

El Gobierno regional apuesta por la colaboración público privada para relanzar los alimentos madrileños y fomentar el impulso del sector tras la pandemia

---

## Díaz Ayuso firma un convenio con grandes superficies para promocionar los alimentos madrileños

- Se han confeccionado 1.000 lotes de cestas navideñas con productos autóctonos para la venta *online* y en grandes superficies
- El Ejecutivo regional asegura al producto *Kilómetro 0* un lugar preferente en los 1.433 establecimientos que participan en esta iniciativa
- La industria madrileña de la alimentación cuenta con cerca de 1.700 empresas y una facturación de 6.000 millones de euros

**15 de diciembre de 2020.-** La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, ha firmado hoy un protocolo con una decena de grandes superficies y distintas asociaciones empresariales del sector de la agroalimentación para la promoción de productos madrileños, los denominados *Kilómetro cero*, tanto en los hipermercados como supermercados que operan en la región. “Hoy es un día muy importante porque vamos a hacer más fácil que los alimentos de nuestra tierra lleguen a todos los hogares de todos los madrileños”, ha señalado.

En palabras de la jefa del Ejecutivo autonómico, en la región hay “productos de gran calidad” como el aceite, los quesos, el vermut, la cerveza, los dulces y embutidos. “Y por supuesto, los vinos. Estamos produciendo vinos cada vez de mayor calidad. Tanto, que Madrid se acaba de incorporar a las Rutas del Vino de España”, ha recordado Díaz Ayuso.

Con la firma de este convenio, que estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2024, el Gobierno regional asegura un lugar preferente para los productos de Madrid en el Canal Moderno de Distribución, que contempla los lineales de los 1.433 establecimientos que representan al 80% de hipermercados y supermercados en la Comunidad de Madrid. El objetivo es darle una mayor visibilidad y garantizar que llegarán a un número más amplio de consumidores.

### CAMPAÑA PARA NAVIDAD

Durante el acto en la Real Casa de Correos, en el que ha estado acompañada de la consejera de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y Sostenibilidad, Paloma Martín, la presidenta de la Comunidad ha presentado también la campaña de promoción del producto madrileño bajo el lema *Esta Navidad*

¡Cómete Madrid! que impulsa el Ejecutivo regional, precisamente, para estas fechas.

En colaboración con ocho supermercados y cuatro asociaciones que forman el denominado Canal Moderno de Distribución, se pondrán a la venta 1.000 cestas y lotes navideños 100% Madrid. La campaña se extiende al formato *online* a través de la página web <https://yocomomadrid.com/>, donde se podrán adquirir las cestas de Navidad elaboradas exclusivamente con productos madrileños y que también se pueden conseguir en las grandes superficies. La web lleva en funcionamiento 15 días y ha recibido un total de 6.000 visitas.

Además, la intención del Gobierno regional es que esta campaña sirva de ejemplo para otras cadenas del sector y que se sumen a la iniciativa de cara al próximo año. Asimismo, busca dar cada vez más visibilidad a la Comunidad de Madrid como tierra productora de alimentos de primerísima calidad.

Se trata, en definitiva, de una acción que garantizará a los productores de la región una mayor competitividad y facilitará las transacciones en la industria alimentaria a partir de un uso adecuado de la sostenibilidad, la innovación y una adecuada comercialización de los productos.

El protocolo se ha firmado con la Asociación Empresarial de Industrias Alimentarias de la Comunidad de Madrid (ASEACAM), la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED), la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES), la cooperativa de alimentación UNIDE, y las compañías Alcampo, Carrefour, DIA, El Corte Inglés, Eroski, Hiber, La Única, Lidl, Makro y Sánchez Romero.

## **APOYO A UN SECTOR ESTRATÉGICO**

Esta es la primera de varias acciones conjuntas incluida dentro de un marco de colaboración estable con el Canal Moderno de Distribución, para respaldar al sector alimentario madrileño, cuya facturación ha sufrido un descenso de cerca del 30%. Ello ha estado motivado, principalmente, por la caída del comercio y del turismo, de la exportación y del canal HORECA, el confinamiento sufrido durante la pandemia y las restricciones a la movilidad derivadas de las mismas.

Por este motivo, el Ejecutivo regional aprobó, entre otras medidas, 3 millones de euros gracias a los cuales las industrias del sector podrán recibir una ayuda directa de hasta 50.000 euros. Además, hay unas líneas específicas que se destinan a la industria alimentaria, microempresas, pymes y medianas empresas, por un valor de de 3,5 millones de euros, para incentivar las inversiones en transformación, comercialización y desarrollo de sus productos para ser más competitivos.



# Medios de Comunicación

La industria madrileña de la alimentación cuenta con cerca de 1.700 empresas que facturan más de 6.000 millones de euros al año, lo que supone el 13% de las ventas del producto industrial regional, y genera de forma directa o indirecta cerca de 100.000 empleos.

Además, la región acoge algunas grandes industrias del sector con fuerte poder exportador, lo que le permite alcanzar los 1.400 millones de facturación exterior. No obstante, la mayor parte de estas empresas madrileñas son de tamaño pequeño o mediano y obtienen el 70% de su facturación en la Comunidad de Madrid.