

ELABORACIÓN, COORDINACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA INTEGRAL SOBRE SOSTENIBILIDAD PARA EL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL

1. INTRODUCCIÓN

El sector lácteo es un sector estratégico por su relevancia económica y su contribución al desarrollo y a la fijación de la población rural, así como por la inversión en bienes de equipo e I+D+i, además de por el desarrollo de sistemas de seguridad alimentaria, calidad y trazabilidad.

La estructura de nuestro sector es compleja y en ella se integran ganaderos y ganaderas, cooperativas e industrias y la distribución. Nuestra cadena de producción, transformación y comercialización factura en torno a 13.000 millones de euros al año y genera más de 60.000 empleos directos. Las industrias lácteas suponen más de 9.500 millones de euros al año de volumen de negocio y emplean a más de 30.000 personas. Disponemos de más de 1.500 centros autorizados para la recogida y transformación de leche y más de 600 industrias lácteas. Contamos con 19.800 ganaderos de los cuales 11.800 son de vaca, 3.200 ganaderos de oveja y 4.800 de cabras.

Sin embargo, estudios internos de InLac revelan que gran parte de los consumidores españoles desconoce la realidad del sector, principalmente, en lo relativo a la producción de la leche en las granjas, asumiendo falsos mitos relacionados con el bienestar animal o con el impacto de ciertos modelos de producción ganadera en el medioambiente. Es decir, que gran parte de la población general desconoce el papel social del sector lácteo y su contribución a la lucha contra el cambio climático y el mantenimiento de la biodiversidad, aspectos que es necesario poner en valor.

El sector lácteo español cumple con una legislación muy estricta en lo que se refiere al respeto al medio ambiente, trazabilidad, seguridad alimentaria y bienestar animal y es necesario que los consumidores sean conscientes de ello y que se trasladen estos mensajes, pero siempre apoyados en estudios e investigaciones científicas que respalden dichas afirmaciones.

2. ANTECEDENTES

A principios de 2022 InLac solicitó a una consultora la elaboración de un estudio de mercado para conocer la percepción de los consumidores españoles sobre aspectos varios relacionados con la actividad ganadera vinculada a la producción de leche de vaca, oveja y cabra y con la sostenibilidad de los alimentos lácteos.

Paralelamente también encargó a otra consultora una revisión bibliográfica de toda la documentación existente en materia de impacto medioambiental del sector lácteo (vaca, oveja y cabra) a lo largo de toda la cadena (producción, transformación y logística) con el fin de recopilar todas los estudios e investigaciones científicas existentes que permitiesen extraer los argumentos necesarios para la defensa del sector lácteo y que la población conozca cómo este contribuye a la mitigación del cambio climático, la conservación de la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos, el bienestar animal, la lucha contra la despoblación, el fomento de economía y empleo rurales y la innovación.

Dichos informes servirán de base para desarrollar una estrategia de comunicación y de asuntos públicos sólida, que llegue a los consumidores y que permita poner en valor la contribución del sector lácteo tanto a nivel medioambiental, en la lucha contra el cambio climático, el mantenimiento de la biodiversidad, la apuesta por la economía circular, etc., como a nivel económico y social, pues el sector es motor de revitalización para los núcleos rurales y contribuye a mantener estas áreas vivas fijando población y creando empleo.

3. OBJETIVO

Se pretende seleccionar una agencia de comunicación y asuntos públicos que elabore, coordine e implemente una estrategia integral sobre sostenibilidad, entendida esta desde el punto de vista medioambiental, económico y social para el conjunto del sector lácteo español.

La estrategia contará con su propia hoja de ruta y se caracterizará por ser proactiva con el fin de anticiparse a los retos, amenazas y oportunidades que pudieran surgir, estableciendo objetivos y metas que den sentido y coherencia global a todos los procesos comunicativos de la interprofesional. Se definirán los planes de acción que se llevarán a cabo para asegurar la puesta en valor del sector lácteo español.

4. ALCANCE TEMPORAL

Se trata de una estrategia a largo plazo cuya duración será de 4 años, dividida en 2 ciclos de 2 años cada uno. Finalizado el primer ciclo se hará un balance de los objetivos alcanzados y resultados obtenidos.

5. PRESUPUESTO

El presupuesto máximo anual para llevar a cabo la elaboración, coordinación e implementación de dicha estrategia es de **400.000 € (IVA incluido)**.

***Nota:** InLac abonará las actividades una vez ejecutadas.

6. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Las propuestas presentadas por las agencias interesadas en participar deben contar con:

- Descripción detallada del trabajo a realizar, objetivos a alcanzar y metodología.
- Calendario de trabajo.
- Presupuesto por elaborar y coordinar dicha estrategia.
- Presupuesto desglosado de las actividades a desarrollar en cada anualidad.
- Calendario de facturación.
- Breve resumen de la experiencia del equipo.

NOTA: Las agencias interesadas en participar deben de ponerse en contacto previamente con InLac para la entrega de una documentación preliminar.

- Email: inlac@inlac.es
- Teléfono: **91 782 57 26**

7. PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS

- **Publicación del briefing:** 23 de diciembre de 2022.
- **Envío de propuestas:** Los interesados en participar tienen de plazo hasta el próximo **6 de febrero de 2023 a las 14:00h** para el envío de sus propuestas a través del siguiente correo electrónico: inlac@inlac.es.
No se tendrá en cuenta ninguna propuesta que llegue fuera de ese plazo.

Tras evaluar las propuestas recibidas, se publicará en la web de InLac el resultado del concurso.

En caso necesario se convocará a las distintas entidades para la defensa de la propuesta presentada.