

Extensión de Norma para el ovino y el caprino de INTEROVIC Periodo 2015-2020

Consejo de Organizaciones Interprofesionales
Madrid, 15 de octubre de 2015



Antecedentes



I Extensión de Norma

Organización

- Material Didáctico
- Web con información actualizada para los operadores
- Contrato con Tragsatec

Información

- Charlas informativas
- Artículos de divulgación en prensa sectorial
- Web con información actualizada para el sector y consumidor

Proyectos

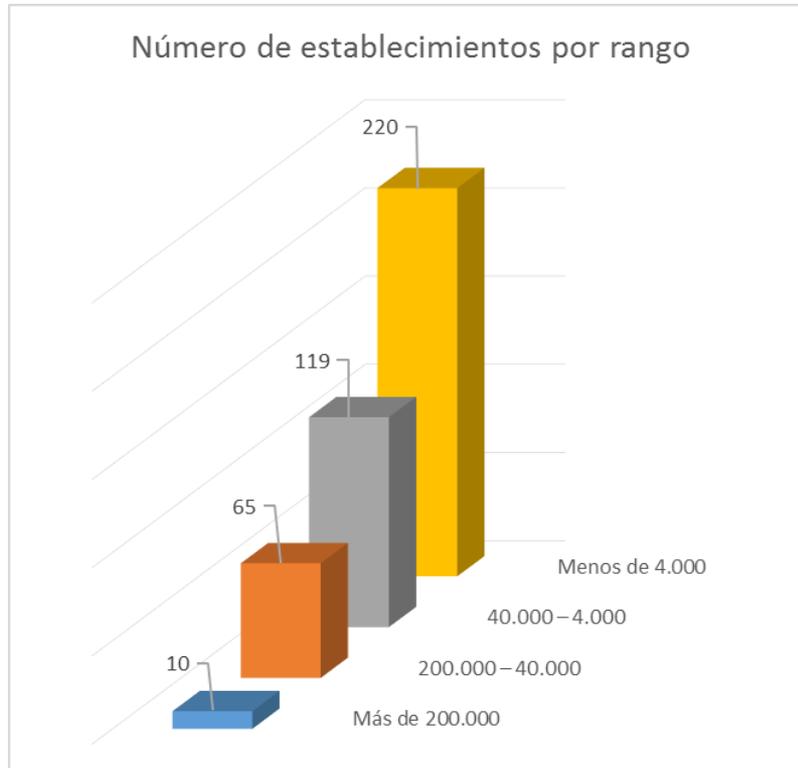
- Mejorar la información y conocimiento sobre las producciones y los mercados.
- Promover la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en el ovino y el caprino.
- Desarrollar promociones que redunden en beneficio del sector o producto correspondiente.



La mejor información y conocimiento sobre las producciones y los mercados del ovino y el caprino.



La mejor información y conocimiento sobre las producciones y los mercados del ovino y el caprino.



- 414 Mataderos con actividad.
- Más del 50% de éstos son mataderos de muy baja capacidad.



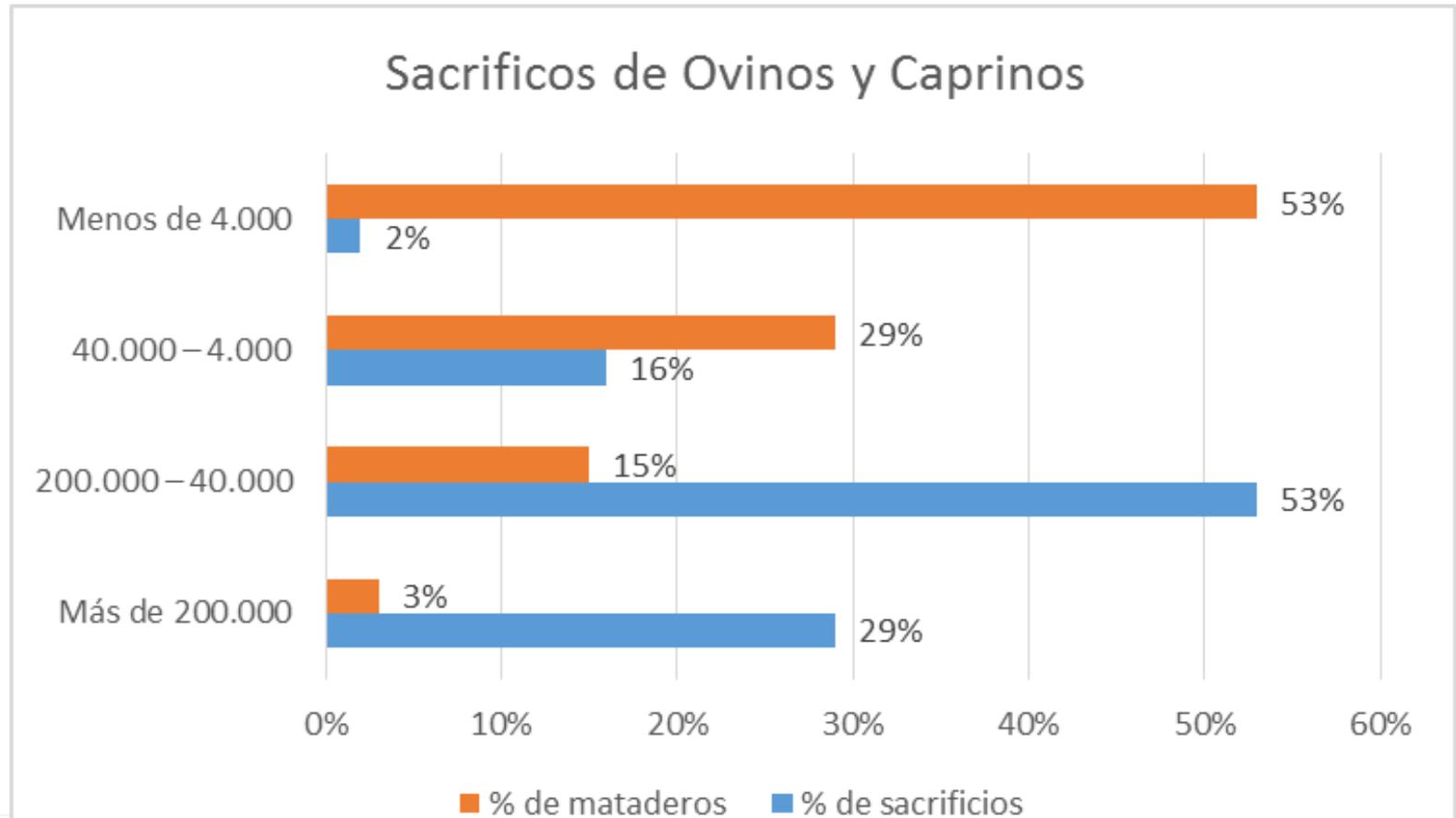
La mejor información y conocimiento sobre las producciones y los mercados del ovino y el caprino.



- El sacrificio de ovinos/caprinos es algo inferior a 11 millones de cabezas.



La mejor información y conocimiento sobre las producciones y los mercados del ovino y el caprino.



El 98% de los animales se sacrifican en el 47% de los mataderos.

Acciones tendentes a promover la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en el ovino y el caprino.



Acciones tendentes a promover la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en el ovino y el caprino.

Bienestar animal

**Comisión
de I+D+i**

**Nuevas
presentaciones**

**Estudio
Mercado**



Desarrollar promociones que redunden en beneficio del sector o producto correspondiente.



Desarrollar promociones que redunden en beneficio del sector o producto correspondiente.

Estudio de Mercado

Conocer la situación del consumo de la carne de ovino/caprino.

Punto de partida de las campañas de promoción.

Herramienta para todo el sector a la hora de implantar estrategias comerciales.

Concurso de Agencias

Dar transparencia al proceso

Proceso abierto a través de la web.

Fase final con 4 finalistas

Desarrollo de Campaña

Planteamiento de Campaña de gran alcance.

Solicitud de ayudas a la Comisión-MAGRAMA.

Comienza el 17 de febrero de 2015.



Norma y Campaña también presente en resto Países productores



Aportaciones € /animal			
	España	Francia	R. Unido
Producción	0,05 €	0,20 €	0,75 €
Matadero		0,09 €	0,25 €
Comercialización	0,05 €	0,20 €	
Total	0,10 €	0,49 €	1,00 €

Aportaciones € /tonelada			
	España	Francia	R. Unido
Producción	4,76 €	12,00 €	35,71 €
Matadero		5,00 €	11,90 €
Comercialización	4,76 €	12,00 €	
Total	9,52 €	29,00 €	47,62 €

Entidad	Países destino	Importe campaña	Aportación por Asociación
BORD BIA (IR)	DE + BE + DK + FR + IE + GB	1.238.682,00 €	309.670,50 €
INTERBEV (FR)		1.707.058,00 €	426.764,50 €
AHDB (EBLEX) (GB)		3.505.724,00 €	876.431,00 €
Total		6.451.464,00 €	1.612.866,00 €
INTEROVIC (ES)	ES	4.155.000,00 €	1.038.750,00 €

Objetivos de la campaña

	Despiezado	Forma de Cocinarlo	Momento	Consumidores
Punto de partida	99% clásico: paletilla, pierna y chuletas	99% clásica: asado, guisado	95% fiestas y fines de semana	90% mayores (+55)
			5% entre semana	10% jóvenes
1ª Campaña (2015-2018)	80% Clásico	70% clásico	90% fiestas y fines de semana	80% mayores (+55)
	20% nuevos cortes	30% moderna: plancha	10% entre semana	20% jóvenes
2ª Campaña (2018-2021)	70% Clásico	60% clásico	80% fiestas y fines de semana	70% mayores (+55)
	30% nuevos cortes	40% moderna: plancha	20% entre semana	30% jóvenes
3ª Campaña (2021-2024)	60% Clásico	50% clásico	70% fiestas y fines de semana	40% mayores (+55)
	40% nuevos cortes	50% moderna: plancha	30% entre semana	40% jóvenes



II Extensión de Norma de INTEROVIC



Objetivo 1: I+D+i

Consumo y salud

- **Análisis nutricional**
- **Calidad sensorial**

Apoyo a la promoción

- **Estudios sobre percepción del consumidor**
- **Tendencias de compra actual**

Cadena de valor

- **Calidad en faenado**
- **Durabilidad de carne**

Legislación

- **Bienestar animal**
- **Huella de Carbono**
- **Balance Ambiental**



Objetivo 2: Promoción

1ª Campaña				2ª Campaña		
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 1	Año 2	Año 3
2014	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
1º. Se prepara el sector para ofrecer nuevos cortes que faciliten una cocina moderna y así poder llegar también a la gente joven				1º. Se maximiza la presencia de los nuevos cortes y presentamos en los puntos de venta.		
2º. El cordero aumenta su presencia mediática (notoriedad) todo lo posible, algo que se aprovechará para posicionarlo con los atributos que lo hagan lo más competitivo posible frente al resto de carnes, independientemente de cuándo, cómo y quién lo consuma.				2º. Se populariza las nuevas formas de cocinar el cordero, más rápidas, fáciles, saludables y económicas.		
3º. Se consigue que sea imprescindible en las fiestas, pero sin que esto frene su consumo "moderno" entre semana y en el fin de semana				3º. Continuar con el I+ D para nuevos cortes del cordero con el fin de satisfacer todos los segmentos de mercado y necesidades.		

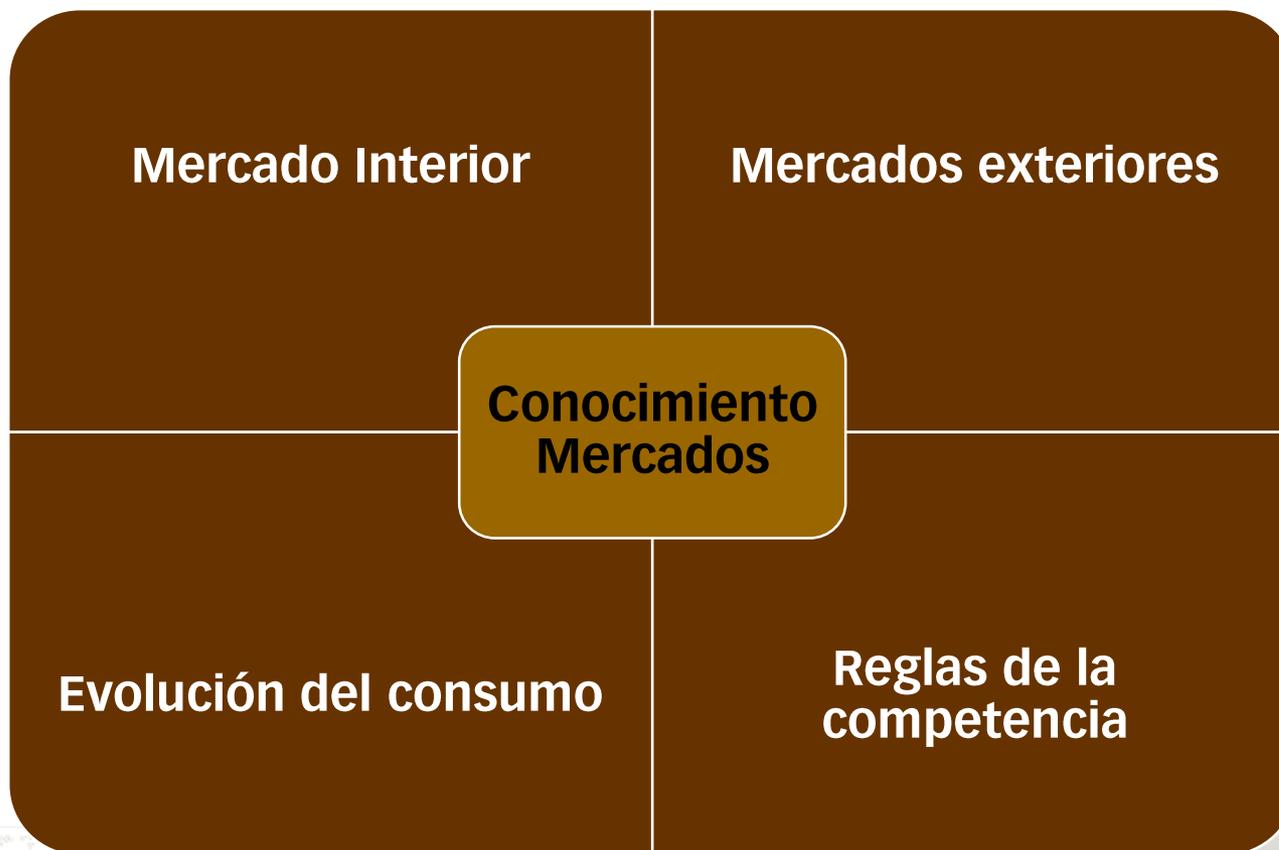
OBJETIVOS

- A. Que el sector se prepare.
- B. Que el consumidor empiece a oír mensajes motivantes de la carne de cordero

OBJETIVO

Que se sume al consumo tradicional del producto, los nuevos usos y formatos de cocina para que se conozca masivamente y se empiece a consumir.

Objetivo 3: Conocimiento de Mercados



Objetivo 4: Formación para rama comercialización

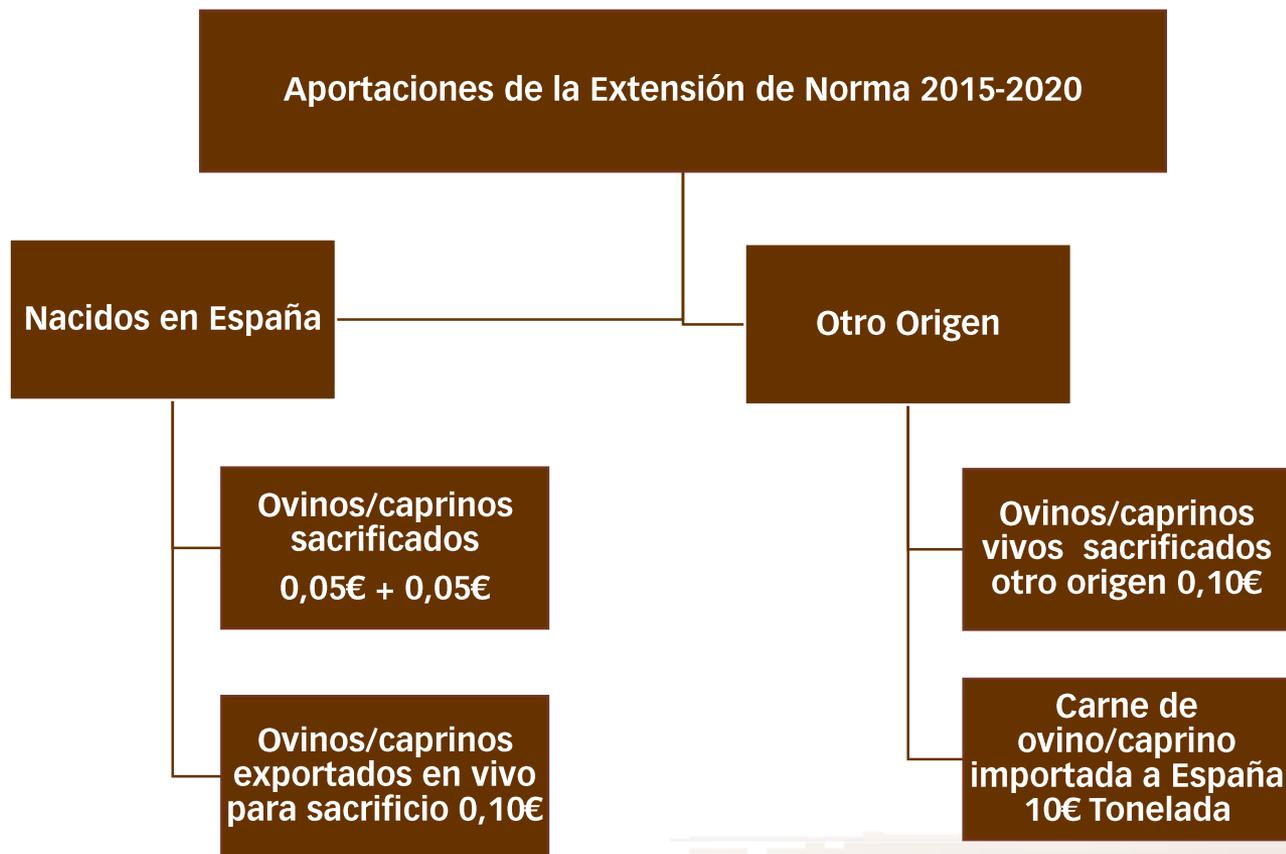
**Consensuar
necesidades
formativas rama
COMERCIALIZACION**

**Estudios de
competencias
profesionales**

**Propuestas de
desarrollo de
itinerarios
formativos**



Aportaciones económicas



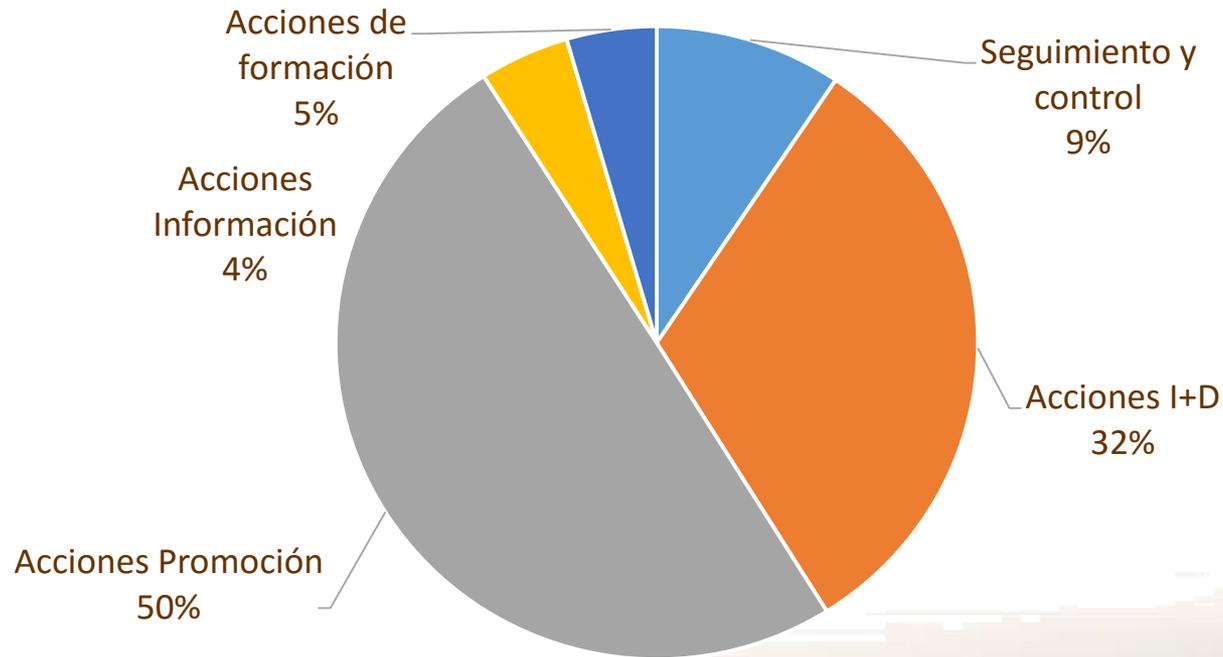
Previsión Ingresos

Previsión de ingresos anual			
Columna1	Columna2	Columna3	Columna3
Concepto	Aportación unitaria	Total animales/tonelas	Previsión de Ingresos
Por sacrificio de ovino	0,1 € / cabeza	10.312.037	1.031.204 €
Por sacrificio de caprino	0,1 € / cabeza	1.213.751	121.375 €
Por exportación de ovinos/caprinos vivos	0,1 € / cabeza	908.359	90.836 €
Por importación carne ovino/caprino	10€ / Tonelada	8.514	85.135 €
Total previsión de ingresos			1.328.550 €



Inversión de la recaudación

Distribución de la inversión de los fondos procedentes de la Extensión de Norma



Duración Extensión de Norma

5 Campañas

Nov. 2015
Oct. 2016

Nov. 2016
Oct. 2017

Nov. 2017
Oct. 2018

Nov. 2018
Oct. 2019

Nov. 2019
Oct. 2020



Control Extensión de Norma



Gracias por su atención

