



JORNADA DE I+D+i PARA DEBATIR LOS NUEVOS CORTES DE CORDERO Y LECHAL



inter
— O — VIC

ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL ASOCIACIÓN DEL OVINICOLA DEL CARIBE

¿Quién integra INTEROVIC?

Producción



Transformación / Comercialización



Punto
de
partida



SECTOR DEL OVINO Y CAPRINO ESPAÑOL EN CRISIS





Según datos de la Comisión de Precios y Mercados del Ovino de la Unión Europea.



OTROS EN LA MISMA SITUACIÓN HAN
CONSEGUIDO SUPERAR LA CRISIS

SECTOR OVINO / FRANCIA

Agneau Presto,
partenaire officiel du
Salon du Blog Culinare!



Découvrez les découpes Agneau Presto en vous régaland illico avec de nouvelles recettes !
Pour cela, participer aux différentes animations :

les Défis Presto!
au lycée
Hétéroclite

le blogueur mystère

Déterminations
Presto
à l'abbaye
de Lige



INÉDIT : les 1^{ers} ateliers de cuisine en rayon signés Agneau Presto.



Les Français votent à l'unanimité pour Agneau Presto... et obtiennent une recette pratique, inventive et rapide !

les ateliers
agneau presto



GUIDE DE DÉCOUPE



SFR 11:34 100%

agneau presto

LA RECETTE DE LA SEMAINE

Côtes d'agneau au miel et gingembre



Occasion : Dîner en tête à tête
Préparation : 10 min
Cuisson : 5 min
4 personnes

[Voir la recette](#)

[Rechercher une recette](#)

[Recette au hasard](#)

Accueil Recherche Favoris Menueur Informations



INTEROVIC,
“LA UNIÓN HACE LA FUERZA”



EXTENSIÓN DE NORMA

Recaudación 2013: 800.000€ (⚖️)

Destinados a:

I+D:
“Estudios
de calidad
de carne
y aturdimiento”

PLAN DE
PROMOCIÓN
2014-2018

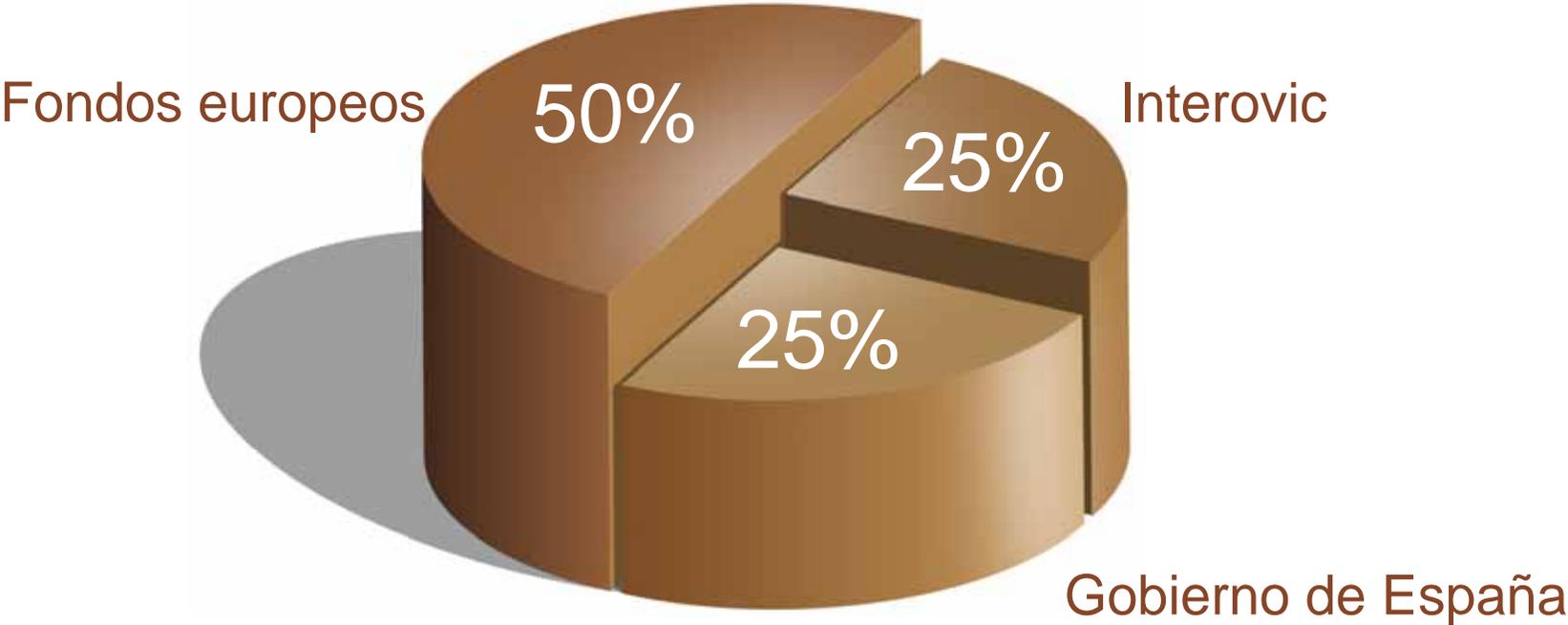
Aportaciones por países



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 €

PROGRAMA DE PROMOCIÓN CONFINANCIADO POR LA UE, ESPAÑA e INTEROVIC (2015-2018)





Campaña de promoción

2015-2018

Entornos Competitivos Diferentes = Publicitarias Diferentes

Genérica

Carne

Genérica
sectorial

Pollo, Cerdo, Vaca, Conejo, Cordero

Marca
geográfica

España
Ternasco de Aragón
Ternera de Galicia

Marca
privada

La Finca
Raza Nostra
Bacum

Carne

Pescado

Seitán





¿CÓMO SE PERCIBE ACTUALMENTE EL PRODUCTO?



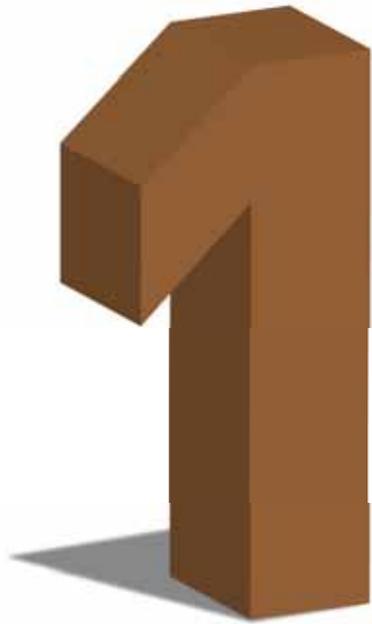


Imagen de producto de festividades y celebraciones.



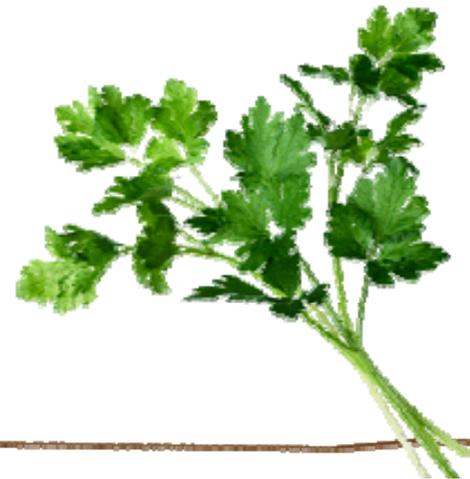


Producto caro, poco
accesible en el día a día.





Falta de adaptación del
producto al nuevo
consumidor, incluso no presente.



¿Qué podemos hacer para que aumenten las ventas y valor de la carne de cordero?



La propuesta de agr! es hacerlo de manera ordenada en el tiempo bajo estos 4 pilares estratégicos:



Primer pilar:

¿cómo vamos mejorar la imagen de la carne de cordero y aumentar su notoriedad?



Vamos a hacer de la carne de cordero una carne más versátil.

- Más fácil / rápida de cocinar.
- Porciones más pequeñas.
- Percepción saludable.
- Percepción más económica.



2 Vamos a formar a la distribución y cocineros.

MATERIAL: guía formativa, cd, recetario y microsite.

50 Jornadas anuales



3

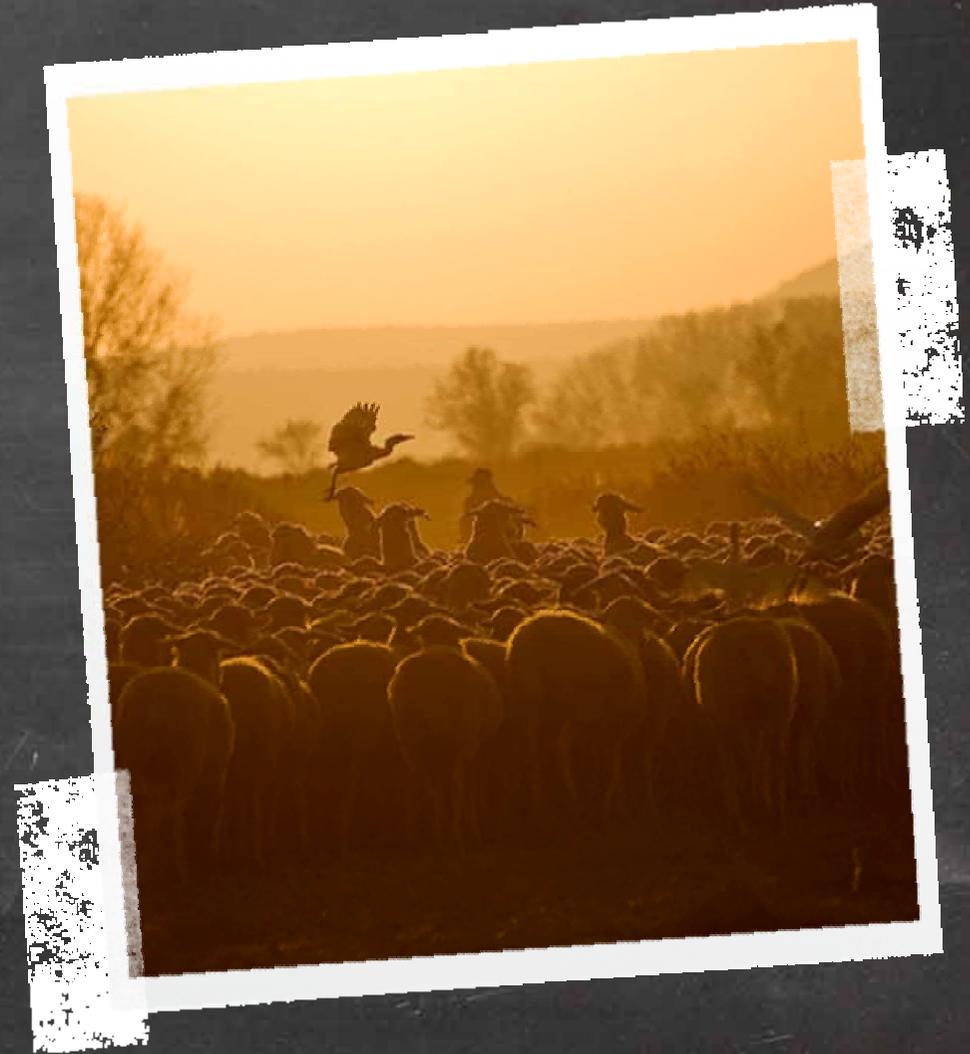
Vamos a crear una nueva imagen construyendo un nuevo posicionamiento.

- Que lo haga más “deseable” frente al resto de carnes.
- Más amplio que el actual, no solo para festividades.
- Dirigido a quien valora la calidad y no sólo el precio.



Posicionamiento:

“La carne más sabrosa
y natural para tus
momentos de disfrute”





¿Y LA EXPRESIÓN CREATIVA?





Vuelve
a disfrutar
de una
Carne
de
verdad

Segundo pilar:

¿qué medios vamos a utilizar que nos aporten cobertura?





Campaña en tv



Imagen gráfica año 1



Imagen gráfica año 2 y 3



Medios Sectoriales: lanzamiento institucional y GP



canalcordero.tv



Creación y dinamización de perfiles



Tercer pilar:

¿cómo vamos a controlar
el punto de venta?





Más de 15.000 visitas a carnicerías y puntos de venta

Cuarto pilar:

¿cómo involucraremos
a los cocineros?





Nos ayudarán a buscar nuevos usos

Resultados esperados



ROMPER LA TENDENCIA Y REINVERTIR LA CAÍDA DE CONSUMO