

Madrid, 22 de enero de 2021

## CONVOCATORIA

### PLAN INTEGRADO DE PROMOCIÓN DE ALIMENTOS CANADÁ 2021

ICEX España Exportación e Inversiones, en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Toronto, va a llevar a cabo en 2021, por quinto año consecutivo, un Plan Integrado de Promoción de Alimentos de España en Canadá.

Se pretende posicionar a España como uno de los principales países proveedores de productos alimentarios, haciendo énfasis en los alimentos más representativos de la despensa española: **queso, aceite de oliva, aceitunas, embutidos, jamón, conservas de pescado y vegetales y otros productos elaborados (snacks, gazpacho, salsas, dulces, etc.).**

El Plan está dirigido exclusivamente a empresas españolas que tengan importador o distribuidor en Canadá en el momento de inscribirse.

#### 1. LA OFERTA AGROALIMENTARIA ESPAÑOLA EN EL MERCADO CANADIENSE.

El sector agroalimentario en Canadá es un mercado muy atractivo para las empresas españolas. Entre 2015 y 2019 (datos disponibles hasta la fecha), las exportaciones de productos agroalimentarios españoles a Canadá han aumentado un 60%. Concretamente, de los alimentos pertenecientes al Plan Integrado de Alimentos, las categorías que más han crecido en el periodo 2015-2019 son las conservas, el embutido y el aceite de oliva; y las que mayor valor de importación tuvieron en 2019, el aceite de oliva, el queso, y el embutido. Se puede afirmar, por tanto, que el producto español es cada vez más popular en Canadá y que las exportaciones españolas de los productos del PIA mantienen una tendencia creciente a lo largo de los años.

- La categoría de **conservas** es la que más ha crecido durante el periodo 2015-2019. Durante 2019, las importaciones se han visto incrementadas en 2,5 veces, alcanzando un valor de 2,6 millones de dólares canadienses. Dentro de esta categoría, el producto que más destaca y que más ha importado Canadá durante el periodo estudiado (2015-2019) es el pulpo en conserva. Desde 2015, Canadá importa 94 veces más conservas de pulpo. Y sólo en 2019, importó un 30% más que el año anterior.

- En la categoría de **carnes**, las importaciones de embutido español (excluido el jamón) en Canadá alcanzaron en 2019 los 3,5 millones de dólares canadienses, un 5% más que el año anterior. El valor de importaciones de jamón en el año 2019 fue de 2,5 millones de dólares en el caso del jamón deshuesado y 412 mil dólares en jamones enteros. El aumento de las importaciones de jamón en el último año (2018-2019) ha sido mayor en el caso del jamón entero (7%). No obstante, el aumento de las importaciones en los años (2015-2019) ha sido más notable en la categoría de jamón deshuesado:
- El **queso** es otra de las categorías destacadas de las importaciones canadienses a España. En 2019 se registra un valor de importaciones de queso de casi 6 millones de dólares, un 10% más que el año anterior y 16 veces más que lo que se importaba en 2015.
- No obstante, no hay duda de que el producto estrella es el **aceite de oliva**. En 2019 se importó aceite por valor de casi 54 millones de dólares, un 16% más que el año anterior y 20 veces más que en 2015.

## 2. OBJETIVOS

Los objetivos del Plan Integrado de Promoción de Alimentos Canadá 2021 son los siguientes:

1. Ayudar a la diferenciación de la oferta agroalimentaria española en la mente del consumidor:
  - a. Destacando las notas de excelencia, variedad y autenticidad de nuestra oferta agroalimentaria.
  - b. Educando a los consumidores en las características de los productos españoles y en su modo de uso para fomentar su compra y utilización en la vida cotidiana.
  - c. Promoviendo la marca España para potenciar la notoriedad y presencia en el mercado de los distintos productos que componen nuestra oferta en Canadá.
2. Aumentar la distribución de nuestros productos, incrementando tanto su presencia en los canales de distribución como su diversificación geográfica:
  - a. Manteniendo y ampliando los contactos con profesionales del sector de la distribución agroalimentaria (importadores, distribuidores...) para que España se posicione como un importante proveedor de alimentos en el mercado.
  - b. Educando a profesionales académicos, chefs, dietistas, expertos culinarios, líderes en la industria alimenticia, estudiantes culinarios, para incluir los productos españoles entre las principales tendencias gastronómicas.
  - c. Apoyando a los importadores y distribuidores que ya colaboran con nosotros, para que sus ventas se maximicen y vean en nuestros productos un negocio atractivo.

### 3. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

La relación y su desarrollo son orientativos y pueden sufrir modificaciones. Las acciones se ajustarán según la evolución de las restricciones por la COVID-19.

La participación de los productos en cada una de las actividades quedará limitada por las normas y la disponibilidad del producto en las ciudades en las que tengan lugar las promociones. No obstante, se buscará el equilibrio entre las diferentes marcas para que todas queden igualmente representadas en el Plan general de actividades.

#### 3.1. EXPOSICIÓN DE PRODUCTOS EN FERIAS

Público Objetivo: Profesionales, consumidores, importadores y distribuidores, prescriptores de opinión y chefs.

- **FERIA GROCERY INNOVATIONS CANADA - Toronto 2021 (octubre/noviembre)**

Se organizará la exposición conjunta, en un solo booth/stand, de los productos de las empresas participantes en el espacio "Taste for Spain", en el marco de la feria [Grocery Innovations Canada](#) (GIC en adelante). Habrá un producto representado por empresa y dependiendo del espacio se alternarán la exposición y degustación de cada producto por día de celebración de la Feria.

Se trata de una feria bianual de alimentación y bebidas, organizada por la Canadian Federation of Independent Grocers, (Federación de Minoristas independientes), que se celebra de forma alterna en Vancouver y Toronto, y que incluye a la mayoría de las tiendas de alimentación del país (supermercados franquiciados, cadenas delicatessen, tiendas de conveniencia y grupos de compra).

En este evento exponen todas las grandes marcas nacionales y estadounidenses que fabrican o producen alimentos de las categorías básicas de las grandes cadenas de supermercados. En el GIC, se presentan las novedades que se verán en los lineales de supermercados de la próxima temporada y los productos expuestos van desde los productos básicos de la alimentación como láctea y panadería hasta productos más sofisticados que van agregándose a la dieta básica del consumidor canadiense.

Se trata de un evento altamente especializado en los segmentos de las cadenas de supermercados y otras tiendas de alimentación donde solamente exhiben 340 expositores para una audiencia de visitantes de 5.100 profesionales en aproximadamente 10,000 m<sup>2</sup>. (Datos para

la edición de Toronto en 2018). Durante 2020, el formato con la cual se celebró la Feria fue virtual.

El GIC está inmerso en un rápido proceso de evolución, siguiendo las pautas del mercado canadiense que tiende hacia la sofisticación de sus productos. Las categorías de lineal van desde los más básicos como son hamburguesas, yogures y donuts, hasta otros productos de pasta, salsas, y platos precocinados y donde se nota una clara tendencia de evolución hacia aquellos productos de la dieta mediterránea.

Esta acción se está considerando en formato presencial, pero se ajustará según la evolución de las restricciones por la COVID-19. En caso no se llevase a cabo, el dinero asignado a esta actividad se distribuiría entre las otras acciones dentro del Plan.

### 3.2. PROMOCIÓN EN EL CANAL HORECA

Público Objetivo: profesionales del Food Service (distribuidores, canal HORECA, chefs, tiendas gourmet, clientes locales), influencers, bloggers y medios de comunicación.

- **DISCOVER FOODS FROM SPAIN: Digital Experience** (Fecha por determinar, 2021) en colaboración con el Centro de Hostelería y Arte Culinario de George Brown College (CHCA). Dentro de esta acción se encuentran una serie de actividades de promoción on-line enfocadas al canal HORECA:
  - **Product landing page:** Página web de inicio informativa para entender y aprender a usar productos españoles del PIA. Se desarrollará en la web del George Brown College.
  - **Product Information Videos:** Vídeos de 1 minuto explicativos desde una perspectiva canadiense. Estos videos se incluyen en todas las acciones de la campaña por GBC.
  - **Ready To Eat Campaign (Take Home Tapas):** Vídeos que muestran los productos españoles en formato "listo para comer", enseñando cómo pueden manipularse, empaquetarse y servirse en formato de tapa para la venta en restaurantes. Vídeos compartidos con los suscriptores de CHCA y se usarán como contenido en las RRSS de GBC CHCA con *calls to action*.
  - **Product Use Videos:** Vídeos cortos que muestren los usos tradicionales y creativos de los productos del PIA, de cada empresa, con ejemplos de cómo servirlo en casa y en restaurantes. Enviados a la lista de contactos de interés creada por GBC.
  - **Online Tapas Master Class:** Clase magistral online de 90 minutos con un chef reconocido de tapas españolas. Se compartirá a través del canal de educación online de CHCA y se ofrecerá la clase de forma gratuita.



- **Merchandising Videos (Gift Baskets):** creación de un video en el que se muestra como empaquetar los productos del plan de manera diferencial en una cesta de regalo que se enviará a la lista de escritores y bloggers de alimentos seleccionada por GBC para que puedan degustar los productos y compartir sus opiniones al respecto.

### 3.3. DEGUSTACIONES Y PROMOCIONES EN PUNTOS DE VENTA

Público Objetivo: Consumidores habituales y nuevos consumidores

- **PROMOCIÓN PUNTO DE VENTA A TRAVÉS DE IMPORTADOR Y/O DISTRIBUIDOR**

Para reforzar la visibilidad e imagen de los productos españoles presentes en tiendas y supermercados de Canadá e impulsar así sus ventas, el plan apoyará la realización de PPVs organizadas y gestionadas a través de su importador / distribuidor exclusivamente.

Las empresas deberán contar previamente con la comercialización del producto en el punto de venta escogido, y su importador o distribuidor tendrá que gestionar y organizar todos los aspectos relacionados con la planificación, ejecución y justificación de la PPV, incluyendo el suministro del producto necesario, la mesa y el personal encargado de ofrecer la degustación.

La empresa deberá facilitar a la Oficina Económica y Comercial de España en Toronto un programa tentativo de PPVs a realizar en función de un calendario trimestral, previo a la ejecución para aprobación y gestión de presupuesto. La duración de la promoción en punto de venta no podrá tener una duración inferior a 4 horas.

Modelo de Participación: los participantes recibirán, una vez comprobada la promoción, un máximo de 200 CAD por degustación realizada y documentada, con un máximo de 2.000 CAD (10 PPVs) durante el año de vigencia del Plan. En el caso de actividades virtuales con una duración mayor, el importe máximo será de 2.000 CAD por actividad y empresa. Sólo podrán ser perceptores de dichos importes el importador o el distribuidor de la empresa española en Canadá.

Además de los puntos de ventas realizados individualmente por importador/distribuidor, y siempre que el presupuesto lo permita, se plantearía llevar a cabo degustaciones en punto de venta en algunas de las principales Cadenas de supermercados como Sobeys o Longos, mercados como el de St. Lawrence y tiendas gourmet localizados en Toronto, Montreal, Vancouver, Halifax y otros.

La Oficina Económica y Comercial de España en Toronto se encargará de enviar material promocional a cada importador para apoyar esta actividad en la forma de delantales, cartelitos con los logos y otros materiales como bolígrafos.

### Formato degustaciones en PPVs no presenciales:

La situación actual y el nuevo comportamiento del consumidor en el punto de venta imposibilitan las degustaciones en el formato que se han realizado antes del COVID-19.

El objetivo es mantener la esencia de las degustaciones, es decir, crear sinergias entre el consumidor, el punto de venta y el producto español, pero posibilitando al importador que lleve a cabo otro tipo de acciones promocionales de puntos de venta frente a las restricciones impuestas por el COVID-19. El concepto de acciones de promoción de puntos de venta es más amplio y permite realizar no sólo degustaciones, sino también otras actividades o promociones por parte de los importadores.

A continuación, a modo de ejemplo, se proponen un conjunto de acciones de promoción en puntos de venta. Los importadores podrán elegir aquellas que mejor se adapten a sus clientes y canales de distribución y, además, se les permitirá proponer otras acciones que consideren relevantes. No obstante, cabe mencionar que las actividades que pretenda realizar cada importador deberán contar con la aprobación previa por parte de la OFECOMES, y que deben enmarcarse siempre dentro del concepto de promoción en punto de venta, cumpliendo con los parámetros y requisitos establecidos, i.e. el uso de los logos y su inserción en folletos o redes sociales.

Se contemplan, entre otras, las siguientes posibilidades:

- Seminarios online en plataformas de Cadenas de Supermercados.
- Marketing online a través de Facebook e Instagram y anuncios tanto online como en revistas.
- Descuentos en el P.V.P. del producto, para favorecer la venta e incrementar su volumen.
- Promoción virtual.
- Acceso on-line a redes sociales para obtener cupón de descuento.
- Apoyo en E-commerce en diferentes retailers.
- Posibilidad de videos informativos con instrucciones, explicaciones sobre el producto (cómo cortarlo, colocarlo, etc.). También, todo a través del canal online, desarrollo de recetas y descuentos de diferentes clases.
- Posibilidad de un vídeo o un catálogo por región o quizá online.

### 3.4. MATERIAL PROMOCIONAL

Esta acción sirve de soporte al resto de acciones del plan y estará destinada a todo el público objetivo de las mismas. Se trata de posicionar y reforzar la imagen de los alimentos españoles en la mente del consumidor, así como difundir y visibilizar las acciones relacionadas con el plan.

#### 4. MODELO DE PARTICIPACIÓN Y SERVICIOS INCLUIDOS

La Oficina Económica y Comercial de España en Toronto se encargará, junto con el Departamento de Alimentos de ICEX, de la organización total de todos los eventos en Canadá, estará en contacto con los importadores para coordinar todas las actividades y mantendrá puntualmente informado del desarrollo de las mismas a las empresas participantes.

Las acciones que se celebren presencialmente estarán atendidas por el equipo de la Oficina de Toronto en coordinación, salvo en el caso de las PPVS que organicen individualmente los importadores. No obstante, la empresa participante podrá enviar a 1 representante de la empresa a los eventos si lo desea (aunque el coste del desplazamiento y alojamiento no está incluido en la cuota de participación).

Servicios comprendidos:

- Organización, planificación y contratación de todo lo relativo a las diferentes actividades descritas en el plan. Salvo, en el caso de las PPVS que organicen individualmente los importadores con la aprobación previa de la Ofecomes.
- Inserción de los logos y material de promoción de las empresas participantes en las acciones genéricas y materiales que se desarrollen.
- Suministro a las empresas participantes de un listado de los contactos, captados que se hayan interesado por sus productos/marcas en el transcurso de las actividades en las que hayan participado, en caso de que los hubiese.
- Difusión de las actividades por redes sociales y canales de cada evento, siempre y cuando sea posible.
- Seguimiento de la campaña e informe final.

La Oficina Económica y Comercial de España en Toronto se encargará de la compra del producto a la venta en Canadá para las actividades que se realicen. Este importe está incluido en la cuota de participación y la empresa no deberá abonar cantidad alguna por este concepto.

#### 5. DURACIÓN Y ÁMBITO DEL PROGRAMA

El Plan Integrado de Promoción de Alimentos de España en Canadá se llevará a cabo durante el año 2021. Está previsto que las acciones se realicen en diferentes provincias de Canadá.

## 6. CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN Y CRITERIOS DE SELECCIÓN

Las acciones están dirigidas **exclusivamente a empresas españolas de productos alimentarios españoles que ya dispongan de importador o distribuidor en Canadá.**

Se excluyen productos frescos (carnes, frutas, hortalizas, pescado), así como productos que, por sus características, incumplan la legislación canadiense en materia de seguridad alimentaria.

El máximo de empresas participantes en el programa es de 15. En el caso de que el número de inscripciones sea superior, se realizará una **selección** según los siguientes criterios:

- 1 - **Orden de inscripción** en el programa. Sólo se tendrán en cuenta las inscripciones completas y con el pago realizado.
- 2 - **Variedad de productos.** Se dará prioridad a las empresas con productos menos representados con el fin de obtener una variedad de productos equilibrada.

El número de empresas que pueden participar será como mínimo 5. En el caso de que las empresas participantes no lleguen al mínimo, el plan quedará anulado. La cuota de participación, en este caso, se devolverá a las empresas.

En el caso de anulación del Plan como consecuencia de las medidas adoptadas por el Covid 19, este Organismo procederá a la devolución de las cuotas previamente abonadas por las empresas.

## 7. COSTES DE PARTICIPACIÓN

La cuota de participación es de **2.000 euros (más 21% de IVA)**. Esta cuota de participación incluye únicamente la representación de dos productos por marca, o dos marcas con un producto cada una.

En caso de que una misma empresa quisiera participar con más de dos productos por marca o más de dos marcas, deberán abonar la cuota 2.

COSTE DE PARTICIPACIÓN		
Cuota 1	2.000 euros (+ 21% IVA)	2 marcas / 2 productos
Cuota 2*	4.000 euros (+ 21% IVA)	4 marcas /4 productos



## 8. INSCRIPCIONES

La fecha límite de inscripción es el día **12 de febrero de 2021**.

En caso de que en esa fecha todavía quede disponibilidad para acoger a más empresas participantes se podrá ampliar el plazo hasta el **22 de febrero de 2021**.

Para formalizar su inscripción en esta actividad deberán estar dados de alta en nuestro Portal ([www.icex.es](http://www.icex.es)), rellenar el formulario online que encontrarán en el siguiente enlace: **PLAN INTEGRADO DE ALIMENTOS CANADÁ 2021** y realizar el pago, optando por:

- ✓ Tarjeta de crédito (en este caso reciben de inmediato la factura correspondiente).
- ✓ Transferencia bancaria a nombre de ICEX España Exportación e Inversiones: BBVA nº ES48 0182 2370 4300 1429 0099, indicando el concepto: PIA CANADA 2021”.

No se tendrá en cuenta su inscripción hasta que no efectúen el pago y finalicen el proceso de inscripción online.

ICEX Ventana Global está a disposición de las empresas para atenderlas durante el proceso de inscripción y pago. Tfno. 913 497 100. Correo [informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Las empresas seleccionadas recibirán la confirmación de aceptación vía email al contacto que figuren en el formulario de inscripción. Asimismo se les comunicará otros detalles que se tengan que tener en cuenta.

## 9. PERSONAS DE CONTACTO

### • En España:

Diana Vázquez, Jefe de Sector Dpto. de Alimentos, Icx España Exportación e Inversiones  
Tel: 91 349 62 59, E-mail: [diana.vazquez@icex.es](mailto:diana.vazquez@icex.es)

### • En Canadá:

Carlos Gómez García, Consejero Económico y Comercial de la Embajada de España, Oficina Económica y Comercial de España en Toronto  
Tel: 416 967 0488, E-mail: [toronto@comercio.mineco.es](mailto:toronto@comercio.mineco.es)

María Naranjo Crespo  
Directora de Alimentos, Vinos y Gastronomía

