



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA



PROGRAMA EUROPEO DE PROMOCIÓN DE LA CARNE DE LECHAL, CORDERO Y CABRITO EN ESPAÑA Y EN HUNGRÍA (2018-2020)

DOSSIER DE PRENSA



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA

Inter
—OVIC
ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL
AGROALIMENTARIA DEL OVINO Y EL CÁRICO

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS
CAMPañAS QUE PROMUEVEN LA
PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE






NUEVA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL OVINO Y CAPRINO: “LA CARNE MÁS NATURAL Y SOSTENIBLE”

La Organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y el Caprino (INTEROVIC) va a continuar gestionando la promoción de la carne de lechal, cordero y cabrito gracias a un nuevo programa europeo (2018-2020) con un objetivo claro: seguir trabajando en el incremento del consumo y en la modernización de imagen de producto, pero con una importante novedad, aumentar ventas y valor destacando su carácter sostenible.

Un valor que se comunicará, tanto por los beneficios ambientales, sociales y que ejerce sobre el territorio, como por constituir un sector que produce la carne más natural debido a su método extensivo de producción tan ligado al origen y al pastoreo.

Así, tras el intenso trabajo realizado durante el pasado programa europeo de promoción (2015-2018), el primero en la historia del sector, ahora, tanto la Interprofesional como la UE, han decidido dar un paso más allá y éste pasa por situar esta nueva campaña en el citado nuevo horizonte: que el consumidor conozca y valore uno de sus puntos fuertes: la sostenibilidad.

PROGRAMA MULTIPAÍS

Puesto que sus intereses y necesidades son comunes, las Interprofesionales de España y Hungría, tras numerosas reuniones en Bruselas, y después de compartir los desafíos de ambos países en este sector tomaron la decisión de trabajar juntos en un plan de promoción multipaís.

Con el lema: “Campaña europea de promoción de la carne de cordero y cabrito en España y Hungría”, el programa será gestionado por la Interprofesional INTEROVIC y su homóloga húngara, la JKTTSZ, en los mercados interiores de ambos países comunitarios.

Uno de los principales objetivos de este programa, por tanto, es que los **consumidores** sean más conscientes del origen natural y métodos diferenciadores de esta ganadería extensiva, un pilar sobre el cual la carne de lechal, cordero y cabrito debe impulsar también su competitividad.

De hecho, **la propia UE asegura que “España tiene un potencial de crecimiento del consumo en su mercado interior** -tras 15 años de descensos- con una coyuntura favorable para que continúe al alza. Y esto es una realidad gracias a la primera campaña de promoción que se llevó a cabo los últimos tres años”.

Respecto de Hungría, indica que “cuenta con un gran potencial de crecimiento ya que es uno de los pocos países de la UE que ha experimentado un incremento en la producción de carne de ovino, lo que es una excepción en comparación con el rendimiento global del resto de productores de la UE”.



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA



CONSOLIDAR EL CAMBIO DE TENDENCIA DE CONSUMO DE CARNE DE CORDERO, UN SECTOR QUE MIRA AL FUTURO

Según las últimas estadísticas de FAOSTAT, el consumo mundial de carne de ovino y caprino ha aumentado un 18% en el período 2000-2011. Pero en el mismo periodo, en Europa, el consumo ha disminuido en 300.000 toneladas aproximadamente.

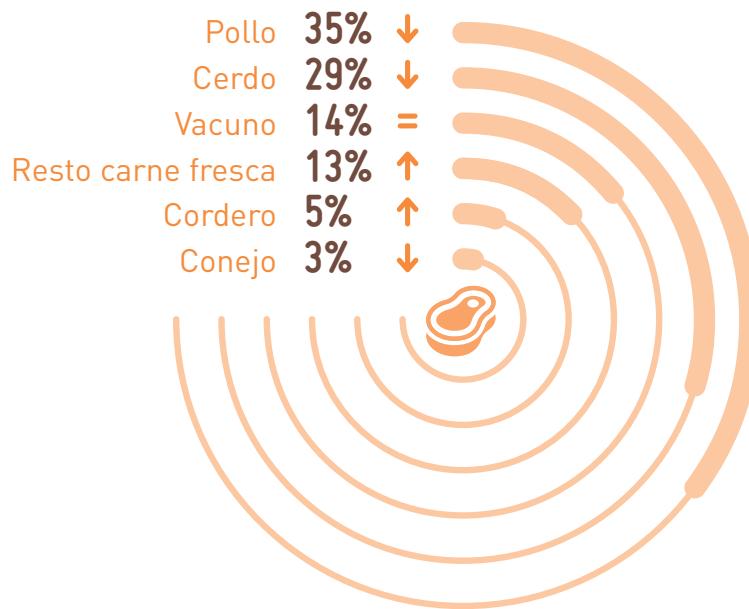
En la UE, durante los últimos 15 años, el consumo per cápita se redujo en un 40% de 3,6 kg en 1999 a 2,8 kg en 2015, mientras que el consumo promedio anual de carne per cápita es de 82,8 kg, lo que significa que representa el 2,8%.

En España, el consumo per cápita es de alrededor de 3,6 kg, mientras que en el caso de Hungría, es más bajo (0,1-0,2 kg) que la media europea (2,3 kg), concentrándose en ambos casos a festividades y celebraciones.

Ahora bien, tras la pasada campaña que INTEROVIC desarrolló en España, con la modernización de producto a la cabeza, con nuevos usos y presentaciones, hay que destacar que:

En el último año el cordero ha entrado en el 79% de los hogares frente al 51% de 2013.

SE APRECIA UNA MEJOR EVOLUCIÓN DEL CORDERO Y LAS ESPECIALIDADES



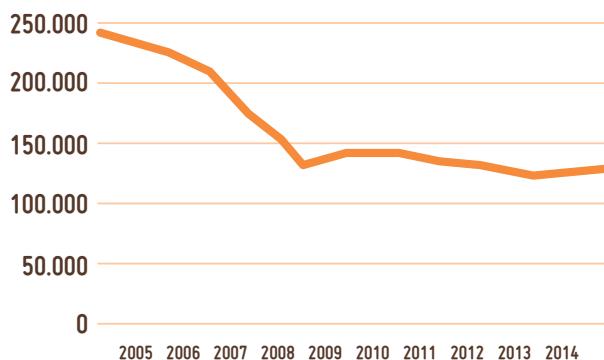
Fuente: Nielsen Scantrack + Homescan – Total Mercado: (Hipermercados + Supermercados + Tradicional + Especialista) – Año 2015



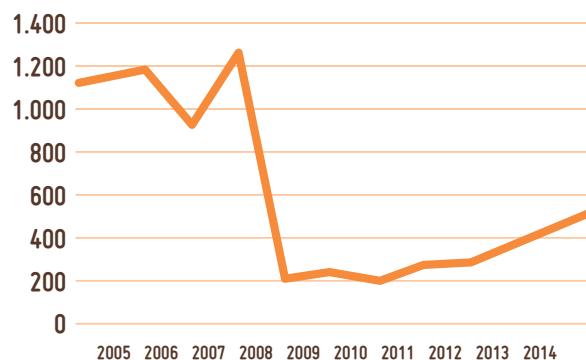
Para mantener esta evolución positiva durante esta nueva campaña se incorporan los valores de la sostenibilidad a través de estas líneas de trabajo:

- Comunicación: Relacionar cada vez más la carne de lechal, cordero y cabrito entre los consumidores de España y Hungría gracias a sus beneficios relacionados con la producción sostenible y el origen natural de la carne.
- Distribución: Aumentar e ir consolidando la presencia de los nuevos cortes en la Distribución y canal HORECA.
- Marketing: Consecuencia de las acciones anteriores de comunicación y desarrolladas en la Distribución, se espera un aumento en el consumo anual de, al menos, un 0,2%.
- **En España**, transcurridos los tres años de promoción, el objetivo es aumentar el nivel de mejora de la percepción del producto hasta un 42% en comparación con 2016. Cabe recordar que el último estudio sobre hábitos de consumo de carne de cordero realizado en 2016 en España por Ikerfel, en el 76% de los hogares españoles se había consumido carne de cordero.
- **En el caso de Hungría**: el aumento en la mejora de la percepción de la carne de cordero se estima en un 10% en estos tres años de campaña.

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN ESPAÑA
MILES DE TONELADAS



EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN HUNGRÍA
MILES DE TONELADAS



Fuente: Eurostat



LA SOSTENIBILIDAD: EL PILAR ESTRATÉGICO DE LA CAMPAÑA

Consumir carne de cordero es sano, es sabroso y sobre todo es sostenible. Y es que detrás de un filete de pierna, unas brochetas, unos churrascos, un tournedó o una hamburguesa se encuentra posiblemente el sector ganadero extensivo que mejor mantiene vivo y activo el medio rural.

La sostenibilidad de la carne de lechal, cordero y cabrito se fundamenta en los beneficios **ambientales, sociales y económicos** que esta ganadería y el pastoreo ejercen sobre territorios y paisajes. Beneficios **que también llegan al consumidor** consecuencia de este método de producción con una carne natural y sostenible.



AMBIENTALES

- El pastoreo de cabras y ovejas es necesario para el mantenimiento de las zonas de montaña, las dehesas, los pastos, etc.
- El pastoreo se integra en espacios desfavorecidos y contribuye a su conservación, los enriquece y previene algunos de sus riesgos más patentes, sobre todo los incendios forestales.
- Por su bajo uso de insumos (alimentos comprados, energía, fertilizantes, pesticidas, etc.) proporcionan múltiples servicios de los ecosistemas, tanto materiales y de mercado (alimentos) como inmateriales para el beneficio público y sin valor de mercado.
- Estos servicios ecosistémicos benefician a toda la sociedad y se relacionan directamente con el buen funcionamiento de los pastos: agua limpia, aire puro, suelo fértil, hábitats en buen estado de conservación, biodiversidad, etc.



SOCIALES

- **Fija a la población en el medio rural** gracias al mantenimiento de esta actividad económica.
- **Relevo generacional: nuevas incorporaciones de jóvenes y mujeres.** Ejemplo: En algunas zonas (Valles de Ansó o Hecho, en Huesca) está habiendo nuevas incorporaciones de ganaderos y ganaderas jóvenes a la ganadería de ovino.
- **Mujeres:** El sector ovino y caprino ofrece grandes oportunidades a la incorporación de la mujer a la actividad agraria, colectivo fundamental para dinamizar y renovar las explotaciones ganaderas.
- **Cultural:** España cuenta con **25.000km de vías pecuarias**, un patrimonio cultural muy notable tanto construido (chozos, fincas, esquileos, descansaderos, abrevaderos, construcciones de piedra seca, etc.) como artístico (pinturas, literatura, obras musicales, etc.) e inmaterial (tradición oral, canciones tradicionales, danzas, leyendas, etc.). Una manera de honrar este legado es manteniendo los sistemas productivos y, por tanto, impulsando el consumo.



ECONÓMICOS

- El sector ovino y caprino representa el 6,7% de la producción ganadera y el 1,9% de la producción final agraria.
- España es el segundo productor de carne de cordero de la UE con un 20% de cuota de mercado (el ranking lo encabeza el Reino Unido con un 27%).
- En la actualidad existen en nuestro país **unas 86.500 explotaciones de ovino de carne y cerca de 55.000 de caprino de carne**. Se estima que pueden dar empleo a más de **medio millón de personas** constituyendo un pilar clave para la supervivencia del medio rural.





BENEFICIOS PARA EL CONSUMIDOR

- **Alimentos de mayor calidad que los producidos industrialmente:** basados en el pastoreo, sistemas de manejo concreto, con **razas autóctonas adaptadas al territorio**, con particularidades según su origen, denominaciones protegidas, etc.
- **Alimentos más responsables con el medio ambiente: producidos cerca de los consumidores,** utilizando recursos que no compiten con la alimentación de las personas, reduciendo costes e impactos derivados del transporte, utilizando poca energía, consumiendo menos agua, aprovechando los residuos.
- **Alimentos más saludables,** procedentes de **animales en contacto con el medio**, criados en exterior, que se mueven, con mejor perfil de ácidos grasos...
- **Alimentos más seguros, la producción local supone que esos alimentos van a seguir estando disponibles incluso en situaciones de emergencia o complicadas.** Son más independientes de las fluctuaciones de los mercados y de coyunturas puntuales.
- **Alimentos que contribuyen a una economía circular:** **los residuos se aprovechan** para mejorar la fertilidad de los pastos y su capacidad de captar carbono, tan importante para luchar contra el cambio climático, el nivel de insumos es muy inferior, las cabras y ovejas aprovechan residuos de cosecha de forma muy eficiente.

CONTRIBUCIÓN DE LA GANADERÍA DE RUMIANTES AL EFECTO INVERNADERO EN ESPAÑA (% CONTRIBUCIÓN DE LAS EMISIÓN TOTALES EN CO₂ EQUIVALENTE)



Fuente: Ministerio de Medio Ambiente (2007) UPV (2006)



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA



NUESTROS CORTES MÁS SOSTENIBLES

Si durante el pasado programa de promoción, la modernización de la imagen de producto a través de la introducción en el mercado de los nuevos cortes, fue el eje fundamental, en esta nueva campaña se pretende **ligar el consumo de esta carne a la sostenibilidad**.

Así, se persigue aumentar la presencia de los nuevos cortes de carne de cordero en la Distribución y el canal HORECA pasando de un 31% actual (2016) a un 37% en tres años en España. Y de un 5% a un 10% en Hungría en el canal tradicional.

Además, **se espera aumentar la presencia de los nuevos cortes en el canal HORECA un 10%** en ambos países.



TOURNEDÓ DE
CORDERO
A LA PREVENCIÓN
DE INCENDIOS



CHULETILLAS
PARA CONSERVAR EL
ENTORNO RURAL



HAMBURGUESA DE
CORDERO
PARA FRENAR EL
CAMBIO CLIMÁTICO



CHURRASQUITOS DE
CORDERO
PARA FOMENTAR
LA BIODIVERSIDAD



CÓMO CONTRIBUYE EL SECTOR AL MANTENIMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE, PAISAJE Y TERRITORIO: INDICADORES DE COYUNTURA

PREVENCIÓN DE INCENDIOS

- En España hay 8.000.000 de ovejas y más de 600.000 cabras productoras de carne que, al cabo del año, podrían mantener libre de incendios casi un millón y medio de hectáreas de bosques y matorrales.
- Un rebaño de ovejas y/o cabras de carne puede mantener entre 90 y 2.500 hectáreas de pastos, matorrales y bosque, con una media cercana a las 900 Has.
- Si estas superficies se eligieran para actuar como zonas cortafuegos podrían contribuir significativamente a reducir el número de incendios.
- Una cabra adulta puede comer al día entre 1,5 y 2,5 kg de materia vegetal seca, de los cuales entre 350 gramos y 1500 gramos corresponden a hojas y brotes de matorrales, dependiendo de la época del año, la salud, la actividad y el estado productivo del animal.
- Una oveja adulta en pastoreo puede consumir entre 2 y 3 kg de materia seca diaria, aunque la proporción de matorral es menor, también se alimentan de especies leñosas.

ENTORNO RURAL Y TRASHUMANCIA

- La Trashumancia está declarada Manifestación Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial en nuestro país, según el Real Decreto 385/2017, de 8 de abril de 2017.
- Según este Real Decreto, la Trashumancia en España constituye un patrimonio vivo. Además de haber contribuido a conformar la identidad cultural de muchos territorios de España, la actividad trashumante ha originado un rico patrimonio cultural y etnográfico, reflejado en fiestas y tradiciones, en la toponimia, en la gastronomía y en toda la arquitectura relacionada con esta actividad.
- También manifestaciones de la tradición oral, la artesanía y las técnicas de pastoreo tradicional, así como la ordenación de los pastos en el marco del derecho consuetudinario son elementos de la cultura trashumante que esta actividad ayudó a transmitir a su paso por los diferentes y distantes territorios peninsulares.



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA

FRENAR EL CAMBIO CLIMÁTICO

Los pastizales activos y ricos -cuyo desarrollo y mantenimiento solo es posible gracias a un pastoreo adecuado a sus características -son suelos muy importantes para la captación y secuestro de carbono.

FOMENTAR LA BIODIVERSIDAD

Al menos un 10% de los hábitats de interés natural de la Unión Europea con presencia en España dependen estrechamente del pastoreo para su conservación, y casi un 57% de ellos son manejados y conservados mediante ganadería extensiva. **La presencia de cabras y ovejas es determinante, por tanto, para la conservación de casi el 70 de los hábitats de interés.**





OBJETIVOS Y PRINCIPALES ACCIONES DE LA CAMPAÑA

El posicionamiento de la campaña insistirá en **destacar los puntos diferenciales de esta carne: a nivel racional “su origen natural y sostenible” y a nivel emocional “ser la carne del futuro”** en tanto en cuanto contribuye al mantenimiento y mejora del medio ambiente, el territorio y mundo rural, produciendo, por tanto, un alimento totalmente natural.

- **Objetivo de la campaña:** Educar y formar al canal profesional y HORECA y generar notoriedad en el consumidor final, trasladándoles los mensajes de sostenibilidad relacionados con la carne de lechal, cordero y cabrito.
- **Principales acciones** y actividades para llegar al consumidor final y al canal:
 - Difusión de dos spots en TV en franja horaria de máxima audiencia, emisión del mismo también online y, como novedad, en las principales salas de cines españolas.
 - Gabinete de prensa y RRPP y comunicación, asimismo, de toda la campaña a través de Facebook, Twitter, Youtube, Instagram y Google+.
Web campaña: www.canalcordero.com
 - **Presencia en las principales ferias HORECA** del país con el chef oficial de la campaña: Miguel Ángel de la Cruz.
 - **30 Jornadas de formación** para continuar introduciendo los nuevos cortes y su vinculación con la sostenibilidad.
 - **Promociones en el punto de venta** y acciones de fidelización a más de 9.000 carnicerías y distribución.

RESULTADOS ESPERADOS

RESULTADOS DE CAMPAÑA



246.081.000
contactos



4.800.000
spectadores



2.724.999
visualizaciones



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA



ELIGE EL ORIGEN EUROPEO

CARNE DE CORDERO Y CABRITO

Disfruta de una carne
sostenible y natural

OBJETIVO

EDUCAR E INFORMAR A LOS PROFESIONALES
(MENSAJES RACIONALES)

ACTIVIDADES COMUNES

FERIAS Y EVENTOS HORECA
CONFERENCIAS Y TALLERES
OFICINA DE PRENSA SECTORIAL
PLAN DE MEDIOS SECTORIAL

MEDIOS

Periodistas
Críticos gastronómicos

↓
FAM TRIP

SECTOR

Productores
Distribuidores
HORECA

↓
MATERIAL POS

INFLUENCERS

Chefs
Blogueros

↓
RRPP

WEB PROFESIONAL

CONSUMIDOR

+ COBERTURA
+ ALCANCE

WEB CONSUMIDOR

+ AFINIDAD
+ IDENTIFICACIÓN

MEDIOS MASIVOS

TV
ONLINE
CINE

RRPP CON MEDIOS Y BLOGUEROS

REDES SOCIALES + MEDIOS PAGADOS

OBJETIVO
CONECTAR CON LOS CONSUMIDORES
(MENSAJES EMOCIONALES)



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA



WEB PARA CONSUMIDOR



WEB PARA PROFESIONALES

The screenshot shows the homepage of the professional website. At the top, there is a navigation bar with links for "SOSTENIBILIDAD", "CORTES", "JORNADAS", "RECETAS", "NOVEDADES", "CONTACTO", and "CAMPÀA". Below the navigation bar is a large banner with the same "CARNE DE CABRITO Y CORDERO" and "DISFRUTA DE UNA CARNE SOSTENIBLE Y NATURAL" text as the consumer website, along with the "ELIGE EL ORIGEN EUROPEO" message. The background of the banner is a scenic landscape. Below the banner, there are two main sections: one for chefs ("¿Eres Cocinero?") showing a chef cooking, and one for butchers ("¿Eres Carnicero?") showing a hand cutting meat. Both sections have descriptive text and small images.



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA



SPOT TV



FERIAS Y FORMACIONES





CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA



GUÍA DE CORTES

Guía de Cortes

DESCUBRE LOS NUEVOS CORTES DEL LECHAL Y CORDERO MÁS SOSTENIBLES Y NATURALES

INTEROVIC

LA UNIÓN EUROPEA APoya CAMPAÑAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE ALTA CALIDAD.

ENJOY IT'S FROM EUROPE

MEDALLONES

PIERNA DE LECHAL

LECHAL > PIERNA > MEDALLONES

Rodajas sin hueso de pierna de lechal, de unos 2 cm de grosor y unos 35 g de peso cada una aproximadamente.

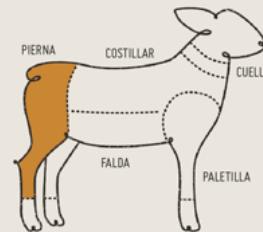
Muy tiernas y jugosas. No tienen apenas grasa y su sabor es suave.



UTILIDADES

Los medallones se pueden hacer a la plancha acompañados con una salsa o guarnición de verduras.

También aderezados con hierbas o empanados y fritos tipo "Milanesa", pudiendo dejarlos rosados por dentro.



INFORMACIÓN TÉCNICA

Coste pierna	12,71 €/kg
Merma	25%
Coste pierna deshuesada incluido merma	16,95 €/kg
Tiempo preparación:	6 kg/h
Mano obra:	16 €/h
Incremento mano de obra:	2,67 €/kg
Coste Medallones	19,61 €/kg

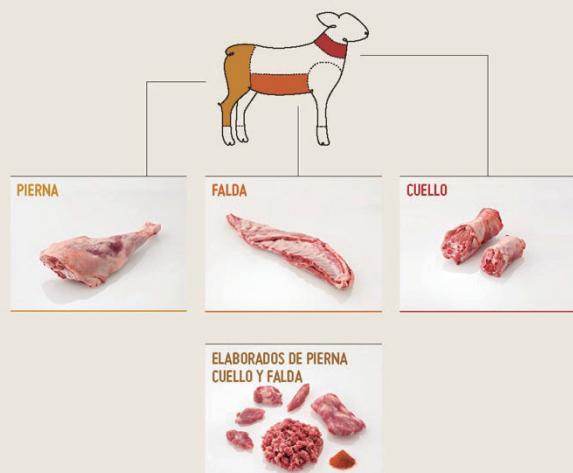
1 ración = 140 g aprox.

Coste orientativo ración* = 2,75 €

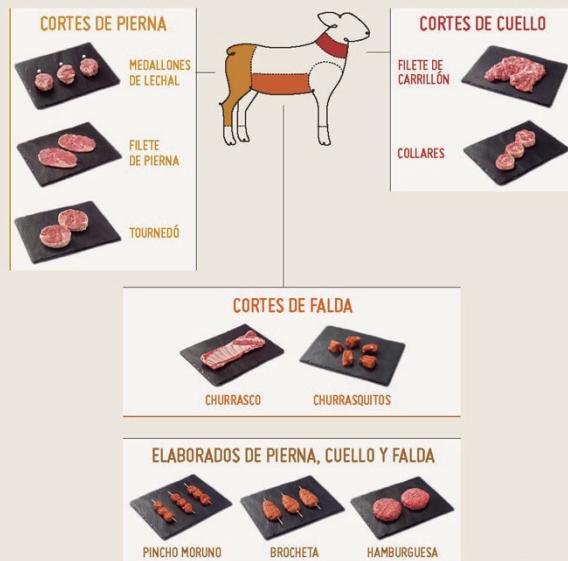
* Simulación de precio basado en precio/canal de 7 €/kg

LA REVOLUCIÓN: PASADO Y PRESENTE

EL PASADO



EL PRESENTE





CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA

La campaña se desarrollará de mayo de 2018 a diciembre de 2020 con un presupuesto de 6.825.000 euros. Cada año se invertirán 2,7 millones de euros aproximadamente (dos millones en España y el resto en Hungría).

INTEROVIC está compuesta en su rama productora: por la Asociación Agraria Jóvenes Agricultores (ASAJA), la Asociación Nacional de Ganaderos Recriaderos de Ganado Ovino de Carne (OVICEBO), Cooperativas Agro-alimentarias de España, la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) y la Unión de Pequeños Agricultores (UPA). Y por parte de la rama industrial/comercializadora: por la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE), la Agrupación de Empresas Cárnica Exportadoras (AGEMCEX), la Asociación Española del Curtido (ACEXPIEL), la Asociación Nacional de Almacenes Frigoríficos de Carnes y Salas de Despiece (ANAFRIC), la Asociación Nacional de Industrias Cárnica de Ovino-Caprino (ANICOC), la Confederación Española de Detallistas de la Carne (CEDECARNE) y Cooperativas Agro-alimentarias de España.

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación (CHAFEA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene

CARNE DE CABRITO Y CORDERO

DISFRUTA DE UNA CARNE SOSTENIBLE Y NATURAL

ELIGE EL ORIGEN EUROPEO



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS
CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA
PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

