

GOBIERNO DE NAVARRA

ECONOMÍA, HACIENDA, INDUSTRIA Y EMPLEO

CULTURA, TURISMO Y RELACIONES INSTITUCIONALES

PRESIDENCIA, JUSTICIA E INTERIOR

EDUCACION

DESARROLLO RURAL, MEDIO AMBIENTE, Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SALUD

POLÍTICAS SOCIALES

FOMENTO

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

23 bodegas navarras y la DO Navarra recibirán 1,5 millones de euros para la promoción del vino en mercados internacionales

Se trata de fondos europeos que financian el 50% de los costes de publicidad, participación en ferias, campañas de información y estudios de mercado

Lunes, 29 de julio de 2013

23 bodegas navarras y el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Navarra recibirán ayudas por importe de 1.524.447 euros para financiar programas de promoción del vino en terceros países entre julio de 2013 y junio de 2014. Se trata de fondos europeos (FEAGA) que financian el 50% del coste total (3.048.894 euros) de los 24 proyectos presentados a la convocatoria de ayudas, y que fueron aprobados en su totalidad el pasado miércoles 24 de julio en la Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo Rural celebrada en Madrid.

Cabe destacar que este importe supone un incremento del 22% con respecto a las ayudas concedidas en la campaña anterior (1.236.596 euros en 2012-2013). Igualmente, el número de solicitudes presentadas (24) supone un aumento del 60% con respecto a la convocatoria precedente, en la que se registraron 15.

Las bodegas beneficiarias, junto con el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Navarra, son las siguientes: Pago de Cirsus (Ablitas); Bagordi y Navarrsotillo (Andosilla); Nekeas (Añorbe); Artazu (Artazu); Pago de Larrainzar (Ayegui); Biurko-Gorri (Bargota); Abadía de la Oliva (Carcastillo); Chivite (Cintruénigo); Camino del Villar (Corella); Señorío de Otazu (Echauri); Inurrieta (Falces); Quaderna Vía (Igúzquiza); Tandem (Lácar); Ozalder (Larraga); Alconde (Lerín); Barón de Ley (Mendavia); Príncipe de Viana (Murchante); Ochoa, Pagos de Araiz y Piedemonte (Olite); Máximo Abete y Domaines Lupier (San Martín de Unx).

La subvención se destina al desarrollo de acciones de promoción y publicidad (TV, radio y prensa; promociones en puntos de venta; portales web para la promoción exterior; oficinas de información, etc.), participación en ferias y exposiciones, campañas de información (encuentros empresariales, profesionales, líderes de opinión y consumidores; jornadas, seminarios, catas, etc.) o estudios de nuevos mercados, en 33 países diferentes, según los proyectos presentados, hasta el 30 de junio de 2014.

Los mercados en los que los beneficiarios tienen previsto realizar una mayor inversión son, por orden, China, Suiza y Estados Unidos, que representan el 54% de los presupuestos aprobados.