

## **Extensión de Norma de INTEROVIC**

### **Reunión grupo de expertos sobre ovino y caprino**

Fecha de celebración: 23 de julio de 2013.

Lugar de celebración: Sala de reuniones de Cooperativas Agroalimentarias de España, Madrid.

Asistentes: lista en anexo final.

#### **Objetivo**

Desarrollo de una dinámica de grupo por con el personal responsable de IKERFEL, empresa ganadora del concurso de adjudicación y que está desarrollando un estudio de mercado del sector ovino/caprino con el fin hacer un diagnóstico de la situación desde la perspectiva de los operadores del sector, que servirá como base para el desarrollo de fases posteriores del estudio de mercado que será la herramienta que permitirá diseñar la estrategia de la campaña de promoción del consumo de la carne de ovino y caprino.

#### **Temas tratados**

Sobre los elementos negativos de la carne de cordero y cabrito.

Las ideas se centraron en la situación del preocupante descenso del consumo en los últimos años. Entre otras cuestiones, debido a cuestiones como son la crisis económica, la falta de conocimiento por parte de los consumidores del producto. Desde el sector no se ha tenido capacidad comunicar a la sociedad los valores que aporta la carne de ovino/caprino. Otras cuestiones destacadas son que las presentaciones tampoco se adaptan a las nuevas necesidades de la población o que los prescriptores medico desaconsejan su consumo.

Sobre los elementos positivos de la carne de cordero y cabrito.

Se destacó con alimentos asociados a momentos lúdicos, además en el proceso productivo se contribuye al mantenimiento del medio ambiente, fijación de población en el medio rural, mantenimiento de la biodiversidad. Sus características organolépticas la hacen muy característica.

Sobre los agentes influyentes

Se destacó que el producto carece de figuras prescriptotas positivas.

- Los médicos lanzan mensajes recomendando su eliminación de la dieta.

- En los centros educativos no se incluye en el menú.
- Los carniceros y gran distribución no lo consideran como un producto rentable.
- La restauración está bajando su consumo.
- Los cocineros de prestigio dan poco valor al producto.
- En las propias familias con tradición de consumo tampoco se está transmitiendo este hábito.

#### Algunas propuestas a llevar a cabo

Sobre las carnicerías/grandes superficies, habría que trabajar en aportar información que valore el producto y permita a estos establecimientos tener herramientas para vender más, además de ofrecer presentaciones más adaptadas a las necesidades de la población actual.

Es necesario hacer llegar a las familias mensajes que les animen a transmitir la importancia de continuar con el consumo de estas carnes.

Al colectivo médico hay que ofrecerle información científica de calidad que avale los beneficios nutricionales de estos alimentos.

A la restauración hay que hacerles llegar la importancia de utilizar producto de origen español que es que se adapta a los gustos de nuestro país. Además de presentarles nuevas maneras de presentación / elaboración

Sobre los centros educativos hay que hacer campañas de apoyo, al estilo del From.

Con el fin de enriquecer las ideas aportadas por todos los asistentes, desde INTEROVIC se insiste en la necesidad de remitir a la empresa responsable del estudio de mercado informes, estudios, trabajos, etc. que les permita tener la mayor cantidad de información posible para desarrollar el trabajo con la mejor base de conocimiento.

**Desde la Dirección de la Comisión Técnica de promoción se quiere agradecer a las personas que asistieron a esta reunión su colaboración en la misma.**