

Campaña de difusión del logo de las RUP como elemento diferenciador de las producciones de las Islas

El objetivo es que el consumidor identifique ese logotipo, vinculado a productos agroalimentarios y pesqueros originarios del Archipiélago

El consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Aguas del Gobierno de Canarias, Narvay Quintero, presenta hoy la campaña que permitirá difundir entre la población el logotipo que identifica las producciones procedentes de las regiones ultra periféricas (RUP) de la Unión Europea. Este sello, cuyo registro de operadores incluye ya a más de 200 productores, reconoce unas características propias de los productos de las Islas que, sobre todo, tienen que ver con las condiciones, modos y técnicas de cultivo, elaboración y fabricación, así como normas de presentación y acondicionamiento.

Narvay Quintero, que estaba acompañado por el director del Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA) y el consejero delegado de Gestión del Medio Rural (GMR Canarias), Juan Antonio Alonso, ha manifestado que “este era uno de los objetivos de legislatura, como parte de la promoción de los productos de calidad diferenciada, por ser un sello que garantiza el origen local del producto” y ha destacado que la campaña va dirigida al “consumidor, para que identifique el producto, y a los empresarios del sector, para que pidan poder utilizarlo si cumplen las condiciones establecidas, ya que les garantiza su diferenciación en los lineales de los supermercados”.



El sello de las RUP está gestionado por el Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA) de la Consejería que autoriza su uso, indicando las condiciones de utilización en cada caso. Este símbolo es además un elemento diferenciador en el mercado, pues identifica las producciones originarias en su totalidad de Canarias y permite que el consumidor conozca su procedencia.

José Díaz Flores ha informado además de que a través de la nueva Ley de Calidad Agroalimentaria “tenemos el objetivo de facilitar la tramitación de la obtención de este sello para que sea más cómodo para los productores”

El registro de operadores, así como la normativa vigente y los trámites para su solicitud, se encuentra en la página web de

la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Aguas del Gobierno

<http://www.gobiernodecanarias.org/agricultura/icca/servicios/simbolorup/>

La campaña consta de varias piezas audiovisuales que identifican este logo, así como la procedencia de los productos. Así mismo, ha incluido información respecto a las regiones ultra periféricas y su especial encaje en la Unión Europea, por su lejanía y fragmentación territorial. Dará comienzo en una primera fase este miércoles 7 de noviembre y durará 6 semanas. En una segunda fase se iniciará el 1 de febrero y durará hasta el 30 de marzo de 2019.

El concepto de la campaña pretende, por un lado, identificar ante el público las producciones de las Islas, bajo el lema “Algo muy nuestro” y, por otro lado, aumentar el grado de información entre la ciudadanía respecto a la realidad de Canarias como región ultra periférica.

Las piezas audiovisuales se han elaborado en dos soportes: Un spot convencional que presenta el origen de los productos como cercanos y de nuestro entorno, identificando el logo RUP, y un ‘motion graphic’ en el que de manera didáctica se explica cómo buscar ese sello en los lineales de los supermercados, dirigido a un público más joven y orientado hacia las redes sociales. La parte gráfica está más enfocada a señalar las diferencias de las producciones de las regiones ultra periféricas y a explicar en qué consisten estos territorios europeos.