

SYNPTNC lanza una campaña en RRSS para concienciar a los jóvenes sobre la realidad de los productores de alimentos

[Multimedia](#)

Bajo el título 'En Plan', y utilizando como gancho esta muletilla a través de unos vídeos elaborados por personajes de la generación, la iniciativa 'Si Yo No Produzco Tú No Comes' pretende mostrar a los jóvenes la importancia de los productores de alimentos para la sociedad

Con un enfoque fresco, cercano y adaptado al lenguaje de las nuevas generaciones, 'Si yo no produzco, tú no comes' lanza una nueva campaña en RR. SS. denominada 'En Plan', y que está diseñada para despertar el interés de los jóvenes sobre la realidad de los productores de alimentos en España. Esta innovadora iniciativa busca concienciar sobre la importancia de los productores de alimentos, destacar las oportunidades de vida en las zonas rurales, y fomentar un diálogo entre el campo y las nuevas generaciones de las grandes ciudades.

Con el título, 'En Plan', como gancho y utilizando esta "muletilla", a través de unos vídeos elaborados por personajes de la generación 'En Plan', la campaña muestra a los jóvenes la importancia de los productores de alimentos para la sociedad. El propósito es hacer que estos mensajes resuenen en plataformas como TikTok, Instagram y YouTube, los principales canales de comunicación de la juventud. Esta iniciativa pretende romper con la desconexión entre los entornos urbanos y rurales, mostrando que los pueblos no solo tienen una rica historia y tradición, sino también un gran potencial de futuro, porque es de donde habitualmente vienen los alimentos que se consumen en las grandes ciudades.

La campaña nace de una convicción clara: los jóvenes no son solo espectadores, sino los actores clave para garantizar el futuro del campo, de los pueblos y de la producción de alimentos. Representan una generación con un enorme potencial y una gran sensibilidad hacia el medio ambiente, pero para que esa conexión ocurra hay que hablar su idioma, aparecer en sus plataformas y adoptar las formas en las que hoy se comunican y relacionan, y esto es lo que hacen con esta campaña, 'En Plan'.

Si no logran llegar a "la generación En Plan", perderán la posibilidad de mostrar el verdadero relato de los productores de alimentos y del medio rural, porque otros, que viven en zonas urbanas y que trabajan diariamente por desprestigiar la reputación del sector alimentario, les harán llegar mensajes distorsionados e interesados, que nada tienen que ver con la realidad. Porque, en definitiva, son ellos quienes decidirán cómo alimentarse, cómo cuidar del entorno y cómo construir un mundo más equilibrado entre lo rural y lo urbano.

Con 'En Plan', quieren demostrar que no se trata solo de preservar el medio rural, sino de potenciarlo y dignificarlo. Y, para ello, necesitan a los jóvenes: sus ideas, su energía y su capacidad para transformar el presente y construir el futuro.

La campaña pretende que los propios jóvenes sean los embajadores de esta realidad. Sus historias tienen el poder de inspirar a sus iguales, desmontar prejuicios y, lo más importante, abrir los ojos sobre lo que el campo ofrece a la ciudad.

Las organizaciones que apoyan esta iniciativa son 57 y puede consultarse en www.siyonoproduzcotunocomes.com. Entre ellas: Elanco, Trops, SIG Iberia, Central Lechera Asturiana, Foro Interalimentario, Meat Attraction y Fruit Attraction – IFEMA, Interfish, Massey Ferguson, Banco Sabadell, 5 al día, Acor, Agragex, Agrobank, Anove, Aseacam, Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos, Bayer, CarniMad, CCUIAF, Cepesca, Colvema, Consejo General de Colegios Oficiales de Ingenieros Agrónomos, Consejo General de Colegios Veterinarios de España, Cooperativas Agro-alimentarias Castilla la Mancha, Cooperativas Agro-alimentarias Andalucía, Cooperativas Agro-alimentarias Valencia, Cooperatives Agro-alimentàries Illes Balears, Emcesa, FIGAN y FIMA – Feria de Zaragoza, Garlan, Huercasa, Interpalm, Interporc, Konfekoop, Luxeapers, Okin, Octaviano Palomo, Pesca España, Rijk Zwaan Ibérica, Selectos de Castilla, Topigs Norsvin, Urcacyl, UDAPA, Hispatec, UPA, Anice, COAG, BASF, CMR, SAKATA, SEPOR Lorca, Consejo General de Colegios Oficiales de Ingenieros Técnicos Agrícolas de España, Asaja, A.C. Valle del Jerte, Fenacore, Fundación CESFAC y Syngenta.

Si se quiere conocer más de esta iniciativa, es posible obtener información en la página web www.siyonoproduzcotunocomes.com.

Sobre SYNPTNC

'Si Yo No Produzco, Tú No Comes' es una iniciativa de Agrifood Comunicación y Cooperativas Agro-alimentarias de España que desarrolla un proyecto colaborativo de comunicación y relaciones públicas para mejorar la reputación de los productores de alimentos y concienciar a la sociedad de la importancia del sector agroalimentario.
