

## **Primer premio a la mejor campaña europea de comunicación al público en 2014 al proyecto de Asaja-Syngenta sobre la PAC**

Noticias y eventos  
04.02.2015



Más de 300 periodistas y expertos en comunicación de toda Europa distinguieron el pasado jueves en Bruselas, en la gala de los Cap Communication Awards, a la campaña 'Política Agrícola Común. Futuro para los agricultores, futuro para la sociedad', liderada por la asociación de jóvenes agricultores española (Asaja) de Sevilla en colaboración con Syngenta y otros participantes, como la mejor campaña de comunicación al público en 2014.



Con este proyecto se ha perseguido "fomentar un debate en profundidad para aumentar la conciencia pública sobre la importancia del papel de los agricultores y de la PAC y reforzar la legitimidad de un modelo agrícola europeo en consonancia con los intereses de los ciudadanos y los contribuyentes".

Desde abril de 2013 a marzo de 2014 más de cinco millones de españoles y portugueses, fundamentalmente de ámbitos urbanos, tuvieron más cerca el campo y pudieron conocer de primera mano que "los mares de olivos, las extensiones de girasol, nuestra excelente ganadería, nuestros frutales, y las interminables tablas de arroz de la marisma son fruto del tesón y el esfuerzo de miles de agricultores y ganaderos que, con su trabajo, y gracias al respaldo de la Política Agrícola Común, cultivan esos campos que conforman nuestro paisaje, nos proporcionan alimentos sanos y de calidad, garantizan la biodiversidad y un medio ambiente equilibrado, y además, generan empleo y contribuyen a mantener un mundo rural poblado".

Durante la ceremonia de los premios, el comisario europeo de Agricultura y Desarrollo Rural, el irlandés Phil Hogan, quien entregó el galardón al coordinador del proyecto de Asaja-Sevilla, José Fernando Robles destacó "la brillante combinación de acciones de comunicación de este proyecto, que, como afirmó, ha contribuido a mejorar el grado de cocimiento de los europeos sobre la agricultura y la PAC".



Asaja-Sevilla ha agradecido y compartido este premio con todos los colaboradores de la campaña, entre ellos Syngenta, empresa que "con su apoyo han demostrado una vez más su apuesta decidida por la agricultura y por el futuro del sector agrario europeo".

## **EL DESCONOCIMIENTO SOBRE LA PAC, ORIGEN DE ESTA INICIATIVA**

---

La campaña 'Política Agrícola Común. Futuro para los agricultores, futuro para la sociedad' se gestó "tras la constatación oficial del desconocimiento general sobre la Política Agrícola Común (PAC), que pese a los indudables progresos de los últimos años es aún una gran desconocida para los ciudadanos españoles, tal como ponía de manifiesto el Eurobarómetro de la Comisión Europea de marzo de 2010, que reflejaba que pese a que el 92 por ciento de los españoles consideraba que 'la agricultura es un sector importante y estratégico', el 67 por ciento afirmaba que 'no había oído hablar nunca de la PAC'.

Este "preocupante desconocimiento" sobre la agricultura y la PAC empujó a Asaja-Sevilla y a empresa como Syngenta a plantear una campaña de comunicación integral para trasladar a todos los ciudadanos el papel crucial que desempeña la PAC "como instrumento para impulsar este sector estratégico".

En el ámbito de este proyecto se desarrollaron diversos actos en Sevilla, Soria, Pamplona, Palma de Mallorca, Santarem, Lisboa y Bruselas. Se organizaron cinco muestras de "El campo en la ciudad" (Sevilla, Soria, Pamplona, Palma de Mallorca y Santarem), una Conferencia Internacional (Sevilla), un concurso europeo de fotografía.

Todas las experiencias y actividades de la campaña, difundidas también a través de Internet y de las redes sociales, "han encontrado un notable eco en los medios de comunicación españoles y portugueses que han contribuido a trasladar y amplificar el mensaje de que la PAC, el instrumento fundamental para el desarrollo de nuestra agricultura, es una política para todos los ciudadanos europeos, pues a todos beneficia".

Así, Asaja ha apuntado que "en el último año se ha constatado un cambio en la percepción, tal como refleja el último Eurobarómetro de la Comisión Europea sobre la PAC y la agricultura, publicado en 2014". En esta encuesta, la PAC "resulta ya un poco más familiar para los españoles, puesto que el porcentaje de españoles que no ha oído hablar nunca de la PAC se ha reducido hasta el 45 por ciento, lo que supone una sustancial mejora en el conocimiento de esta política a la que Asaja-Sevilla y Syngenta esperan haber contribuido con esta campaña de comunicación".

## **Acerca de Syngenta**

Syngenta es una de las compañías líderes mundiales en el sector agrícola con más de 27.000 empleados en más de 90 países que trabajan bajo un mismo propósito: Incorporar a la vida el potencial de las plantas. A través de la investigación y desarrollo de alcance global y al compromiso con nuestros clientes contribuimos a incrementar la productividad de los cultivos, a proteger el medio ambiente y a mejorar la salud y la calidad de vida. Para más información sobre nosotros visite [www.syngenta.com](http://www.syngenta.com) o [www.syngenta.es](http://www.syngenta.es)