- **PROGRAMA FEDER – ANDALUCÍA 2021- 2027 OPERACIÓN: PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA DE LA X EDICIÓN DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS, A CELEBRAR EN HUELVA DEL 18 AL 19 DE JUNIO DE 2025.A411CD21AR0009, Programa: A4 Programa FEDER de Andalucía 2021 – 2027. Prioridad: P1A. Transición digital e inteligente. Objetivo específico: RSO1.3 El refuerzo del crecimiento sostenible y la competitividad de las pymes y la creación de estas empresas, también mediante inversiones productivas (FEDER).** Tipo de acción: D. Apoyo a la internacionalización de la economía andaluza y captación de inversiones extranjeras. Ámbito de intervención: 21. Desarrollo empresarial e internacionalización de las pymes, incluidas las inversiones productivas. Medida: A411CD21AR Apoyo a la internacionalización de la economía andaluza y captación de inversiones extranjeras, impulsando la internacionalización de las pymes andaluzas. Descripción: La agroindustria es un sector de primera magnitud en la economía andaluza que en los últimos años, se ha visto afectada por los efectos de la crisis derivada del encarecimiento de los insumos (materia prima, combustible, etc.), la sequía y los efectos de la guerras de Ucrania y de la franja de Gaza. Ello ha implicado, entre otras, una disminución del número de empresas y del empleo generado. En el sector se da un predominio de empresas de pequeña dimensión que han resultado particularmente afectadas por la gravedad de la actual crisis, problemática que se une a la escasa proyección de la actividad de las empresas hacia la Internacionalización. Aún existe un altísimo porcentaje de PYMEs y microempresas que deben replantear su estrategia de competitividad, ampliando su base de clientes y productos para poder concurrir fuera de nuestras fronteras. Parte de las dificultades que se pueden encontrar las pymes agroalimentarias que están inmersas en la internacionalización, o que quieren abordarla próximamente, es la dificultad para identificar potenciales socios y oportunidades de negocio en otros países, siendo este uno de los obstáculos clave con los que tropiezan las empresas. A pesar de los avances que ha posibilitado Internet, se hace necesario reforzar el apoyo a las empresas de nuestra agroindustria, a través de acciones de promoción y eventos específicos dirigidos a generar nuevas oportunidades de negocio e impulsar las relaciones comerciales y la internacionalización de sus empresas. La extensa y acreditada experiencia de la empresa organizadora de esta acción en eventos que son líderes mundiales dentro de su sector, y basados en una propuesta transformadora e innovadora como la que plantea X EDICIÓN DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS 2025 avalan su capacidad para reunir, de una parte, a lo más selecto del panorama gastronómico mundial y, de otra, a un importante elenco de empresas de distribución y comercialización de productos agroalimentarios y pesqueros, lo cual acrecienta el interés de X EDICIÓN DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS 2025 como acción de valor estratégico para la promoción de unos sectores en situación de vulnerabilidad debido a la coyuntura de los últimos meses. Las actuaciones necesarias a acometer son: Contratación del patrocinio institucional por parte de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía (en adelante la

Consejería), al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad, de la II edición del eventoX EDICIÓN DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS2025 **, contemplando: 1-Patrocinio de una ponencia en Auditorio principal (35,7%) Supone un 35,71% del presupuesto total.**

- **El patrocinio exclusivo de esta ponencia asegura una plataforma de alto impacto para la promoción de los productos andaluces y la marca "Gusto del Sur".** Centrada en la realidad del sector y en la problemática ante un escenario de subida de aranceles, problemas de incremento de costes, agua, insumos y otras problemáticas para abrirse a nuevos mercados .Así como ocasión para el debate y el análisis de las principales inquietudes, preocupaciones y retos del sector de los berries y una ocasión para visibilizar la fortaleza,unidad y la firme apuesta de todos sus actores por la sostenibilidad, la innovación y el compromiso social y económico con la provincia de Huelva. Se convertirá en una ocasión única para medios de comunicación, profesionales del sector y asistentes. La elección de dicha ponencia será consensuada previamente con AGAPA .Por su parte la atención de los asistentes, los medios de comunicación participantes e instituciones nacionales internacionales , permitirá difundir los valores de calidad, tradición e innovación asociados a la marca. Además, servirá para conectar directamente con importadores, distribuidores y otros agentes clave, incrementando las oportunidades comerciales para las pymes andaluzas del sector de los berries.**2.Patrocinio de espacio | Casa Colón de Huelva .** Se consolida de esta forma como el principal evento en torno a los frutos rojos, con la asistencia de más de 1.600 personas, así como por la alta ocupación de su espacio expositivo, con más de medio centenar de firmas, que han nutrido con las principales novedades de sus productos y servicios las dos jornadas del evento.Este espacio expositivo: con una previsión de ocupación de unos 50 stands de empresas expositoras proveedoras del sector: obtentores de variedades, maquinaria, I+D+i, transporte y logística, sistemas de innovación y un largo etcétera de firmas comerciales que encuentran en esta cita un espacio para la difusión de su productos y actividad y un punto de encuentro exclusivo con los productores y exportadores de los frutos rojos.Para esta finalidad se habilitarán zonas específicas en los mismos jardines de la Casa Colón así como en el Patio de Guirnaldas, el Patio de Bolas y la Sala Tinto. Contará así mismo con un Escenario principal: en el mismo auditorio de la Casa Colón, con un aforo de 800 butacas, se impartirán los contenidos de mayor relevancia del panel técnico del Congreso como la conferencia inaugural, el acto de inauguración o cualquier otro contenido de relevancia como los referidos premios Fresa.Las salas a A y B: con capacidad entre ambos espacios para unas 150 personas, destinadas a acoger conferencias técnicas, presentaciones comerciales y otros contenidos de interés para el sector de la mano de partners, expositores y patrocinadores del evento.La Sala Odiel: destinada a los encuentros Be to Be y al programa de internacionalización y el Salón de brazos habilitado como lugar para encuentros institucionales y reuniones de alto nivel.Todo ello supone un escenario de vital importancia para el desarrollo del Congreso dónde la Marca "Gusto del Sur"una vez más respaldará la innovación del sector ,los esfuerzos de

comercialización y la apertura de nuevos mercados internacionales .3.Contraprestaciones Generales. Incluirán:. la Presentación del acuerdo como patrocinador institucional con Freshuelva que podrá ser presentado en el transcurso de un acto oficial que incluirá convocatoria a los medios de comunicación. Dicho acto podrá celebrarse en las instalaciones de la propia institución patrocinadora, también se podrá optar por comunicar este acuerdo a través de un de comunicado de prensa.• La Participación Intervención, si procede, de un representante de la institución en los actos determinados.para tal fin como presentaciones oficiales, acto inaugural o clausura.• Aplicación de marca con colocación del logotipo en todos los soportes y espacios disponibles relacionados con celebración del 10º Congreso Internacional de Frutos Rojos compartiendo línea visual con Freshuelva y con el resto de patrocinadores institucionales y de primer rango.• Presencia de marca en espacios y soportes como en la documentación oficial de presentación y comercialización del 10º Congreso Internacional de Frutos Rojos, en el photocall oficial, en el escenario principal y secundarios, en las pantallas de seguimiento, en la web del evento, programa de contenidos, cartelería oficial, materiales de difusión, en las notas y convocatorias a la prensa y en las piezas publicitarias online y offline salvo en cuñas radiofónicas.

Este patrocinio proporciona una gran exposición mediática y vincula la marca con la excelencia gastronómica. La ejecución incluye un informe final de cumplimiento de los requisitos indicados. Coste total: 48.400,00€. CUARENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS EUROS (IVA INCLUIDO) % Cofinanciación: 85 % UE Gestor del proyecto: Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía .