

Europa apoya al ovino y al caprino por sus beneficios para el consumidor, el medio ambiente y el tejido rural

TOMÁS RODRÍGUEZ
DIRECTOR DE INTEROVIC

Los rebaños de ovejas recorriendo nuestros pueblos representan una imagen que está en la memoria de todos. Desde la Organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y Caprino, INTEROVIC, estamos luchando para que no desaparezca. Son tantas las razones para apostar por nuestras carnes de lechal, cordero y cabrito, que la Unión Europea ha realizado una firme apuesta para luchar por su futuro, una apuesta que beneficia al futuro de todos.

Los arranques de nuestra Interprofesional se remontan al año 2001, fecha de su fundación. Ocho años más tarde, como consecuencia de las cifras de consumo de carne de cordero/cabrito en nuestro país, relacionadas con el comienzo de la crisis económica de 2007, la organización comenzó a trabajar en la búsqueda de soluciones para invertir esta tendencia. En septiembre de 2012 comenzó la recaudación de fondos que permiten el desarrollo de actuaciones de interés general y benefician a todo el sector por igual. En ese primer momento la principal necesidad fue el desarrollo de campañas de promoción de gran alcance.



Una de las máximas que ha seguido INTEROVIC a la hora de planificar el uso de los presupuestos, generados tanto por la Extensión de Norma como por las aportaciones de las administraciones, ha sido la de realizar una profunda labor de investigación previa a la inversión de los mismos, que nos sirva de guía para dirigir nuestra actuación allí donde nos va a resultar más beneficiosa.

Según esta filosofía, en 2013 se desarrolló un estudio de mercado con el objetivo de conocer qué sabía el consumidor sobre la carne de lechal, cordero y cabrito. A partir de esta información, se establecieron unos objetivos y un plan estratégico que se está siguiendo aún en la actualidad.

Además de la labor puesta en marcha para el mercado interior, INTEROVIC está desarrollando acciones de promoción en mercados exteriores, con el objetivo de encontrar nuevos consumidores para nuestros productos. Desde 2017, trabajamos en la apertura del mercado chino para la carne de cordero, buscando sinergias con otros productos, como la carne de Vacuno (PROVACUNO), con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca

y Alimentación. También trabajamos para promocionar nuestros productos en Hong Kong, Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí, e Israel. Incluso estamos diseñando una campaña con el objetivo de posicionar a la carne de cordero de origen español en la UE tras el Brexit.

Búsqueda de un cambio de tendencia

El estudio de mercado de 2013 nos ofreció un diagnóstico con las medidas a implementar para conseguir revertir la evolución bajista de la presencia de nuestras carnes en las cestas de la compra. Entre otras conclusiones, evidenció la necesidad de actualizar el modo de comercializarlas. Así surge el desarrollo de nuevos cortes y nuevas presentaciones de lechal y cordero, con el objetivo de hacer ver tanto al comercializador, ya sea mayorista, como especializado y cadena, la necesidad de la carne de cordero de adaptarse a las exigencias de los consumidores, y hacerlo con piezas más pequeñas, más fáciles de cocinar y más asequibles al introducir el concepto de precio por unidad. Estos nuevos cortes han sido desde entonces objeto en las campañas de comunicación de la Interprofesional.

Los sectores del ovino y caprino generan unos 1.200 millones de euros anuales (datos de 2017), lo que representa en torno al 6% de la producción final ganadera. Ahora bien, cuando se habla de los beneficios sociales de nuestra producción, tenemos que tener en cuenta que esta riqueza se genera en 114.826 explotaciones de ovino y en 77.299 explotaciones de caprino. La producción, además, se centra en las zonas más desfavorecidas de España, principalmente en las zonas con menor riqueza, como son Extremadura, Castilla León, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón, y del resto de comunidades.

A pesar del arraigo en nuestra tradición gastronómica y cultural, nuestro sector estaba viviendo una fuerte crisis de consumo en 2014, con una caída en el consumo de más de un 40% desde 2007. Las causas principales eran la frecuencia de consumo, muy baja, la falta de adecuación del producto a los hábitos de consumo de



Asegurar el futuro de la producción de carnes de cordero, lechal y cabrito no solo pone al alcance de nuestros consumidores un producto nutricionalmente excepcional, sino que fomenta sus beneficios para todos

los consumidores y percepción de precio elevado. El reto que se nos planteaba, en aquel entonces, era conseguir frenar la caída y establecer las bases para conseguir crecer después de tres años, aumentando el valor percibido reposicionando la imagen de la carne de cordero.

Para lograr este objetivo, llevamos a la práctica el análisis para definir los objetivos y estrategias sectoriales, que desembocó en un plan de trabajo para desarrollar la innovación de producto (hemos modernizado la categoría lanzando 7 nuevos cortes y 3 elaborados), formación e implementación en el canal de ventas (detallista y gran distribución) y comunicación (interna, al profesional y al consumidor). Tras los tres primeros años, conseguimos no solo frenar la caída de consumo (incrementando la frecuencia de consumo y aumentando los consumidores jóvenes), sino también establecer una base de crecimiento para los próximos años. Hemos conseguido mejorar la imagen de la categoría de producto.

Beneficios para nosotros, beneficios para todos

El éxito de la labor de INTEROVIC tiene beneficios que van mucho más allá de las cuentas de resultados de nuestro sector. Asegurar el futuro de la producción de

carnes de cordero, lechal y cabrito no solo pone al alcance de nuestros consumidores un producto nutricionalmente excepcional, sino que fomenta sus beneficios para todos:

- Lucha por la prevención de incendios: las cabras y ovejas, cuando son manejadas por los campos, los montes y las dehesas por los pastores, tienen un papel fundamental en la eliminación de hierbas secas, pastos y rastrojeras. De no realizarse esta actividad, el campo se cubre de una capa de biomasa altamente inflamable cuando llegan las altas temperaturas.
- Cuidado del entorno: es una actividad que genera riqueza y necesita atenciones permanentes, por tanto, fija a la población en el medio rural, evitando su abandono y generando oportunidades en la España Vacía.
- Fomentando la biodiversidad: los territorios pastoreados son los más propicios para especies emblemáticas y en peligro de extinción al adaptarse mejor en estos entornos. El trasiego de los rebaños fomenta la diseminación de las especies vegetales mediante la dispersión de las semillas en la lana y en las heces de los animales.
- Frenando el cambio climático: el ovino caprino es el sistema de producción ganadera más amigable con el clima.

Gracias a nuestras innovadoras presentaciones, los consumidores que optan por tomar cordero y cabrito lo pueden hacer cualquier día de la semana, tanto en comidas como en cenas, fomentando la presencia de estas carnes en la cesta diaria de la compra

Los ecosistemas pastoreados son sumideros para el secuestro del dióxido de carbono.

Nuevos cortes, nuestras oportunidades de disfrutar

Gracias a nuestras innovadoras presentaciones, los consumidores que optan por tomar cordero y cabrito lo pueden hacer cualquier día de la semana, tanto en comidas como en cenas, fomentando la presencia de estas carnes en la cesta diaria de la compra. Estamos hablando de medallones, tournedó, filete de pierna, churrasco, churrasquitos, filete de carillón, collares, chuletillas, pinchos morunos, brochetas o hamburguesas. Estamos comprobando también cómo esta carne va recuperando la presencia que tuvo en los hogares españoles durante muchas décadas y cuyo protagonismo se fue perdiendo al pasar a ser protagonista casi exclusivamente de celebraciones y festividades entre familiares y amigos.

Nuevos usos de producto que van de la mano de la sostenibilidad y de la proximidad de un producto kilómetro cero, ya que proceden de nuestros campos y son criados por nuestros pastores desde hace miles de años. Porque hablar de ovino y caprino es hablar de paisaje, cultura, eco-



nomía, calidad y seguridad alimentaria, pero, sobre todo, es hablar de excelencia gastronómica y del disfrute de un producto nuestro desde siempre. Es hablar de sabores y placeres para nuestro paladar y también de una de las cualidades diferenciales que más valoran los españoles, el origen del producto.

Reconocimiento de las administraciones española y europea

El Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha concedido a la Organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y Caprino la distinción con el Premio Alimentos de España a la Comunicación, año 2018. Los premios Alimentos de España son una iniciativa del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación puesta en marcha “con el objetivo de reconocer la excelencia de los productos alimentarios españoles y la labor desarrollada por profesionales y entidades que contribuyen a la producción, transformación, utilización, comercialización y difusión de los mismos. De este modo, se pretende divulgar la calidad de nuestros alimentos y el trabajo desarrollado en este sector.

En concreto, la categoría en la que ha sido premiada INTEROVIC está concebida para galardonar los trabajos de comunicación que estén relacionados con los alimentos de España en sus más variados aspectos: su naturaleza, producción, transformación y comercialización, respeto al medio ambiente en su obtención, sus propiedades y valor nutritivo, así como los aspectos culturales y gastronómicos. Podrán optar a este premio los trabajos que promuevan el conocimiento y la promoción de nuestros alimentos y hayan sido publicados, editados o emitidos por cualquier medio de comunicación.

La labor puesta en marcha por la Organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y Caprino destaca la coordinación de todas las acciones desarrolladas bajo una estrategia común. Un exhaustivo proceso de investigación y desarrollo ha permitido adaptar la producción del sector español a las necesidades del consumidor del siglo XXI. Los avances en producción han tenido su reflejo en las sucesivas campañas puestas en marcha, para dar a conocer las bondades de estas carnes en general, así como de la personalidad de estas innovadoras presentaciones en particular.

Las posibilidades financieras generadas por la Extensión de Norma, implementada en todo el sector, ha permitido a INTEROVIC emprender una permanente agenda de actividades, puestas en marcha con el objetivo de revertir la caída del consumo. La detección de los frenos de consumo y su desactivación gracias a las acciones puestas en marcha por todo el sector ha permitido cambiar el rumbo de esta deriva bajista, de



manera que, en el año 2017, el cordero ha entrado en el 79 por ciento de los hogares españoles, frente al 51 por ciento de 2013.

INTEROVIC ha orquestado de manera continua campañas dirigidas tanto al consumidor final como a todos los agentes implicados en el consumo de las carnes de ovino y caprino. En paralelo, se ha consolidado la presencia en los mercados internacionales de nuestros corderos y cabritos, una necesidad para garantizar el futuro del sector. En el año 2017, se exportaron 88.588 toneladas, una cantidad que registra una evolución alcista durante los últimos siete años.

Los fondos europeos han sido fundamentales en la labor de INTEROVIC. Los buenos datos de la Interprofesional se han visto recompensados con una segunda campaña de tres años de duración, aprobada por la Comisión Europea. Bajo una misma estrategia, en esta ocasión se registra una evolución en el mensaje. Se plantea un nuevo posicionamiento, sustentado en la sostenibilidad, ya que es éste el sector ganadero que mejor mantiene vivo y activo el medio rural.

Los productos cárnicos de ovino y caprino proceden de manejos de la ganadería tradicional. Se trata de sistemas de explotación de las cabañas fruto de una experiencia acumulada durante siglos de pastoreo. Esencial para lograr unas carnes excelentes en cuanto a producto, que también son un apoyo a la hora de conservar el medio ambiente, aprovechar los recursos naturales y fomentar la biodiversidad. INTEROVIC va a continuar su labor para asegurar en futuro de una producción cuya existencia tiene comprobados beneficios para todos. ■