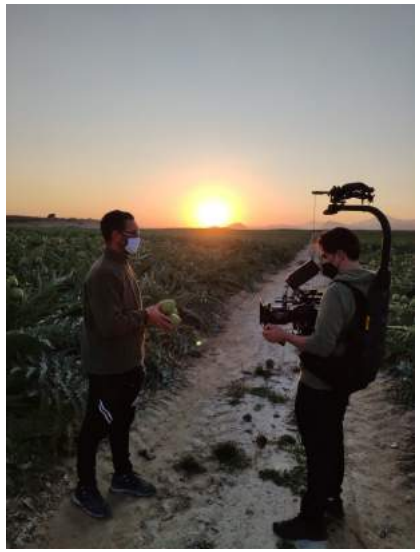
Del mismo modo, el programa CuTE-4You busca no solo poner en valor el sector, sino también dirigirse a la población y comunicar cómo es nuestra responsabilidad y compromiso ahora, el de los consumidores europeos, cuidar el sector hortofrutícola europeo y cuidar de forma responsable consumir productos de Europa.

QUALITY • VARIETY
Fruit and Vegetables from Europe
FRESHNESS • SAFETY





GLOBAL CAMPAIGN




#Europewins
#CONSUMEUROPE
SPAIN


ENJOY
IT'S FROM
EUROPE
WHEN YOU CONSUME FRUITS AND
VEGETABLES FROM HERE
#Europewins
WE ALL WIN










jaysirtl
jaysirtl Anzeige
Wenn Du Obst und Gemüse aus der Region verzehrst, unterstützt du zahlreiche Landwirte aus Europa. In den schwierigsten Zeiten haben sie hart gearbeitet, um sicherzustellen, dass wir keinen Mangel an frischen, qualitativ hochwertigen Produkten haben. Dank ihnen genießen Millionen von Haushalten hochwertiges und frisches Obst und Gemüse.
@cute4you_eu @fruitvegetableseurope #consumeurope #europewins #regional #obst #gemüse
Les gusta a fruitvegetableseurope y 924 personas más
10 DE MAYO
Agrega un comentario...
Publicar


mariodelarosa.act • Seguir
Colaboración pagada con cute4you_eu
mariodelarosa.act ¡ POR FIN...
...han llegado las frutas del verano ! Estos ricos melones y sandías me los traen desde Murcia. ¡Gracias a los agricultores que las miman como nadie! El melón y la sandía son mis frutas favoritas porque son deliciosas y súper refrescantes. ¿Y las tuyas?
Editado
#Europewins #ConsumEurope #ConsumeMelón #ConsumeSandia #EUAgripromo @cute4you_eu #EnjoyitsfromEurope @fruitvegetableseurope #ad
10 sem
Les gusta a cute4you_eu y 3.068 personas más
22 DE JUNIO
Añade un comentario...
Publicar

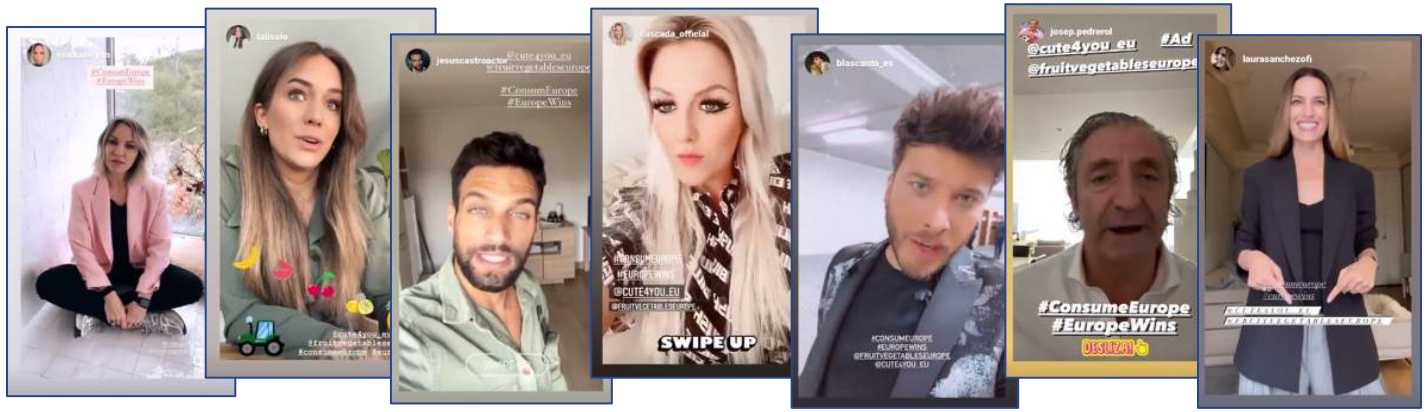

#CONSUMEUROPE
Consume frutas y hortalizas frescas.


espidofreire
Madrid, Spain
espidofreire El buen tiempo nos invita a incorporar más frutas, verduras y hortalizas. Por ejemplo, estos espárragos verdes de España, en este caso de Granada, regados con las aguas del deshielo de Sierra Nevada. Saludables, tiernos, crujientes, ricos en vitamina A y C, en potasio, fósforo y calcio. Los griegos y los romanos ya los consideraban un manjar al que atribuían características afrodisíacas, y sin llegar tan lejos, en la actualidad hemos heredado la afición por ellos. Cuando los consumo yo, cuando los consumes tú, apoyamos a todos los agricultores locales que día a día trabajan para que en nuestra mesa no falten frutas y hortalizas frescas como
Les gusta a fruitvegetableseurope y 1.002 personas más
2 DE JUNIO
Añade un comentario...
Publicar


samantavillar • Seguir
Colaboración pagada
samantavillar ¿Cuál es tu fruta favorita de esta época? A mí me encantan las de hueso, sobre todo la nectarina y el paraguayo, refrescantes, sabrosas, cómodas, porque te las puedes llevar a todas partes...no podría elegir una...¡me encantan! Consume fruta de hueso esta primavera-verano y que sean de aquí, de Europa, garantía de calidad y apoya a todos los agricultores que no paran ni un segundo de cultivarlas para ti. Así, ganas tú, ganan ellos y ganamos todos. Gana Europa.
@cute4you_eu @fruitvegetableseurope #consumeurope #europewins #EUAgripromo
Les gusta a cute4you_eu y 1.439 personas más
13 DE JULIO
Añade un comentario...
Publicar


paulinakurka
Frankfurt, Germany
paulinakurka Anzeige
As a vegetarian, fruits and vegetables are an essential part of my diet which is why I want to be even more mindful of where the fruits and vegetables I buy and eat are from.
With this campaign I want to encourage you to purchase fruits and vegetables from Europe to support our European farmers and the consumption of local produce.
@cute4you_eu
@fruitsvegetableseurope
Les gusta a fruitvegetableseurope y 9,785 personas más
16 DE MAYO
Agrega un comentario...
Publicar


pabloriveroficial • Seguir
pabloriveroficial ¿Cuál es tu fruta favorita de esta época? A mí me encantan las de hueso, sobre todo la nectarina y el paraguayo. Me las llevo a todas partes, ¡¡son un vicio!! Consume fruta de hueso esta primavera-verano y que sean de aquí, de Europa, garantía de calidad y apoya a todos los agricultores que no paran ni un segundo de cultivarlas para ti. Así, ganas tú, ganan ellos y ganamos todos. Gana Europa.
@cute4you_eu @fruitvegetableseurope #consumeurope #europewins #EUAgripromo #ad
8 sem
Les gusta a cute4you_eu y 4.383 personas más
6 DE JULIO
Añade un comentario...
Publicar


SWIPE UP
#ConsumeEurope
#EuropeWins
DESLIZA!





TELVA PARA FruitVegetablesEUROPE

FRUTAS Y HORTALIZAS EUROPEAS: UN 'MUST' QUE NO PUEDE FALTAR EN TU LISTA DE LA COMPRA

Ahora que se acerca el verano, y que todas nos cuidamos más, las frutas y hortalizas no pueden faltar en tu lista de la compra. Y no solo porque sea un grupo de alimentos con muchas propiedades 'healthy', también porque consumirlas apoyas a los miles de agricultores y agricultoras europeas, que lo han dado todo para que no nos faltara de nada durante los largos meses de la pandemia.



Ahora que se acerca el verano, y que todas nos cuidamos más, las frutas y hortalizas no pueden faltar en tu lista de la compra. Y no solo porque sea un grupo de alimentos con muchas propiedades 'healthy', también porque consumirlas apoyas a los miles de agricultores y agricultoras europeas, que lo han dado todo para que no nos faltara de nada durante los largos meses de la pandemia. Gracias a ellos y a ellas, hemos podido seguir alimentándonos de manera sana y equilibrada, hasta en los momentos más difíciles. Algo que agradece nuestra salud, y también nuestros pueblos, porque se han mantenido vivas las economías locales. Y la mejor manera que tenemos de agradecer todo ese esfuerzo es eligiendo frutas y hortalizas de aquí, cada vez que hagamos la compra.

ESTA TEMPORADA SE LLEVAN LAS FRUTAS DE HUESO

Llega el verano, y con él, la temporada de las frutas de hueso, como por ejemplo, el melocotón, la nectarina, el paraguayo, la ciruela, el albaricoque y la cereza, todas ellas, con un sabor dulce y refrescante, e ideales para combatir el calor, gracias a su poder saciante. Todo un 'snack' saludable para picar entre horas.

Además, estas frutas, comparten su aporte de vitaminas, como la A, B y C, su riqueza en minerales, como el Magnesio, el Potasio, o el Calcio, y que son fuente de fibra.

También hay que destacar que son muy versátiles, y no solo se pueden disfrutar en fresco, también pueden protagonizar miles de recetas 'healthy', desde postres, hasta bebidas, pasando por mermeladas, o compotas, e incluso, guarniciones para carnes y pescados. ¡Las posibilidades son infinitas!

EL MODELO DE PRODUCCIÓN EUROPEO, LA MAYOR GARANTÍA

Nuestras frutas de hueso se producen dentro del Modelo de Producción europeo, basado en los estándares de calidad y seguridad más exigentes del mundo. Un modelo, que también garantiza la máxima frescura de los productos, que llegan del campo, a cualquier supermercado europeo, en tan solo 24 horas.

Por eso, es muy importante que, como consumidoras, nos fijemos en la etiqueta de las frutas y hortalizas que compramos, para comprobar su origen, y elegir aquellas que se produzcan aquí. Porque el origen europeo es sinónimo de calidad, sostenibilidad, entornos laborales con las máximas garantías y riqueza para los territorios europeos. Razones más que de sobra para elegir nuestras frutas y hortalizas. Productos con un valor incalculable no solo desde el punto de vista de la salud y la nutrición, sino también de la economía, el empleo, el desarrollo rural y el medio ambiente.

Más información en: www.CuteYou.eu





CONTENIDO ESPECIAL PARA FruitVegetablesEUROPE



Melón y sandía: dos "must"

Si piensas en "melón" o "sandía" seguro que te viene a la mente la palabra "refrescante". Gracias a su alto contenido en agua nos ayudan a combatir los calurosos meses de verano. Además, estas dos frutas son bajas en calorías. Son el aperitivo perfecto para picar entre horas, sin remordimientos. Puedes llevarlas ya cortadas en tu cesta de picnic, también a la oficina o a la playa. No hay nada más saludable, dulce y refrescante para disfrutar, también, en zumos o batidos e incluso en ensaladas. Para que tú disfrutes de todo su sabor, los agricultores se encargan de recolectar el melón y la sandía en su mejor momento.



TU LISTA DE LA COMPRA ES MÁS IMPORTANTE DE LO QUE PIENSAS

FruitVegetablesEUROPE y la Unión Europea lanzan la campaña "CuTE-4 You", un homenaje al trabajo esencial de los productores europeos durante la pandemia de COVID-19

Como consumidoras tenemos mucha más fuerza de la que pensamos. Con un acto tan cotidiano como ir al supermercado podemos favorecer el trabajo de nuestros agricultores. ¿Cómo? Haciendo algo tan simple como elegir frutas y hortalizas de aquí, de Europa, de España. Al hacerlo, apoyamos a los miles de agricultores que se esforzan cada día y trabajan duro para que no nos falte de nada, incluso en la pandemia.

Ellos merecen nuestro agradecimiento porque cada día garantizan el abastecimiento de alimentos. Su esfuerzo es digno de elogio. Gracias a su trabajo se han mantenido vivas las economías locales y miles de puestos de trabajo. Millones de hogares han podido seguir alimentándose de manera saludable y equilibrada. Por eso, al consumir frutas y hortalizas europeas, ganamos todos.

Ahora que llega el calor es tiempo de disfrutar de dos frutas tan refrescantes como el melón y la sandía.



Para asegurarte de que eliges productos con origen europeo, que contribuyen a apoyar a nuestros agricultores, a nuestros pueblos y a toda Europa.

Más información en www.cuteyou.eu













Promoción Agroalimentaria

FROM

- Campañas de promoción del consumo de pescado entre los niños

SFN

- SALMÓN NORUEGO
- SKREI
- TRUCHA DEL FIORDO

ORGANIZA: INTERFISH

COLABORAN: ABANCA, marine instruments, NAUTICAL

FINANCIAN: UNIÓN EUROPEA Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca

NUESTROS CLIENTES AGRIFOOD







También hemos trabajado para **FROM** **más de 10 años**, desarrollando campañas integrales, PLV, eventos y ferias así como todo tipo de materiales de comunicación.













NUESTROS CLIENTES AGRIFOOD











NUESTROS CLIENTES AGRI-FOOD

NORWEGIAN SEAFOOD COUNCIL

Hemos estado trabajando para **NSC** durante **20 años**. Sí, dos décadas. **Evolucionando y creciendo con la marca**. Trabajando estrechamente para obtener los mejores resultados cada año. Esforzándonos al máximo para conseguir los mejores resultados. Introduciendo el SKREI noruego en el mercado español, y potenciando la demanda del resto del portafolio simplemente cambiando el concepto sobre un consumo estacional o esporádico a un uso semanal de los productos. Creando conceptos que hagan que los periodistas viajen al origen y sientan los productos noruegos reales y sostenibles. Y comunicar sobre la calidad del SFN entre el consumidor.

Salmón Noruego. Mi mejor secreto



TV spots



Specials on cooking shows











Point of Sale

On-line

OBJECTIVES

- Increase consumption frequency in the Spanish homes with children







Skrei

Bacalao más Sibarita

Acción punto de venta 2016

Cartel

Caja contenedora

Sales folder

Recetario

Marca-producto

NORGE

mardenoruega.es





Vídeo Recetas



Campaña en Revistas

Dinamización Online y Acciones de SOME







Problemas de reputación y criterios de sostenibilidad.





ORGANIZA: INTERFISH INTERPROFESIONAL PESQUERA
COLABORAN: //ABANCA marine instruments NAUTICAL
FINANCIAN: GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN
UNIÓN EUROPEA Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca



Promoción Agroalimentaria

ESPIRITUOSOS
ESPAÑA

SPIRITS

Campañas de mejora de imagen y aumento deseabilidad

PESCADO,
FUENTE DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE.

CONGRESO INTERFISH
INTERPROFESIONAL PESQUERA



¡Muchas gracias!

tacticsgroup

COLABORAN:

//ABANCA

marine instruments

NAUTICAL

FINANCIAN:

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca