



4. IMPULSO Y CONTROL DE LA ACCIÓN DE GOBIERNO

463. Preguntas para respuesta escrita

PE/004193-03 *Contestación de la Junta de Castilla y León a la pregunta para respuesta escrita formulada por el Procurador D. Juan Luis Ceba Álvarez, relativa a Programa Autonómico Específico para la Modernización y el Desarrollo Rural sobre Campañas de Comunicación y Promoción, publicada en el Boletín Oficial de estas Cortes, n.º 244, de 27 de mayo de 2013.*

PRESIDENCIA

De conformidad con el artículo 64 del Reglamento de las Cortes de Castilla y León, se ordena la publicación de la Contestación de la Junta de Castilla y León a la pregunta para respuesta escrita formulada por el Procurador D. Juan Luis Ceba Álvarez, PE/004193, relativa a Programa Autonómico Específico para la Modernización y el Desarrollo Rural sobre Campañas de Comunicación y Promoción, publicada en el Boletín Oficial de estas Cortes, n.º 244, de 27 de mayo de 2013.

En la sede de las Cortes de Castilla y León, a 13 de diciembre de 2013.

LA PRESIDENTA DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN,
Fdo.: María Josefa García Cirac

Pregunta Escrita PE/0804193 formulada por el Procurador D. Juan Luis Ceba Álvarez, del Grupo Parlamentario Socialista, relativa al Programa Autonómico Específico para la Modernización y el Desarrollo Rural 2007-2013 sobre Campañas de Comunicación y Promoción.

En respuesta a las cuestiones planteadas en la pregunta escrita arriba referenciada, le informo lo siguiente:

Se ha ejecutado el 48% del presupuesto previsto para el total de las anualidades.

Las actuaciones llevadas a cabo hasta la fecha son las siguientes:

Establecimiento de un nuevo posicionamiento entorno al concepto base "sabor" como mejor argumento para expresar la calidad y que mejor maneja el código del consumidor, a la vez que aporta sinergias y coherencia en comunicación con la imagen y posicionamiento de la Comunidad. En agosto de 2008, la Consejería de Agricultura y Ganadería convocó un concurso para el diseño de la Marca de Garantía "Castilla y León. Tierra de Sabor". La Marca de Garantía "Tierra de Sabor", la imagen asociada a ésta y su Reglamento de uso fueron presentados a los medios de comunicación con fecha 23 de febrero de 2009. Con fecha 18 de marzo del mismo año, la Marca fue presentada



a la industria agroalimentaria y al sector en general, en el marco de la Feria Alimentaria de Valladolid.

Establecimiento de una nueva creatividad de campaña a nivel nacional basada en el concepto anterior y la actualización y evolución del diseño del distintivo de calidad de los productos agroalimentarios de Castilla y León amparados bajo cualquiera de las más de 50 figuras de calidad reconocidas, incluidas también los productos de calidad de origen cooperativo.

En el año 2009, se diseñó una campaña de creatividad a nivel nacional asociada a la Marca Tierra de Sabor nacional, totalmente novedosa, moderna e innovadora.

Esta campaña estuvo dirigida al público consumidor de alimentación y su objetivo fue ocupar el espacio propio de una marca de productos locales, con identidad de origen: productos con valores asociados a la Historia y a la tradición.

La campaña publicitaria de “Tierra de Sabor” se desarrolló en las siguientes fases:

– Primera fase:

Se desarrolló en los meses de abril y mayo de 2009 y corrió a cargo de medios televisivos de ámbito nacional, publicidad exterior (con cerca de 700 autobuses en toda España), Internet, prensa y radio, con óptimos resultados de cobertura para cubrir los distintos objetivos de comunicación.

Esta campaña de lanzamiento de la nueva marca de productos agroalimentarios de Castilla y León obtuvo resultados y eficiencia muy significativos, tanto en lo que se refiere a la transmisión de la notoriedad de la propia marca entre los consumidores o público objetivo como por su aceptación y resultados para el sector: según el seguimiento realizado por una empresa externa, los datos de cobertura en televisión alcanzaron un 90,1%, es decir, el lanzamiento de la marca a través de este medio fue seguido por la práctica totalidad de la población a la que se destinaba, lo que supone casi 9 millones de personas.

– Segunda fase:

Se centró inicialmente en la promoción específica de productos que se consideraron en crisis, tales como el lechazo, la patata y las hortalizas de calidad de Castilla y León. Para ello, se utilizaron diversos medios de ámbito nacional, tales como cadenas de televisión, (tanto generalistas como temáticas), prensa escrita y radio a nivel nacional.

Esta campaña de promoción de productos específicos se complementó con otra campaña promocional genérica, que incluyó actuaciones de ámbito nacional, regional y local en televisión autonómica de Castilla y León, radio y prensa escrita regionales.

Por otro lado, entre las fórmulas probadas para obtener una adecuada difusión de nuestra oferta, se han manifestado útiles la realización de concursos, por lo que se pretende continuar con la organización de los Premios Zarcillo, se abordará la internacionalización de los Premios Cincho de quesos y se pondrá en marcha el primer concurso nacional de jamón.



Cabe destacar al respecto lo siguiente:

- En los primeros meses del 2009, se llevó a cabo una nueva edición de los Premios Zarcillo. El elevado número de muestras presentadas al certamen (un total de 3.099) lo convirtieron en el segundo concurso internacional de vinos más importante a nivel mundial.

El hecho de que en 2011 se celebraran elecciones autonómicas, añadido a la desfavorable situación económica actual, aconsejaron posponer la edición de los Premios Zarcillo correspondientes a 2011.

En 2013, bajo la premisa de estrictos criterios de austeridad y racionalidad de costes, se ha celebrado de nuevo el concurso de cata de vinos Premios Zarcillo, correspondiente a su XV edición Nacional y VII internacional. Al concurso, que se ha desarrollado durante los días 21 a 24 de mayo, fueron presentadas 1.819 muestras procedentes de 20 países, posicionándose como el primer concurso internacional celebrado en España en cuanto a número de muestras presentadas (por delante de *Bacchus*) y el quinto certamen a nivel mundial de los concursos patrocinados por la OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino). Los magníficos resultados obtenidos por las bodegas de Castilla y León, con cerca del 50% de los galardones concedidos, demuestran la confianza del sector vinícola de nuestra región en este concurso y la creciente importancia que se le concede desde el punto de vista de la promoción de los caldos.

- En cuanto a los Premios Cincho, después de seis ediciones en las que las convocatorias y organización han tenido rango nacional, se ha considerado conveniente dar el salto y llevar a cabo la convocatoria a nivel internacional, aprovechando el reconocido prestigio que han conseguido entre el sector, con el objetivo de promocionar la producción quesera de Castilla y León.

Así, en 2008 se celebró la séptima edición de los Premios Cincho, en la que por primera vez participaron otros países. En esta edición, se presentaron un total de 644 muestras, provenientes de 6 seis países; estas cifras pueden considerarse un éxito, puesto que a certámenes de similares características, como el concurso “Los mejores Quesos de España”, se presenta una media de 300 muestras.

En 2010 se volvieron a convocar estos premios, de nuevo con carácter internacional y con enorme éxito: concurrieron un total de 847 muestras (lo que supone un incremento de más de un 30% respecto a la edición de 2008), procedentes de 13 países de Europa y América.

- Por último, la grave situación de crisis económica general ha motivado el aplazamiento temporal de la puesta en marcha del primer concurso nacional del jamón.

Asimismo se potenciará la participación de todas las figuras de calidad alimentaria entre los principales certámenes feriales monográficos del sector como foro de encuentro entre productores y distribución.



Desde 2008, la Consejería de Agricultura y Ganadería ha estado representada en los principales certámenes feriales monográficos del sector agroalimentario a nivel nacional: Alimentaria de Barcelona, Salón del Gourmet, Fenavín y Fruit Atracttion.

Asimismo, desde dicha fecha hasta el día de hoy, la suma total del número de Consejos Reguladores de DOP/IGP y Asociaciones titulares de Marcas de Garantía de productos agroalimentarios que han participado en los referidos certámenes ascendió a 332, con una ocupación total acumulada de más de 17.260 m² de exposición.

Por último, se establecerán “programas de fidelización” dirigidos principalmente a prescriptores de notoriedad internacional y “viajes de familiarización” de periodistas especializados y distribuidores.

Las acciones más destacadas en relación con esta actuación concreta son las siguientes:

- En el jurado de los premios Zarcillo y Cincho intervienen periodistas especializados de cada sector; estos profesionales participan además en visitas a las industrias agroalimentarias que se consideran más representativas, tanto por su volumen como por la calidad de los productos, convirtiéndose de esa forma en prescriptores de los productos de Castilla y León.
- *Wine Tour Castilla y León*: misión comercial cuyo objetivo es que empresas importadoras internacionales tengan un contacto directo con las bodegas de Castilla y León interesadas en exportar sus vinos. Estas empresas importadoras especializadas en la distribución y comercialización de vinos de alta calidad en el mercado internacional procedentes de Brasil, China, Corea, Japón, Malasia, Méjico, Rusia, Singapur, Estados Unidos y Vietnam han podido conocer directamente la variedad, tanto en cantidad como en calidad, del sector vitivinícola de Castilla y León.
- En cuanto a programas de fidelización, cabe destacar el proyecto denominado “Carro de quesos”, desarrollado desde abril de 2010 hasta marzo de 2011; para esta acción fueron seleccionados 37 restaurantes de todas las provincias de Castilla y León y también de Madrid, a los que se les facilitó un carro promocional de quesos con la condición de que, durante un año natural, ofrecieran cinco variedades de queso de Castilla y León a los comensales de su establecimiento.

Valladolid, 12 de diciembre de 2013.

LA CONSEJERA DE AGRICULTURA Y GANADERÍA,
Fdo.: Silvia Clemente Municio.