



Food and Agriculture  
Organization of the  
United Nations



General Fisheries  
Commission for  
the Mediterranean



FEDERATION OF  
EUROPEAN  
AQUACULTURE  
PRODUCERS

# The creation and development of a collective brand for Spanish farmed fish



**APROMAR**

Asociación Empresarial de Acuicultura de España

**Garazi Rodríguez**

**Responsible for PMPs**

**Spanish Association of Aquaculture Producers**

Workshop for promoting sustainable aquaculture practices in the  
mediterranean and black sea regions: the producers' perspective

18 January 2024 Rome, Italy



# Challenges for Aquaculture in Spain

- Complexity of public administrative procedures.
- Difficulty to obtain new fish farming licenses.
- Gaining social acceptance for the aquaculture activity.
- Improving the reputation of aquaculture products.
- High export volumes from other countries.
- Improving the efficiency of the farming of fish.
- Innovation and technology improvements.

# Challenges for Aquaculture in Spain



- Complexity of public administrative procedures.
- Difficulty to obtain new fish farming licenses.
- Gaining social acceptance for the aquaculture activity.
- Improving the reputation of aquaculture products.
- High export volumes from other countries.
- Improving the efficiency of the farming of fish.
- Innovation and technology improvements.

**GUIDELINES IN SUPPORT OF**  
**social acceptability for sustainable**  
**aquaculture development**



## 5.4 SOCIAL AND ETHICAL ASPECTS INFLUENCING THE SOCIAL ACCEPTABILITY OF AQUACULTURE

- Aquatic product consumption campaigns should be implemented.
- These efforts should fit into the framework of public health promotion strategies targeting particularly the younger generation.
- Fish consumption campaigns should aim to reach as many people as possible.
- The person delivering the message is even more important for creating maximum impact.



**RIOFRÍO**  
Caviar Ecológico



UNIÓN EUROPEA  
FONDO EUROPEO MARÍTIMO,  
DE PESCA Y ACUICULTURA

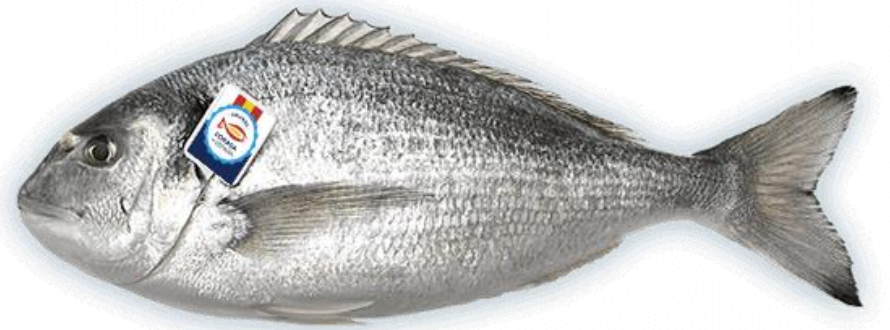


## Objetives

- Increase the competitive capacity of our products compared to the same species from other countries and other producers.
- Consumer can choose between two origins of the same species at the point of sale.









## **Strategic pillars**

1. Reach the maximum number of consumers,
2. Obtain the support of the distribution channel, wholesalers and retailers,
3. Strengthen our presence at the point of sale,
4. Contents about fish and its ease of consumption.

# LIVE MÁLAGA



## Pantalla led de 135 m2 en la fachada de El Corte Inglés Málaga

Genera gran notoriedad de marca impactando a todo el tráfico (rodado y peatonal) de la Avenida Andalucía

Pases de 10 seg. por anunciante



Presencia 2 semanas  
Ampliación de campaña  
Total 5 semanas



## FLOOR MEDIA - Standard

### Vinilo de suelo

Comunicación frente al lineal del mismo producto referenciado con una ubicación preferente en los pasillos

Con grandes posibilidades creativas, son ideales para ubicar el producto y ganar espacio en el mismo



Presencia en 85 centros  
85 unidades





**Pescadería El Cantábrico (Madrid)**  
Se enviaron pinchos de hielo.



**Pescadería Félix (Irún).** Se enviaron de hielo.

# MATERIALES WELCOME KIT

- Fuente cerámica personalizada
- Tarjeta de bienvenida
- Delantal
- Nevera



@shoothercook – 26/10



shoothercook • Seguir  
Campbell • Beat Goes On (Rhythm to the Brain)

shoothercook 🐟TACOS🐟 CON CORVINA CRIANZA DE NUESTROS MARES  
Una forma divertida y sabrosa de comer pescado 🐟 GUÁRDATE la receta y disfrútala 🐟

🐟 Crianza de Nuestros Mares 🐟 es un sello de origen, que encontrarás solo en las lubinas, doradas y corvinas que han sido criadas en nuestras costas con los mayores estándares de calidad ¡Y no hay pescado más fresco que el de nuestros mares!

¿Y CÓMO SABER SI ES FRESCO?  
🐟 Ojos salientes y transparentes

Les gusta a louloulopezjournalist y 589 personas más  
OCTUBRE 26

Añade un comentario... Publicar

@virutasdelimon – 5/11



virutasdelimon • Seguir  
Of Monsters and Men • Sugar in a Bowl

virutasdelimon ¿Preparamos un POKE BOWL? 🐟

Me encanta la comida tan colorida 🐟 Y más si está tan rica de nutrientes y es tan completa. En casa nos encanta, por su versatilidad y porque está riquísimo 🐟

Para mí, los dos ingredientes clave son:

- 🐟 El arroz, preparado al estilo sushi, un must!
- 🐟 El pescado, marinado y crudo o cocinado.

En este bowl he optado por pescado marinado. ¡A quedan bien varios!

126 Me gusta  
NOVIEMBRE 5

Añade un comentario... Publicar

Durante el año 2022 mantuvimos la estrategia de sorteos realizada en 2021. Este año apostamos por variedad de premios asociados a la preparación del pescado con sello Crianza de Nuestros Mares, evocando a distintos momentos de consumo de acuerdo a la temporada del año.

Los resultados fueron favorables, ya que pudimos crecer en seguidores que, además permanecieron interesados en los contenidos compartidos en cada canal. A continuación los resultados obtenidos por sorteo entre los 3 canales:



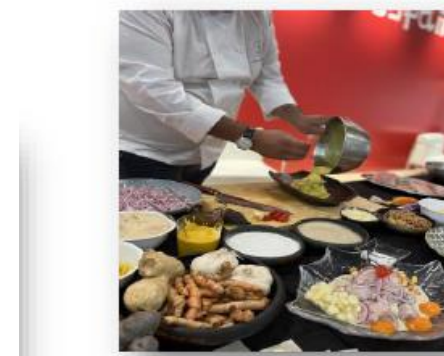
- Youtube
- TVs online: AtresPlayer, miTele
- Geolocalización (Tap tap)



<https://youtu.be/9kurfsEqcKA>

# TALLER DE CEVICHE

➔ LUGAR: Salón Gourmet de Madrid  
17/4/2022





# MATERIALES

- Recetario que explica las recetas realizadas durante el taller por el cocinero Miguel Valdiviezo



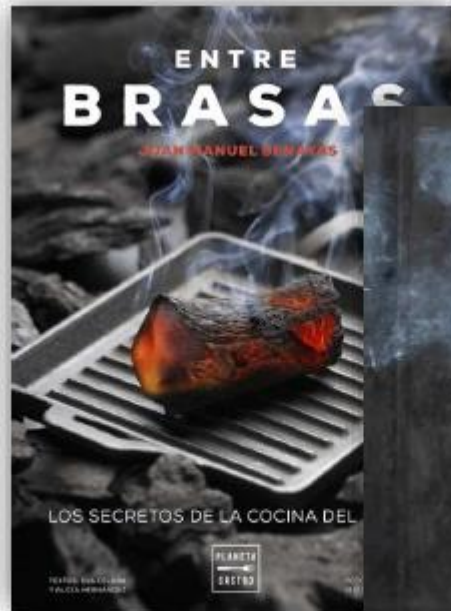
## LECHE DE TIGRE

La leche de tigre es la salsa que da vida al ceviche peruano. En principio era el jugo resultante del ceviche, consumido a menudo como bebida reconstituyente, pero la leche de tigre se ha convertido en un aderezo de intenso sabor y refrescante, imprescindible para la elaboración del plato emblemático de Perú, y también de una bebida que se sirve como aperitivo o tentempié.



# TALLER “BRASAS Y PESCADOS” de la mano de Juan Manuel Benayas

➔ LUGAR: Picalagartos Sky Bar & Restaurant  
FECHA: 20/6/2022



# FOTOS TALLER



## To consider...

- Campaigns are extremely important
- Collective actions in AFOs
- Big investment in publicity
- Requires support from Ministry
- It may take more than 10 years to see good results
- Communication, transparencies and personal experiences are they key of success
- Cooperation with extract fisheries sector and the value chain

