



inlac'

ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL LÁCTEA

**MEMORIA
ACTIVIDADES
2022**

Abril 2023

CONTENIDO

1. ASPECTOS INTERNOS

REUNIONES DE JUNTA DIRECTIVA
Y ASAMBLEA GENERAL

2. ASPECTOS SECTORIALES

2.1. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN
2.2. VERTEBRACIÓN SECTORIAL
2.3. I+D+i

1. ASPECTOS INTERNOS

The logo for INLAC (Organización Interprofesional Láctea) is centered within a white circular area. The word "inlac" is written in a lowercase, sans-serif font, with "in" in brown and "lac" in blue. Below it, the full name "ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL LÁCTEA" is written in a smaller, grey, uppercase font.

inlac
ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL LÁCTEA

La **Junta Directiva** y la **Asamblea General** de InLac se reunieron a lo largo de 2022 frecuentemente con el fin de tratar los diferentes temas en relación con el sector lácteo y la propia interprofesional.

JUNTA DIRECTIVA	ASAMBLEA GENERAL
<ul style="list-style-type: none">• 26 de enero• 16 de febrero• 17 de marzo• 20 de abril• 11 de mayo• 15 de junio• 21 de julio• 21 de septiembre• 17 de octubre• 16 de noviembre• 21 de diciembre	<ul style="list-style-type: none">• 20 de abril• 21 de julio• 21 de diciembre

En las **Juntas Directivas** celebradas durante 2022 no se produjo ningún alta ni baja de las organizaciones miembro, ni tampoco se recibió ninguna solicitud de alta o baja al respecto. Y los Estatutos de la interprofesional no han sufrido ninguna modificación en este periodo.

En cuanto a las reuniones de la **Asamblea General**, se han celebrado tres a lo largo del año, una de carácter ordinario celebrada en el mes de abril y dos de carácter extraordinario celebradas en los meses de julio y diciembre.

- **La Asamblea General se celebró el 20 de abril de 2022** durante esta reunión se aprobó la memoria anual de InLac en la que se presentó la relación de actividades del año 2021, el estado de representación al cierre de del ejercicio 2021, la información financiera del 2021 y presupuesto del 2022 y finalmente las cuentas anuales y el informe de auditoría de InLac.
- **La Asamblea General extraordinaria** celebrada el 21 de julio 2022 en la que se alcanzó el acuerdo de extensión de norma de InLac para los próximos 4 años.
- **La Asamblea General extraordinaria** celebrada el 21 de diciembre 2022 en la que se ratificaron los cargos de la nueva Junta Directiva y se aprobó el presupuesto para 2023.

2. ASPECTOS SECTORIALES



CONTENIDO

2.1. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

2.2. VERTEBRACIÓN SECTORIAL

2.3. I+D+I

2.1. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN



CONTENIDO

2.1.1. Plan de Comunicación.

2.1.2. Campañas nacionales.

2.1.3. Campañas internacionales.



2.1.1. Plan de comunicación

CONTENIDO

- A. OBJETIVOS
- B. GABINETE DE PRENSA
- C. WEB Y RRSS
- D. ACTIVIDADES

A. OBJETIVOS

Seguir incidiendo en el posicionamiento de InLac como una entidad representante de todo el sector lácteo y como fuente informativa de referencia

Estar alerta ante temas polémicos que puedan afectar a la imagen de la interprofesional

Destacar el compromiso del sector con el medio ambiente, el bienestar animal, la sostenibilidad, la lucha contra el despoblamiento rural, etc. para transmitir al consumidor la importancia del trabajo que realiza todo el sector, para poner en la mesa estos productos de gran calidad.

Potenciar una comunicación que nos recuerde momentos de consumo y disfrute de los lácteos en nuestro día a día

- Para InLac es importante mantener una estrategia viva, que se adapte a los tiempos cambiantes y que sirva para dar respuesta a las necesidades reales que tiene el sector. Por ello, en 2022 **se encargó a una consultora un estudio para que analizase la percepción de los consumidores sobre la actividad ganadera láctea y la sostenibilidad de los lácteos.**
- Dicho estudio concluyó que, aunque **la evolución e imagen del sector es positiva, existen áreas de mejora** relacionadas con la percepción del impacto negativo en el bienestar animal y/o en el medio ambiente. Y que, si no se trabajan en dichas áreas, esto podría suponer una futura reducción en la compra, especialmente de leche, entre los hogares españoles.
- Este estudio fue la base para que, a finales de 2022, InLac organizase un concurso con el fin de seleccionar a una **agencia de comunicación y asuntos públicos** que desarrollase, a largo plazo, **una estrategia integral de sostenibilidad, entendida esta desde el punto de vista social, económico y medioambiental, para el conjunto del sector lácteo español.**
- En marzo de 2023 se ha seleccionado a la agencia responsable que llevará a cabo su implementación y ejecución a partir del segundo trimestre de 2023.

B. GABINETE DE PRENSA

B.1 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN



Bases de Datos de medios

Se actualiza regularmente las bases de datos específicas de InLac, tanto nacionales como regionales, generales, económicas y sectoriales, impresos como digitales, tanto las secciones de Agricultura/Ganadería como las de Nutrición/Salud.



Ruedas de prensa / Encuentros informativos

Actividades asociadas a la organización de ruedas de prensa/encuentro con medios (elaboración nota de prensa o dossier), preparación de portavoces, convocatoria de medios...



Dossier de Prensa

Actualización continua del dossier de prensa corporativo con el fin de que sea un documento ligero y manejable por los medios de comunicación.



Puedes verlo [aquí](#)



Atención a los medios de comunicación

Los medios de comunicación suelen contactar con el gabinete de prensa para **pedir determinada información** o solicitar **declaraciones** de InLac ante determinados temas. El gabinete de prensa junto con la Directora Gerente de InLac valora y gestiona tales peticiones.

B. GABINETE DE COMUNICACIÓN



B.1 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN



Artículos de Opinión

Los artículos de opinión son una herramienta más selectiva que permiten tratar un tema de interés con la **visión y el conocimiento de un experto**, lo que contribuye al posicionamiento de la interprofesional en el ámbito de los temas de actualidad.



Gestión de crisis

Gestión de temas polémicos o críticos que también pueden afectar o impactar al sector lácteo:

- Monitorizarlos de forma diaria.
- Medidas a establecer / no establecer (proactivos, reactivos...).
- Activar a un equipo específico de crisis ante una dimensión o envergadura mayor mediante un plan de choque y plan de recuperación.



Clipping

Selección diaria de los artículos o recortes de prensa referentes al sector lácteo.



Eventos /Foros

El gabinete de prensa identifica eventos que puedan suponer un espacio para el posicionamiento de InLac a través de la asistencia o participación en encuentros tanto **sectoriales** como con **medios de comunicación**.



Gestión eficaz y rápida

El gabinete de comunicación entiende a los medios: sus necesidades, urgencias, timings y cierres, momentos oportunos para lanzar una noticia...

B. GABINETE DE COMUNICACIÓN

CONCLUSIONES

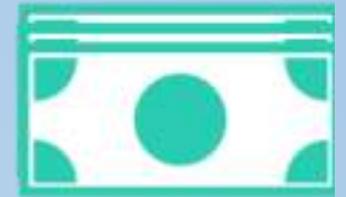
- Ha sido un año muy importante para INLAC en cuanto a presencia mediática.
- Los impactos conseguidos son fruto de las notas de prensa remitidas por INLAC, entrevistas, peticiones informativas de medios de comunicación o por noticias de actualidad que incluyen referencias a INLAC.
- A cierre de ejercicio 2022, los medios de comunicación han publicado **1.513 artículos** con referencias a INLAC; que han permitido unos **236,2 millones de impactos (OTS)** y un **valor equivalente publicitario (AVE)** **4.663.560 euros.**

OTS



236 mill.

AVE



4,6 mil. €

VOLUMEN



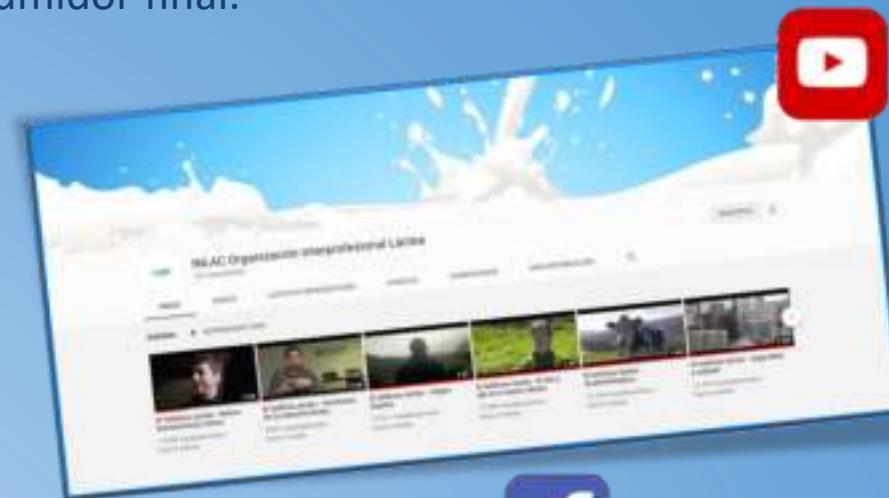
1.513
artículos

C. WEBY RR.SS

Web corporativa con acceso a toda la información sectorial, normativas de interés y al Sistema de Información Láctea (SILAC).

Se trata de una web mucho más completa, dinámica, accesible, moderna y transparente, con objetivo de acercar al sector lácteo y al consumidor toda la información relevante en torno a esta actividad estratégica para la economía y el desarrollo rural.

En estos años se han potenciado el uso de RRSS como Facebook, Twitter y Youtube para estar más cerca del consumidor final.



D. ACTIVIDADES 2022

- Premios Mujer Agro.
- Inauguración campaña europea sobre la sostenibilidad en el sector lácteo.
- Presentación libro del sector lácteo de Cajamar.
- Foro Lácteo en Bruselas.
- Fromage Cheese Experience.





2.1.2. Campañas nacionales

CONTENIDO

2.1.2.1. Campaña 3 AL DIA.

2.1.2.2. Campaña #QUESEA.

2.1.2.3. Campaña medios especializados



2.1.2.1. Campaña 3 AL DÍA

CONTENIDO

- A. OBJETIVO
- B. CREACIÓN DE LA MARCA Y REGISTRO
- C. MENSAJES DE LA CAMPAÑA
- D. 3 AL DÍA EN TV y RRSS
- E. RESULTADOS

A. OBJETIVO

- El consumo de leche líquida en España presenta una tendencia decreciente en los últimos años.
- El consumo de otros derivados lácteos y de queso, se mantiene relativamente estable, con una ligera tendencia a la baja.
- La producción de leche crece en España y en Europa, en especial desde la liberalización en el año 2015.
- Según un estudio científico elaborado por la Fundación Española de la Nutrición (FEN), la Fundación Iberoamericana de Nutrición (FINUT) y la Federación Española de Sociedades de Nutrición, Alimentación y Dietética (FESNAD), el 80% de la población española no toma las cantidades necesarias de calcio.

A. OBJETIVO

Por todos estos motivos, InLac considera esencial poner en marcha una campaña dirigida al consumidor final que:

- Con una estrategia a largo plazo, establezca el hábito de tomar tres lácteos al día.
- Revalorice la necesidad diaria del consumo de lácteos.
- Cambie la tendencia sobre la necesidad y los beneficios de consumir lácteos, basándose en los componentes de los lácteos y de sus beneficios funcionales.
- Potencie el valor del medio rural español y del sector lácteo español en su conjunto, visibilizándolo.

Con estas premisas se ha diseñado una campaña, que se identifica bajo un logo, una marca comercial registrada, que sirve para potenciar el prestigio del sector lácteo español en su conjunto, entre los consumidores.



B. CREACIÓN DE LA MARCA Y REGISTRO



- En 2018 se realizó el registro de los logos de la marca comercial 3ALDÍA.
- Se ha elaborado un manual que se establece unas condiciones de uso, al objeto de que dicho logo sirva para potenciar el prestigio del sector lácteo español en su conjunto, entre los consumidores.
- **En diciembre de 2022 en número de industrias adheridas a esta marca comercial asciende a 58.**



C. MENSAJES DE LA CAMPAÑA

UNA RACIÓN EQUIVALE A...

Un vaso de
leche de
250 ml



60 g de queso
fresco o 30 g de
semicurado/
curado



Dos
yogures



3ALDÍA

- Es el mensaje que lanza el sector lácteo español y la Fundación Española de la Nutrición.
- Mensaje avalado por las suficientes investigaciones científicas.
- Recuerda a los consumidores la importancia de tomar al menos tres productos lácteos al día en todas las edades, desde la niñez hasta edades avanzadas.
- Los lácteos son un alimento situado en la base de la pirámide nutricional, fuente de nutrientes esenciales para el organismo y en el marco de una dieta variada y equilibrada, contribuyen a tener un hábito de consumo saludable.

D. 3 AL DÍA EN TV y RRSS

**“NO DEJES DE HACER LAS COSAS QUE TE SIENTAN BIEN,
NO DEJES DE TOMAR 3 LÁCTEOS AL DÍA”**



D. 3 AL DÍA EN TV y RRSS



1º oleada

Enero febrero



2º oleada

Mayo-junio



3ª oleada

Octubre



oleada

Abril-mayo



2021



2022



E. RESULTADOS

Una vez finalizada la campaña, se encargó un **estudio a una consultora** para evaluar el impacto de la campaña publicitaria “3 lácteos al día” entre los hogares españoles, y cuyas conclusiones más significativas fueron las que se indican a continuación:

- Las campañas de recomendación institucional influyen positivamente en el consumo de los productos.
- Esta campaña ha funcionado: impactado, influenciado y el mensaje “ha calado”.
- Los aspectos visuales impactan (letras FEN) pero los mensajes “prescriptivos” (además) influyen (salud, bienestar...).
- La televisión es el principal medio de impacto, pero cada público objetivo destaca en medios diferentes (jóvenes en digitales como RRSS, seniors en tradicionales como radio o prensa).



2.1.2.2. Campaña #QUESEA

CONTENIDO

- A. OBJETIVO
- B. RELACIONES PÚBLICAS
- C. DIGITAL
- D. ACCIONES TÁCTICAS
- E. ACCIONES EN EL PUNTO DE VENTA

A. OBJETIVO

En los últimos años InLac ha desarrollado la campaña **Es queso** con el objetivo de transmitir al consumidor la gran cultura quesera que existe en España, pues contamos en nuestro territorio con más de 150 variedades y 29 figuras de calidad diferenciada. Los quesos españoles son elaborados por ganaderos, productores y herederos de la tradición artesana e industrial, que representan a un sector reconocido no solo por su artesanía y su historia sino por la fuerza de su industria, la innovación y la tecnología que promueven.

Con la intención de dar un pasó más y profundizar en la promoción del queso español, nace en octubre de 2020 la campaña **#QUESEA CON QUESOS DE ESPAÑA**, campaña que además de transmitir al consumidor la variedad de quesos existentes en España, tiene como objetivo principal **aumentar las ventas y el consumo del queso español dando valor al producto y proponiendo momentos de consumo.**

- Campaña enfocada el **punto de venta** pero con **acciones tácticas** desde el punto de vista de **imagen** que aporten **notoriedad** y **visibilidad** en los grandes medios de comunicación españoles

Es Queso

ES BUENO, ES SANO, ES NUESTRO

quesea

con quesos de España

B. RELACIONES PÚBLICAS

RESULTADOS CLIPPING EN
LOS 3 AÑOS DE CAMPAÑA



AVE (VALOR
EQUIVALENTE
PUBLICATARIO):
1.035.435 €

**30 NOTAS DE
PRENSA**

**MÁS DE 100
ENTREVISTAS
GESTIONADAS**

OTS
(CONTACTOS):
84.670.180

**259
PUBLICACIONES EN
MEDIOS DE
COMUNICACIÓN
(PRENSA, RADIO Y
TELEVISIÓN)**

B. RELACIONES PÚBLICAS

B.2. CREACIÓN DE MATERIALES

INFOGRAFÍA

DECÁLOGO DE MARIDAJE



FOTOTECA

DOSSIER DE PRENSA



C. DIGITAL

C.1 WEB



Pulsa para ver el vídeo

C. DIGITAL

Cambio de Look & Feel de Redes sociales y creación de contenidos mensuales.

C.2. RRSS



https://www.instagram.com/quesea_es/



<https://www.facebook.com/quesea.es>

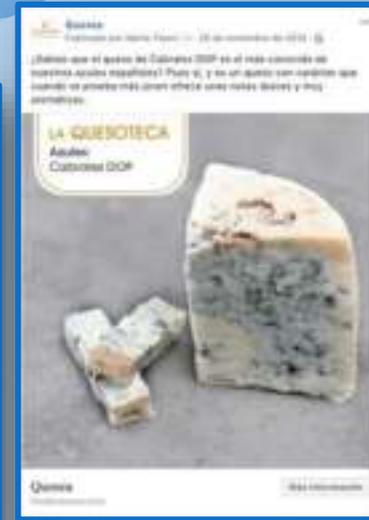


https://twitter.com/Quesea_Es



C. DIGITAL

C.2. RRSS



C. DIGITAL



Mayor
ENGAGEMENT



807 likes
2 comentarios



593 likes



546 likes
3 comentario

Mayor ALCANCE



1.442 personas



1.382 personas



1.364 personas

C. DIGITAL



456 impresiones



8 interacciones

D. ACCIONES TÁCTICAS

SITE: HOME EN TELECINCO



1.716
Páginas vistas

VIDEO PROMOCIONANDO LOS
QUESOS DE ESPAÑA



Pulsa para ver el
vídeo

<https://www.telecinco.es/queseaconquesosdeespana/>

D. ACCIONES TÁCTICAS



Se han publicado **24 posts en rr.ss**
con 665.687 impresiones.

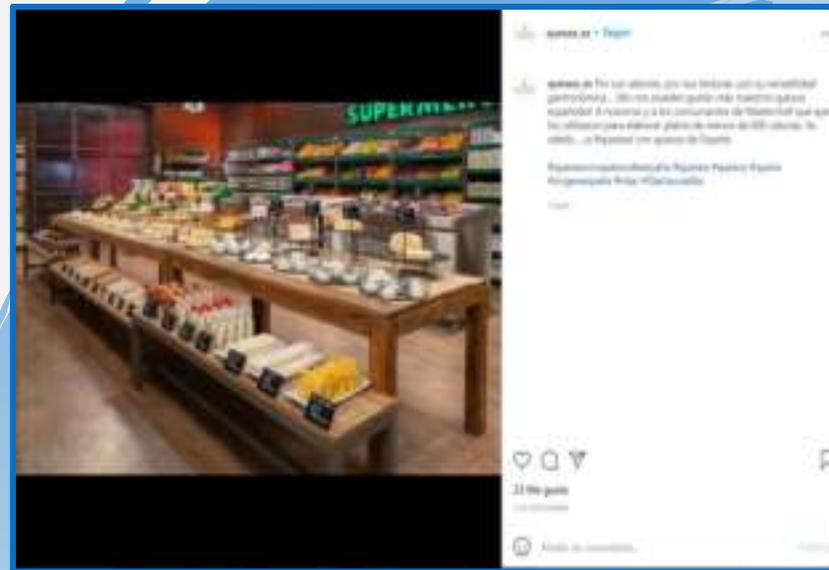
Las **caras de cadena**, han publicado
posts en su **IG Stories**, logrando
alcanzando a más de **88.000**
cuentas.



D. ACCIONES TÁCTICAS

MASTERCHEF CELEBRITY

- Programa más visto del día con un **19,7% de share** (+71.9% la media diaria de la cadena)
- **2.779.000** de espectadores



MasterChef
Celebrity



D. ACCIONES TÁCTICAS

QUESEA TRAINING

QUESEA TRAINING

30 MEDIOS DE
COMUNICACIÓN

TOP 3 MEDIOS

Telemadrid

<https://t3-eu-west-1.amazonaws.com/kmp/us-account-files/3061626/2022/3/31/CXUO5PAekWuQVXgo7Eoaw.mp4>

20 MINUTOS

<https://www.20minutos.es/videos/zente/4978697-el-queso-un-superalimento-para-los-deportistas-de-elite/>

ABC

https://www.abc.es/sociedad/abc-queso-espanol-aliado-para-deportistas-elite-202204010948_video.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com

2022	VOLUMEN	CONTACTOS	AVE
Evento Quesea	46 artículos	23.600.000	383.000 €
TOTAL	46 artículos	23.600.000 impactos	383.000 €



D. ACCIONES TÁCTICAS

MOMENTOS INTERNOS ENT V



E. ACCIONES EN EL PUNTO DE VENTA

#Quesea ha estado presente en un total de **295 establecimientos** a nivel nacional durante un total de **8 quincenas**. Se ha decorado con **885 stoppers** las secciones de quesos, vinos y panes en las tiendas top ventas de las cadenas Carrefour, Eroski y Ahorramás, dando así difusión a la campaña en todo el territorio nacional.



SUPER/HIPER	Nº CENTROS	Nº SOPORTES (3 por centro)	SEMANAS DE CAMPAÑA
CARREFOUR HIPER	100	300	16 semanas
CARREFOUR MARKET	50	150	16 semanas
EROSKI HIPER	25	75	16 semanas
EROSKI SUPER	70	210	16 semanas
AHORRA MÁS	50	150	16 semanas
TOTAL	295	885	80 semanas

FECHAS DE CAMPAÑA: del 14 de octubre 2020 al 2 de febrero 2021

CONTACTOS ALCANZADOS: 108.200.000

E. ACCIONES EN EL PUNTO DE VENTA



E. ACCIONES EN EL PUNTO DE VENTA

MADRID

76 centros

228 STOPPERS

ANDALUCÍA

24 centros

72 STOPPERS

ARAGÓN

2 centros

6 STOPPERS

ASTURIAS

2 centros

6 STOPPERS

CANARIAS

3 centros

9 STOPPERS

CANTABRIA

6 centros

18 STOPPERS

CASTILLA Y LEÓN

8 centros

24 STOPPERS

CATALUÑA

33 centros

99 STOPPERS

COMUNIDAD VALENCIANA

17 centros

51 STOPPERS

CASTILLA LA MANCHA

10 centros

30 STOPPERS

E. ACCIONES EN EL PUNTO DE VENTA

EXTREMADURA

2 centros

6 STOPPERS

GALICIA

7 centros

21 STOPPERS

ISLAS BALEARES

8 centros

24 STOPPERS

LA RIOJA

1 centros

3 STOPPERS

MURCIA

3 centros

9 STOPPERS

NAVARRA

13 centros

39 STOPPERS

PAÍS VASCO

80 centros

240 STOPPERS

E. ACCIONES EN EL PUNTO DE VENTA

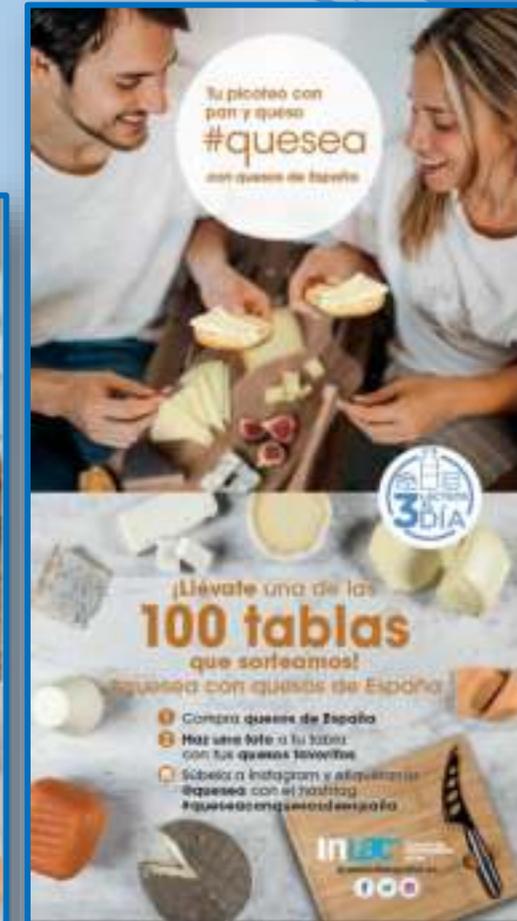
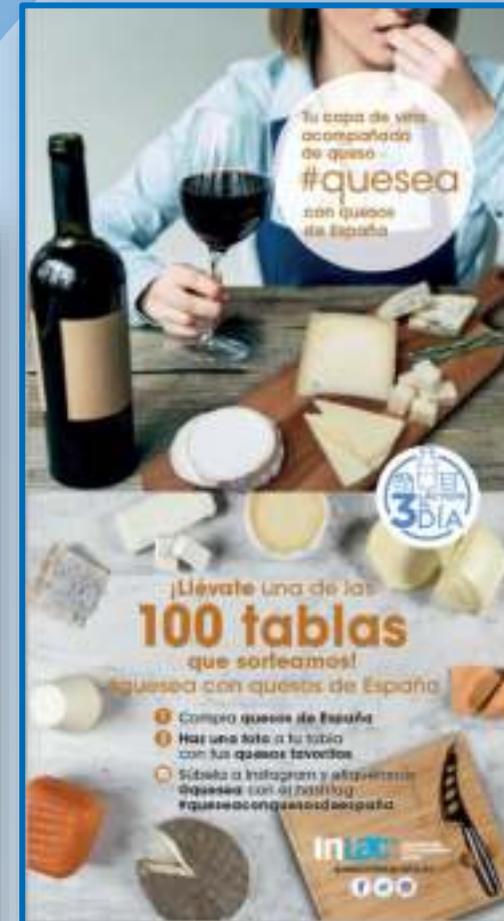
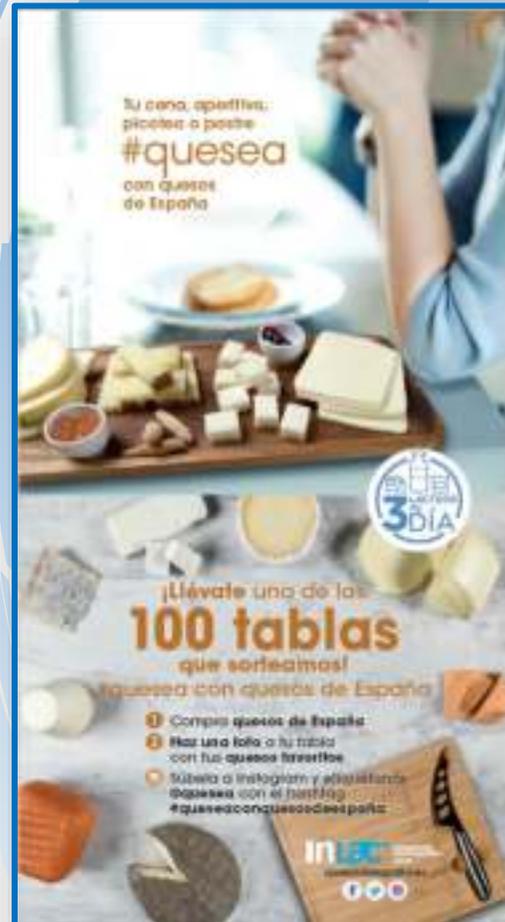


E. ACCIONES EN EL PUNTO DE VENTA

Creatividad de los Stoppers

colocados en las secciones de quesos, vinos y panes.

Además de promocionar los quesos Españoles en el punto de venta, se ha lanzado la promoción **GANA 100 TABLAS DE QUESO** a través de la participación en el perfil de Instagram de Quesa.



E. ACCIONES EN EL PUNTO DE VENTA

SORTEO EN INSTAGRAM

El sorteo en Instagram comenzó el 14 de octubre y finalizó el 31 de enero con un total de **222 participaciones** de consumidores que han creado sus tablas con quesos españoles y que han participado a través de fotos subidas en el feed y en stories etiquetando a nuestro perfil y usando el #queseaconquesosdeEspaña.

21.239 likes
180 comentarios

Los ganadores se pueden ver en: <https://xn--quesosdeespaa-tkb.es/concursos/>

Las tablas creadas por los participantes están en destacado en nuestro Instagram: https://www.instagram.com/quesea_es/

Además el sorteo ha tenido una gran repercusión en redes:





2.1.2.3. Campaña en medios sectoriales

En 2022 se puso en marcha una campaña de comunicación en los medios especializados del sector, con el fin de que los operadores del sector lácteo conociesen de primera mano todas las actividades que se estaban desarrollando en la interprofesional.

En ese sentido, InLac colaboró con medios sectoriales de prensa, en los que, a través de sus **revistas y portales digitales**, se publicaron diferentes notas de prensa, artículos, entrevistas... etc. relativos a las distintas campañas de comunicación de la interprofesional, los servicios que ofrece a través de su oficina técnica, el SILAC, los informes de comercio exterior, estudios y proyectos de I+D+i de interés para el sector, etc. Y también participó en **radio**, a través del programa **Onda Agraria**, en el que se emitió una entrevista al presidente y diferentes menciones sobre las actividades de InLac.

OTS



**1,1 millones de
contactos**

AVE



53.300 €



2.1.3. Campañas internacionales

CONTENIDO

2.1.3.1. Campaña sobre la sostenibilidad del sector lácteo español

2.1.3.2. Campaña para la promoción de quesos españoles en EE. UU.



2.1.3.1. Programa europeo sobre sostenibilidad del sector lácteo



CONTENIDO

A. OBJETIVO

B. ESTRATEGIA

C. ACTIVIDADES



CUENTA

CON LOS PRODUCTOS
LÁCTEOS EUROPEOS

HAZ QUE TU FORMA DE VIVIR
Y ALIMENTARTE

CUENTE

A. OBJETIVO

UN INNOVADOR PROGRAMA EUROPEO

Que informará al consumidor hasta el año 2024 sobre la sostenibilidad del sector lácteo de la U.E..

Un programa dirigido a...

Jóvenes y "abandonistas", personas menores de 45 años que no son conscientes de la reducción gradual del consumo que están teniendo.

- Familias jóvenes con y sin hijos
- Niños y adolescentes
- Responsables de compra en el hogar

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Con este programa queremos:

Recuperar a los consumidores abandonistas inconscientes.

Informando de la importancia de consumir 3 lácteos al día.

Contándoles, no solo valores nutricionales del producto, sino también el **compromiso de todo el sector lácteo español con la sostenibilidad** y todo lo que esta implica...



B. ESTRATEGIA

Utilizando **3 ejes principales en nuestra comunicación**



CONSUMO

Fomentar el consumo de al menos 3 lácteos al día en la sociedad, especialmente entre nuestro target.



CONCIENCIACIÓN

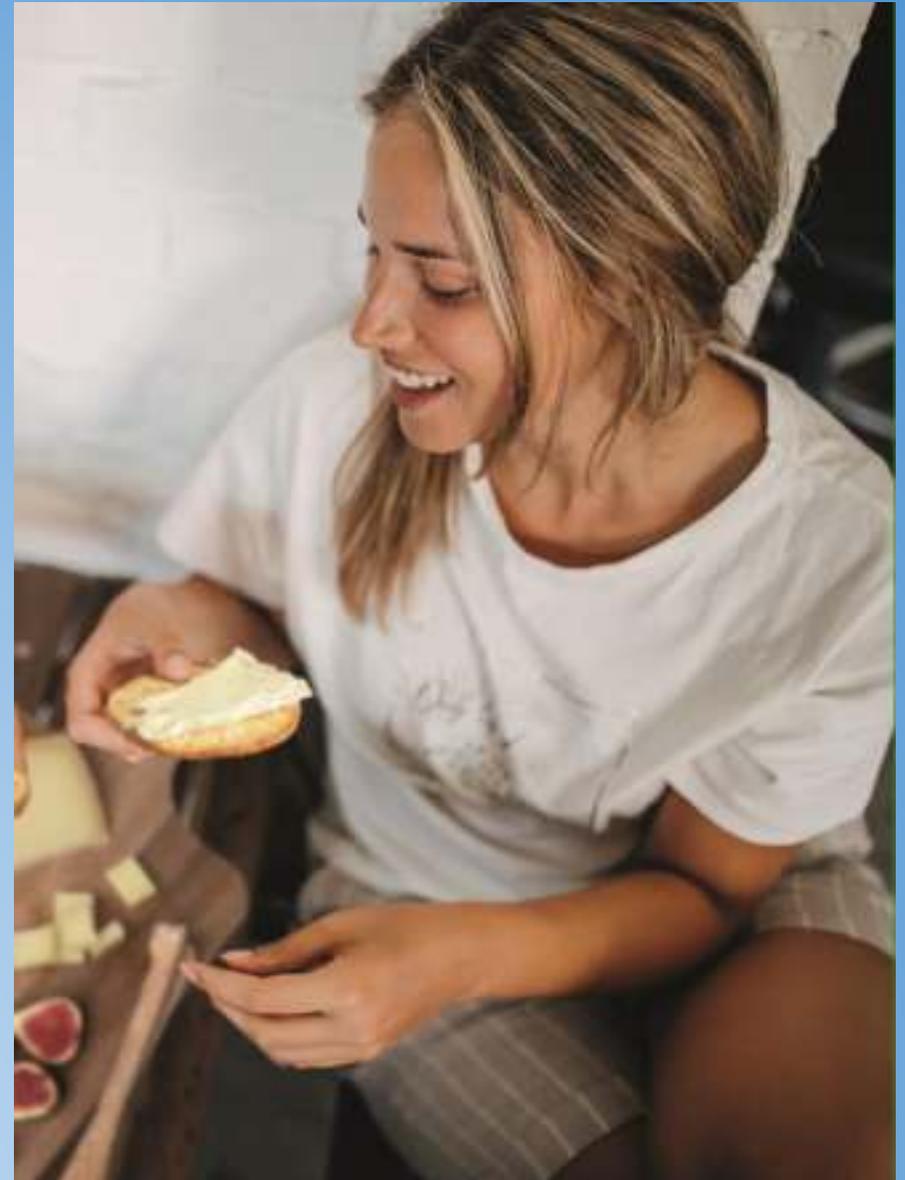
Concienciar al público en general, de los beneficios que aportan los lácteos y conocer lo que hay detrás de tomar 3 lácteos al día.



SOSTENIBILIDAD

Dotar a la comunicación de los valores vinculados con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente, mostrar el apoyo al sector ganadero e industrial.

- Queremos lograr que nuestro público cuente en su alimentación diaria con los alimentos lácteos europeos y que tomen al menos 3 lácteos al día: leche, queso y yogurt...
- Queremos que sean conscientes de que sus decisiones de consumo no solo cuentan para ellos, también cuentan para toda la sociedad, cuentan para el planeta y para el futuro de un sector comprometido con sus consumidores y con la sostenibilidad.
- Y es que nuestras decisiones de consumo no solo son importantes individualmente, sino también lo son a nivel social.
- Esta dimensión social y ética de nuestras elecciones de consumo se explicita de forma muy clara y directa en el claim de nuestra campaña **“Haz que tu forma de vivir y de alimentarte cuente”**.



INLAC

CUENTA CON LOS PRODUCTOS LÁCTEOS EUROPEOS

CADA VEZ QUE TOMAS
3 LÁCTEOS AL DÍA CUENTA PARA NUESTRO FUTURO Y EL DEL PLANETA

HAZ QUE TU FORMA DE VIVIR Y ALIMENTARTE CUENTE



INLAC

CUENTA CON LOS PRODUCTOS LÁCTEOS EUROPEOS

CADA VEZ QUE TOMAS
3 LÁCTEOS AL DÍA CUENTA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO RURAL

HAZ QUE TU FORMA DE VIVIR Y ALIMENTARTE CUENTE



INLAC

CUENTA CON LOS PRODUCTOS LÁCTEOS EUROPEOS

CADA VEZ QUE TOMAS
3 LÁCTEOS AL DÍA CUENTA PARA EL DESARROLLO NORMAL DE DIENTES Y HUESOS

HAZ QUE TU FORMA DE VIVIR Y ALIMENTARTE CUENTE



INLAC

CUENTA CON LOS PRODUCTOS LÁCTEOS EUROPEOS

CADA VEZ QUE TOMAS
3 LÁCTEOS AL DÍA CUENTA PARA ALCANZAR EL DESPERDICIO 0

HAZ QUE TU FORMA DE VIVIR Y ALIMENTARTE CUENTE



INLAC

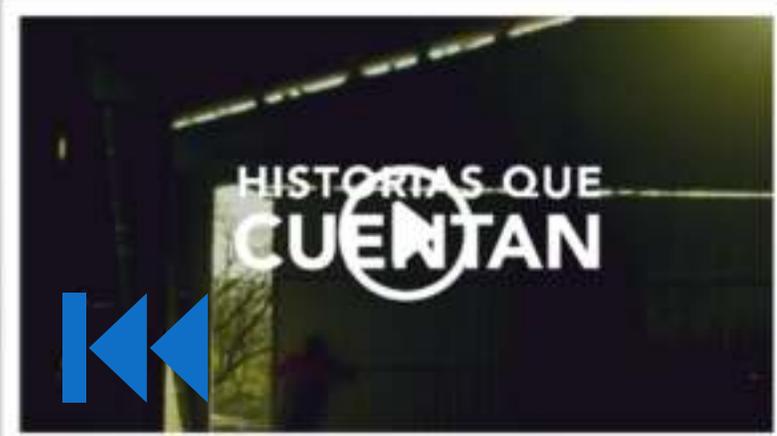
CUENTA CON LOS PRODUCTOS LÁCTEOS EUROPEOS

CADA VEZ QUE TOMAS
3 LÁCTEOS AL DÍA CUENTA PARA MEJORAR EL BIENESTAR ANIMAL

HAZ QUE TU FORMA DE VIVIR Y ALIMENTARTE CUENTE







ESTE PROYECTO CUENTA CON LOS MEJORES PROFESIONALES



HAZ QUE
TU FORMA
DE VIVIR Y
ALIMENTARTE

Y para ello hemos creado
el Comité de la sostenibilidad



COMITÉ DE LA SOSTENIBILIDAD



**NUTRICIÓN Y
PEDIATRÍA**

Rosaura Leis



**NUTRICIÓN Y
ALIMENTACIÓN**

Rosa Mª Ortega



**PRODUCCIÓN
ANIMAL**

David R. Yáñez



**CONSUMO
RESPONSABLE Y
DESPERDICIO 0**

Pepa Muñoz



**SOSTENIBILIDAD Y
BIENESTAR ANIMAL**

Salvador Calvet



Fernando Estellés



**REPRESENTANTE
DEL COMITÉ EN
BRUSELAS**

Tomás García Azcárate



C. ACTIVIDADES



**ESTE PROYECTO
CUENTA CON UN
IMPORTANTE
PLAN DE ACTIVIDADES**

3 AÑOS	+340 M IMPACTOS	ESPAÑA Y BÉLGICA
---------------	----------------------------	-----------------------------

CUENTA CON UN GABINETE DE PRENSA

+ DE 30 NOTAS DE PRENSA

6 VIDEO COMUNICADOS

ACCIONES ESPECIALES COMO EL CANAL LÁCTEOS TV Y EL DESARROLLO DE PODCAST LÁCTEOS





CUENTA CON UNA WEB

EN ESPAÑOL Y
FRANCS
Y
ACTIVACIONES
EN REDES
SOCIALES
EN FACEBOOK,
INSTAGRAM y TIK TOK



45.750 fans
12 Millones de visualizaciones de los spots





@miriammoreno_tve



@vero_zuma



@oscarpereiro



@alex.silvestrez

CUENTA
CON MÁS DE 45 COLABORACIONES DE INFLUENCERS Y + DE 180 CONTENIDOS

The advertisement features a hand holding a smartphone displaying a milk bottle and a bowl of yogurt. In the background, a blue electric fan is visible, and a woman is shown on a smartphone screen, holding a milk bottle. The bottom of the image shows a splash of white milk.

CUENTA

CON ACCIONES ESPECIALES DE BRANDED CONTENT EN TRES DE LOS GRUPOS DE COMUNICACIÓN



ACCIÓN ESPECIAL GRUPO HEARST



ACCIÓN ESPECIAL GRUPO MEDIASET



ACCIÓN ESPECIAL GRUPO ATRESMEDIA

CUENTA

CON UN IMPORTANTE PLAN DE MEDIOS

¿DÓNDE VAMOS A VER LOS SPOTS?



HAZ QUE TU FORMA DE VIVIR Y ALIMENTARTE CUENTE



Más de 1.000 spots de 20" en canales de cine y series de Movistar +



Más de 4,5M de impactos en telepromociones con Mediaset



Más de 3.450.000 spots en YOUTUBE Y CANALES DIGITALES



Más de 2 M de impactos de Spotify



CUENTA CON UNA POTENTE CAMPAÑA DE EXTERIOR



34 BUSES
URBANOS ECO



6 TRANVÍAS
URBANOS ECO DURANTE
EL MES DE LA SOSTENIBILIDAD



300
PARKINGS
BICI



CUENTA CON PRESENCIA EN EL PUNTO DE VENTA

700 PANTALLAS DIGITALES
EN 340 GRANDES
SUPERFICIES Y SUPERS

+ 6 MILLONES
DE PASES
DEL SPOT 10"

Carrefour   Carrefour  Carrefour  Supeco 





ACTO DE PRESENTACIÓN



PRIMER
FORO DEBATE
QUE CUENTA TODO
SOBRE LA SOSTENIBILIDAD
LÁCTEA

HAZ QUE
TU FORMA
DE VIVIR Y
ALIMENTARTE
CUEENTE





CHEESES
FROM **SPAIN**

2.1.3.2. Campaña para la promoción de quesos españoles en EE. UU.

CONTENIDO

A. OBJETIVO

B. SOLICITUD Y CONCESIÓN

A. OBJETIVO

La crisis provocada por la COVID y la guerra arancelaria entre la Unión Europea y Estado Unidos afectó negativamente a las exportaciones de queso tras ser uno de los 150 alimentos publicados en la lista de productos agroalimentarios afectados por un arancel del 25%. Por lo que es necesario recuperar la cuota de mercado perdida mediante la realización de campañas de promoción específicas que ayuden a incrementar las exportaciones españolas de queso. Y este es el objetivo principal de este programa: **la promoción de los quesos españoles en EE. UU con el fin de recuperar el mercado perdido por los aranceles que se establecieron en 2019 y que ahora están suspendidos. Además, se pretende incrementar la cuota de mercado y el conocimiento de los consumidores estadounidenses sobre los quesos españoles.**

- **Target:**
 - Profesionales del sector: importadores, distribuidores, etc.
 - Prescriptores de opinión: periodistas, chefs, influencers, etc.
 - Consumidores: foodies.
- **Ámbito espacial:** EE. UU. Priorizando aquellos Estados de especial interés para el sector.

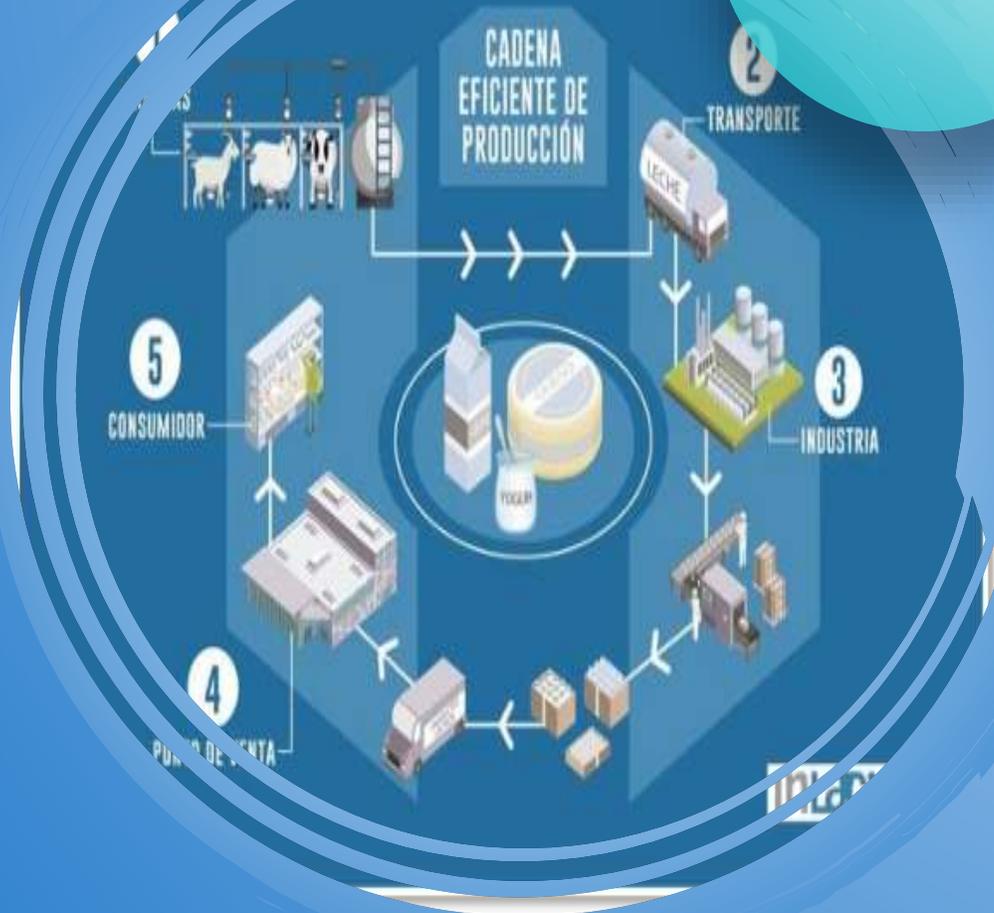


B. SOLICITUD Y CONCESIÓN

- En el mes de abril de 2022 se presentó una solicitud para la convocatoria de la UE de información y promoción relativas a productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países con el fin de desarrollar un ***programa simple para la promoción de quesos españoles en EE. UU.***
- El programa, titulado **DISCOVER THE EUROPEAN CHEESTORIES WITH CHEESES FROM SPAIN** y cuyo acrónimo es **EUROPEAN CHEESTORIES**, fue aprobado en octubre de 2022 y comenzará a **ejecutarse en el año 2023**. Tiene una **duración de 3 años y un presupuesto de 2.261.809 €**.
- Paralelamente se ha trabajado en un logo para la marca Cheeses from Spain y en la actualidad se está procediendo al registro de la marca y logo en EE. UU.



2. 2. VERTEBRACIÓN SECTORIAL



CONTENIDO

2.2.1 Convenio MAPA

2.2.2. SiLac

2.2.3. Campaña de vertebración sectorial

2.2.4. Oficina técnica

2.2.5. Información para el uso correcto de las denominaciones de leche y productos lácteos.

2.2.6. Informes de comercio exterior (SICE-LACT)

2.2.7. Cuestionario apertura mercado

2.2.8. Reuniones de los comités y grupos de trabajo

2.2.9. Colaboración de InLac con instituciones y organismos de carácter público



2.2.1. Convenio MAPA

El 27 de diciembre de 2021, se publica el Convenio entre el **Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación** y la **Organización Interprofesional del Sector Lácteo** para el desarrollo de determinadas actividades en el ámbito sectorial.



EL OBJETIVO:

Establecer las bases de colaboración entre el **MAPA e InLac**, Para el desarrollo de determinadas actividades en el ámbito sectorial.

REUNIONES 2022

23 de febrero, reunión de la Comisión de seguimiento y coordinación del Convenio MAPA-InLac.

En esta reunión en la que participaron representantes del Ministerio y de InLac se acordó avanzar en las propuestas de colaboración, en un entorno de numerosos cambios para los sectores ganaderos, garantizando el cumplimiento de los objetivos del **Pacto Verde Europeo** y la estrategia “**De la Granja a la Mesa**”, salvaguardando siempre la sostenibilidad económica del sector y a sus operadores más vulnerables.

- En 2022, además, se trabajó en incorporar una nueva adenda a este convenio que permita verificar, validar y normalizar, a través del Laboratorio Arbitral de Santander, como laboratorio oficial del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, **la técnica para la cuantificación de la leche de diferentes especies presentes en los quesos de mezcla** que está desarrollando InLac, gracias al proyecto de I+D+i que puso en marcha en 2020. Esta adenda ha sido firmada en febrero de 2023.
- Y en diciembre de 2022 se presentó al MAPA, como se vienen haciendo estos últimos años, la memoria anual que describía las actividades relativas a los compromisos del convenio que se habían realizado a lo largo del año.



Presentación de la memoria de actividades en diciembre 2022



2.2.2. Silac

CONTENIDO

- A. OBJETIVO DEL SILAC
- B. ÍNDICES LÁCTEOS Y COMPILE
- C. INDICADORES
- D. INFORMACIÓN DEL SECTOR
- E. GESTIÓN DE USUARIOS

A. OBJETIVO DEL SILAC

- Punto de referencia en el sector lácteo nacional.
- Engloba e integra toda la información relativa a los mercados de la leche en origen y de los productos lácteos en los diferentes escalones de la producción y comercialización.
- Herramienta ágil, operativa y accesible, caracterizándose por ser un sistema ordenado, objetivo e independiente.
- Se nutre de datos procedentes de fuentes estadísticas de organismos e instituciones públicas, que aseguren tal independencia y transparencia.
- Sometido a un meticuloso calendario de actualizaciones de los datos que lo configuran, tanto de los mercados nacionales, europeos e internacionales.
- A disposición de todos los agentes, operadores y público en general.

B. ÍNDICES LÁCTEOS Y COMPILE

- Los índices son **una herramienta** para facilitar las negociaciones, incrementando la transparencia y el conocimiento de los mercados.
- Tienen en cuenta la **evolución de los mercados** en los contratos a largo plazo.
- Reflejan **los cambios** en las condiciones de los mercados.
- Construidos en base a **series estadísticas** de variables **independientes, pasadas y de acceso público**.
- Son **instrumentos de valor para el sector, accesibles y públicos**, que contribuyen a ofrecer **previsibilidad, transparencia y estabilidad** en las relaciones comerciales en el suministro de leche cruda.
- Su uso es **voluntad exclusiva** de los operadores del sector y requieren que las partes fijen libremente un **precio**.
- Hay que aceptar unas **reglas de evolución** de precios basadas en indicadores objetivos.
- **NO SON PRECIOS.**
- Construidos con series estadísticas pasadas, no son a futuro (CNMC).
- No constituyen, en ningún caso, ningún tipo de recomendación.

B. ÍNDICES LÁCTEOS Y COMPILE

Bienvenidos a SILac

SILac es el Sistema de Información Láctea de la Organización Láctea Internacional. Su objetivo principal es:

- Ser una fuente de información ordenada, independiente, coherente y accesible de los mercados y productos lácteos que operan y participan en el sector lácteo español y ayudar a la toma de decisiones acertadas los actores relacionados con su cadena de valor.
- Ser una herramienta para mejorar el funcionamiento del sector lácteo que se encuentra al servicio de los todos los operadores y en general, de todas las personas interesadas en el sector.
- Integrar la información relativa a los mercados de la leche en origen y de los productos lácteos en los diferentes eslabones de la producción y comercialización, representando una ventana única para la consulta de bases estadísticas de organismos e instituciones públicas, privadas, nacionales, europeas e internacionales.

SILac está compuesto por tres módulos de información a los que se puede acceder a través de la pantalla superior y en el que encontrará contenido clave.

Índices de referenciación láctea

Índice	Fecha	Variación mensual	Variación anual
Índice A1	Feb 2020	-4,70	0,58
Índice A1	Feb 2020	-4,70	0,58
Índice A2	Dic 2019	0,09	0,00
Índice A1	Dic 2019	0,09	1,87

Índices de referenciación láctea

Índice	Fecha	Variación mensual	Variación anual
Índice A1	Nov 2019	-1,80	-2,17
Índice A1	Nov 2019	-1,80	0,00

Índices de referenciación láctea

Índice	Fecha	Variación mensual	Variación anual
Índice 1	Ene 2020	-6,17	0,81
Índice 2	Ene 2020	-1,47	5,84

B. ÍNDICES LÁCTEOS Y COMPILE

COMPILE es una herramienta que SIRVE para:

- Comparar resultados del pasado en función de la aplicación de Índices.
- Ayuda a encontrar el precio inicial del pasado.



C. INDICADORES

- Consulta de los indicadores más útiles para conocer la situación y evolución de cada uno de los eslabones de la cadena de compra-venta de leche.
- 26 indicadores sectoriales, sometidos igualmente a actualización mensual.
- Definidos por un panel de expertos elegidos por **InLac**, especializados en cada sector.
 - ✓ **Producción:** 10 indicadores nacionales y 10 internacionales
 - ✓ **Industria:** 6 indicadores

C. INDICADORES

PRODUCCIONES NACIONALES

P1. Porcentaje de variación del precio medio ponderado de la leche de vaca pagado a ganadero

P2. Precio medio ponderado de la leche de vaca pagado a ganadero

P3. Distancia de precios medios ponderados de CCAA frente a PRECIO promedio FECA

P4. Precio de leche ajustada a sólidos 7,3%

P5. Precio de leche ajustada a sólidos 7,3% para Industrias LTO en la Unión Europea

P6. Variación de la producción-entregas en campo (% var. interm. e interanual)

P7. Número de ganaderos con entregas

P8. Precio novilla primer parto

P9. Precio Pienso Complementario (PC) vacuno lechero (€/tonelada)

P10. Coste de la energía



PRODUCCIONES INTERNACIONALES

P11. Precio de la leche de vaca a nivel mundial (ajustado a sólidos 7,3%)

P12. Precios medios de leche de vaca (Ajustado a sólidos) pagados a productores a nivel europeo

P13. Distancia del precio medio de leche de vaca Ajustado a sólidos en España frente al indicador mundial IFCN

P14. Precio de la leche de vaca US y NZ (ajustada a sólidos 7,3%)

P15. Producción de leche de vaca a nivel EU. Principales competidores

P16. Variación de la Producción de leche de vaca a nivel EU. Principales competidores



INDUSTRIA

I1. Índice de precio industrial. Fabricación de productos lácteos

I2. Índice de precio industrial. Producción de quesos

I3. Producción industrial de leche de vaca de consumo

I4. Producción industrial de queso de vaca

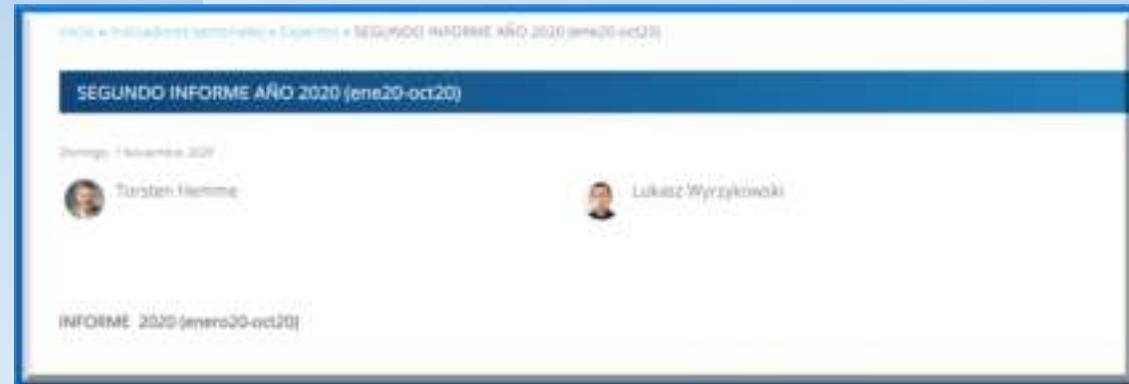
I10. Precios medios mensuales de cotización de las commodities en la EU

I11. Precios medios mensuales de cotización de las commodities en el mercado mundial GDT (Global Dairy Trade)

C. INDICADORES

- **InLac** cuenta con la colaboración de la entidad alemana **IFCN** (International Farm Comparison Network, www.ifcndiary.org) que es la red internacional comparativa de granjas típicas.
- Su principal objetivo consiste en el análisis de la eficiencia y la competitividad sectorial en las diferentes regiones productoras de leche a nivel mundial. Su metodología se aplica en España a través del proyecto del MAPA, RENGRATI.
- Esta entidad además de ser responsable de los indicadores de Producciones internacionales, semestralmente, elabora informes sobre la situación del sector lácteo a nivel nacional, europeo e internacional.

A disposición del público en la web de **SILAC**:



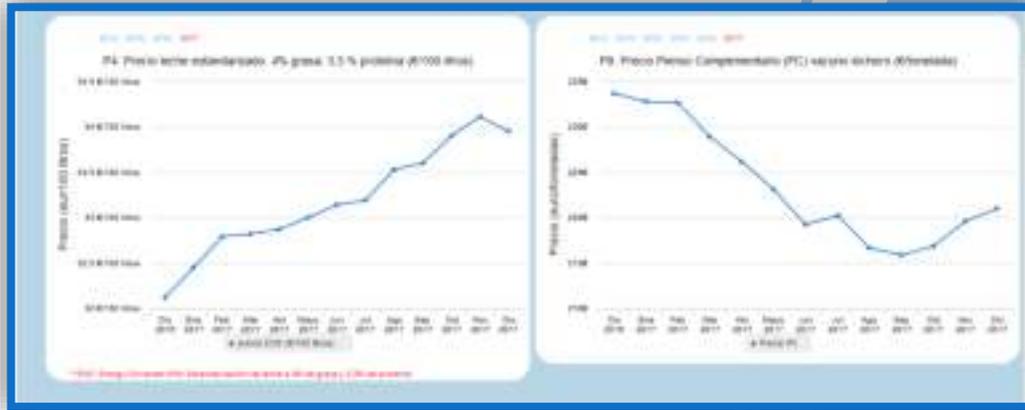
D. INFORMACIÓN DEL SECTOR

- **Enlaces de interés:** Acceso directo a todas aquellas webs de interés, fuentes de información, organismos o puntos de referencia del sector lácteo nacional e internacional.
- **Cuadro de mandos:**
 - Herramienta idónea para llevar un control y un seguimiento de la situación actual o de la evolución del sector.
 - Se nutre de los valores de los indicadores sectoriales registrados en la web a tiempo real.
 - Compuesto de 12 indicadores sectoriales y 2 gráficas de comercio exterior extraídas del último informe SICE-LACT emitido.
 - Sistema dinámico que permite al usuario seleccionar simplemente con el ratón las variables a mostrar en cada gráfica así como el año/-s de elección.



D. INFORMACIÓN DEL SECTOR

- Cuadro de mandos:



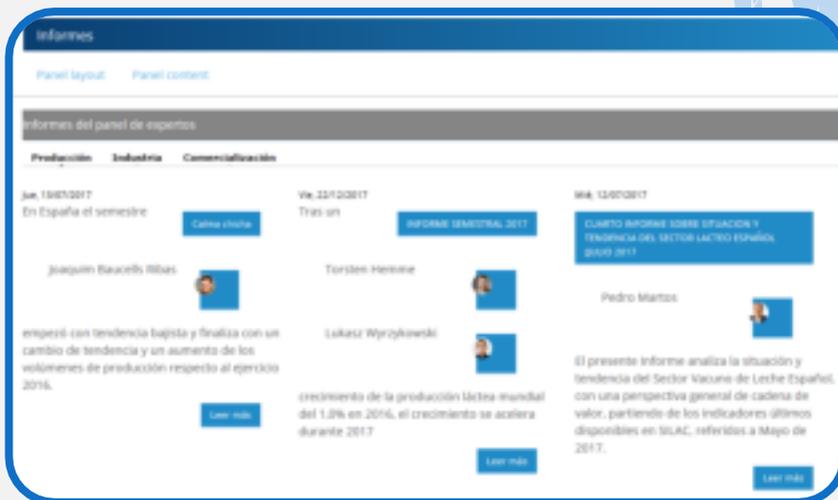
D. INFORMACIÓN DEL SECTOR

- **Normativa:** Acceso directo a la propia reglamentación del sector lácteo o enlace al conjunto de la misma.
- **Estudios:** Redirecciona de forma ágil al usuario a los estudios publicados desde la web de **InLac**, así como ofrece nuevos estudios sectoriales.



Informes:

- Único punto de este apartado de acceso exclusivo a usuarios autorizados.
- Pone a disposición de tales usuarios los informes elaborados por el panel de expertos colaborador con SILAC.



E. GESTIÓN DE USUARIOS

- Los usuarios del sistema accedían a la parte privada, vía un proceso de identificación nombre de usuario/contraseña, con los beneficios de acceder y consultar todos los apartados de este completo sistema.
- Desde 2021 esta web es de libre acceso.
- **InLac** ofrece un servicio de asistencia telefónica (**91.322.54.04**) o por correo electrónico (inlac@tragsa.es) de atención al usuario de cara a solventar las dudas surgidas, metodologías de aplicación de los índices de referenciación, ejemplos/casos prácticos, etc. e incluso frente a dudas sobre la aplicación de contratos lácteos.



2.2.3. Campaña para la vertebración sectorial

OBJETIVO

- En el marco del programa europeo se elaboraron diferentes creatividades para un spot publicitario (ver [aquí](#)).
- Los resultados de estos spots fueron tan buenos que se decidió emplear recursos de la interprofesional para potenciar el programa europeo y difundir estos mensajes de apoyo y puesta en valor del sector.
- Se diseñó una estrategia de difusión de los [spots](#) en televisión (A3 media, Mediaset, y televisiones regionales), diversas plataformas digitales (YouTube, Spotify...), patrocinio de programas como aquí es la Tierra de RTV, Planes Gourmet, momentos internos en A 3 Media y Mediaset y la grabación de una noticia integrada que se emitió en los programas de Mediaset ([4 al día y Ya es mediodía](#)) en los que se habló de la importancia del sector lácteo desde el punto de vista económico, social y medioambiental.

MIX DE CADENAS



Antena 3 ocupa 15 de los 20 puestos del ranking. Destacan los pases de Prime time en **PASAPALABRA** y los de Day en **LA RULETA**



Así como los 2 spots de 30" del primer día de campaña en la serie **SECRETOS DE FAMILIA**







Emisión en Cuatro
Domingos 12:00



46 AVANCES 30" + 1 REPORTAJE 60"



PRESENCIA EN
PORTADA WEB

300.000
Impresiones
estimadas

717.616
Impresiones
reales

1.314
Clicks

0,18%
CTR %



PATROCINIO 10" - AQUÍ LA TIERRA



16 CARETAS PATROCINIO 10"



Patrocinio semanal del programa de medio ambiente, productos locales y sostenibilidad de TVE-1

NOV

M	X	J	V	S	D	L	TOTAL
15	16	17	18	19	20	21	
3	3	3	3		1	3	16



100%
Prime Time



100%
Posicionados

54,6
GRPS RCH

Previsto 20 Grp's

66,9
MUJ+40

Previsto 25 Grp's



- Traslado del Spot a la **plataforma líder de consumo de video**
- **Formato:** TRUE VIEW 30" + BUMPER 6"
- **Dos tipo de compra:** CPV (True view) + CPM (Bumper)
- **Segmentación:** Mujeres +25



- Trabajando el **Social Video** a través de las **redes sociales líderes**
- **Formato:** PPV+STORIES+REELS
- **Compra a CPV**
- **Segmentación:** Mujeres +25



- Amplificando el alcance al territorio **Audio Online**
- **Formato:** Cuña entre canciones en sesiones activas + **display acompañamiento.**
- **Compra a CPM**
- **Segmentación:** Mujeres +25

BRANDERIZACIONES FORMATO NOTORIO

20 minutos

20 minutos

inLac

Cuenta con los Lácteos

El Gobierno se reserva un "colchón" fiscal de 20.000 millones de euros para gestionar en el plan contra la inflación

DERROTA | EE.UU. tacha de "transparentemente falsas" las acusaciones rusas sobre el uso de una bomba sucia

EL MUNDO

inLac

Cuenta con los Lácteos

Trabajamos por la rentabilidad y puesta en valor del sector lácteo español

Los socialistas se opusieron a que el Parlamento Europeo envíe a Cataluña una misión para analizar la discriminación lingüística



2.2.4. Oficina técnica

CONTENIDO

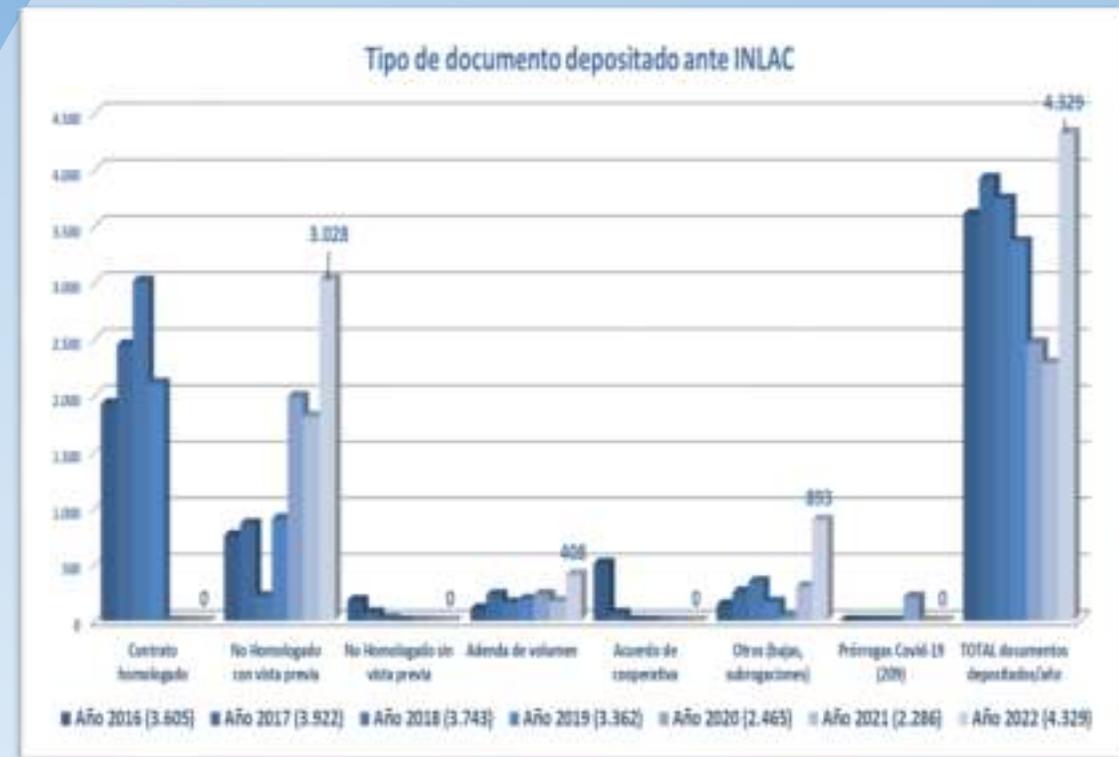
- A. ASISTENCIA Y APOYO TÉCNICO
- B. GESTIÓN Y REGISTRO DE CONTRATOS
- C. VISTAS PREVIAS

A. ASISTENCIA Y APOYO TÉCNICO

- Resolución de consultas de los operadores del sector, vía telefónica o vía correo electrónico en el buzón inlac@tragsa.es
- Principalmente sus cuestiones se han centrado en:
 - Procedimientos de formalización y extinción de contratos
 - Registro de información básica en los contratos
 - Modelos de documentos (contratos, bajas, subrogaciones)
 - Extensión de Norma
 - Metodología de la aplicación de los índices de referenciación láctea

B. GESTIÓN Y REGISTRO DE CONTRATOS

- Se ha continuado a lo largo de estos años con el trabajo de recepción, análisis, registro en base de datos y custodia de los contratos recibidos.
- Trimestralmente se elabora un informe sobre la situación de los contratos depositados y anualmente un informe sobre la evolución del depósito y registro de contratos ese año y el histórico desde el inicio de este registro (año 2016).



C. VISTAS PREVIAS

El **Real Decreto 95/2019, de 1 de marzo**, por el que se establecen las condiciones de contratación en el sector lácteo y se regula el reconocimiento de las organizaciones de productores y de las organizaciones interprofesionales en el sector, y por el que se modifican varios reales decretos de aplicación al sector lácteo, **en su artículo 5.6 posibilita** a las partes firmantes de contratos de compra-venta de leche a que incluyan, si así lo acordasen, una cláusula relativa a la conciliación y vista previa ante InLac, en caso de existir diferencias en la interpretación o en la ejecución del contrato.

En aplicación del ***Procedimiento de vista previa de discrepancias en contratos lácteos firmados*** que ofrece InLac las labores a realizar son:

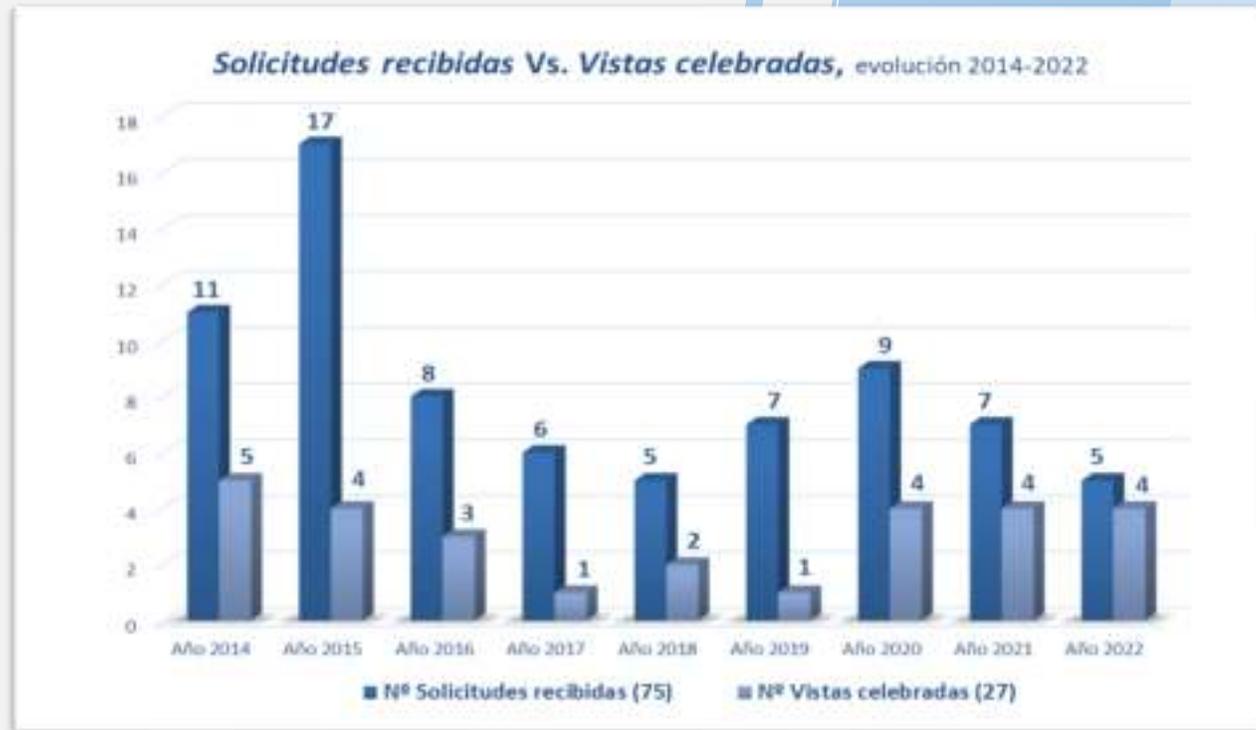
- Resolución de dudas y consultas sobre el procedimiento cuando los operadores contactan vía telefónica o email.
- Recepción de solicitudes de Vista Previa: recabando información sobre la discrepancia de ambas posiciones (reclamante y reclamando).
- Elaboración de un informe preliminar.
- Gestión de la convocatoria entre las partes.
- Celebración del acto de mediación.
- Si es necesario, elaboración del borrador de acta de vista previa y envío a los interesados.
- Seguimiento de la resolución de la reclamación y puesta en conocimiento de las partes.
- Archivo del expediente.

C. VISTAS PREVIAS

- Anualmente se realiza un *Informe de seguimiento del servicio de vistas previas ante InLac*.

En el año 2022:

- Se han recibido **5 solicitudes de vista previa ante INLAC** a través del buzón de entrada inlac@tragsa.es
- Los motivos de las reclamaciones que originan las solicitudes son:
 - Reclamaciones por impago.
 - El precio pactado por las partes no cubre los costes de producción.
 - Cese unilateral de contrato, etc.
- Los resultados de las vistas previas celebradas tienen una tasa de éxito en torno al 50%.



Histórico comparando el número de solicitudes de vista previa recibidas y número de actos de vista previa realizados por año, desde 2014 hasta diciembre de 2022.



2.2.5. Información para el uso correcto de las denominaciones de leche y productos lácteos

CONTENIDO

A. OBJETIVO

B. GESTIONES



A. OBJETIVO

- Estar alerta del uso inadecuado de las denominaciones de leche y productos lácteos para catalogar y clasificar productos vegetales.
- Constante comunicación con Administraciones, fabricantes, restauración, distintas entidades...
- Información sobre la terminología correcta y uso adecuado de las denominaciones lácteas.
- La mayoría de las respuestas son amables agradeciendo la información recibida, prometiendo la rectificación y adecuación a la normativa.
- En otros casos tras la negativa de retirar la venta y comercialización de productos vegetales bajo la denominaciones lácteas se emprenden acciones legales.

B. GESTIONES

ENTIDAD	FECHA	MOTIVO
A	13/01/2022	ERROR EN LA DENOMINACIÓN DE PRODUCTOS DE ORIGEN VEGETAL COMO PRODUCTOS LÁCTEOS
B	10/03/2022	Web de quesos veganos elaborados con anacardos
C	11/03/2022	Web de quesos veganos PLANT BASED
D	04/10/2022	CLASIFICACIÓN PRODUCTOS VEGETALES COMO ALIMENTOS LÁCTEOS
E	26/10/2022	Adquisición de LECHE DE SOJA 100% VEGETAL dentro del lote nº 3 LECHE.
F	02/11/2022	CLASIFICACIÓN PRODUCTOS VEGETALES COMO ALIMENTOS LÁCTEOS
G	10/11/2022	Han incluido la adquisición de “YOGUR DE SOJA” dentro de los alimentos lácteos.



2.2.6. Informes de Comercio exterior (SICE-LACT)

Los Informes sobre el **Comercio Exterior del Sector Lácteo Español (SICE-LACT)** constan de tres partes diferenciadas, además de un Informe Resumen:

- **Informe Resumen** sobre el Comercio Exterior del Sector Lácteo Español, en el período correspondiente.
- **Parte I:** Evolución de las importaciones y exportaciones de los productos lácteos (en formato TAM; en toneladas de leche equivalente y en miles de euros). Incluye el análisis descriptivo de los últimos 6 años, así como un avance de situación en el ejercicio en curso y su comparación con igual periodo del ejercicio anterior.
- **Parte II:** Mercados origen/destino de las importaciones/exportaciones de los productos lácteos españoles (en toneladas reales para cada producto y en miles de euros). Incluye un análisis descriptivo para un período de 6 años, así como un avance de situación en el ejercicio en curso y su comparación con igual periodo del año anterior.
- **Parte III:** Fichas de Comercio Exterior de mercados prioritarios para el Sector Lácteo Español (en toneladas y en miles de euros; análisis para un período de 6 años así como un avance de situación en el ejercicio en curso y su comparación con igual periodo del año anterior. Se incluyen estos mercados: Francia, Portugal, Italia, Alemania, Países Bajos, Reino Unido, Dinamarca, EEUU, México y China.

Se realizan al año tres informes sobre el Comercio Exterior del Sector Lácteo Español (SICE-LACT)



Informe a diciembre 2021
publicado en marzo del 2022.



Informe a abril 2022 publicado
en agosto de ese año



Informe a septiembre 2022
publicado en diciembre de ese año

Puedes consultarlos [aquí](#).



2.2.7. Cuestionario de apertura de mercado

OBJETIVO

En 2022 InLac financió un cuestionario para la **apertura del mercado ecuatoriano en la exportación de leche y alimentos lácteos**. Este cuestionario tiene por finalidad proporcionar información referente a la legislación y las condiciones sanitarias que debe presentar el país interesado en exportar al Ecuador mercancías pecuaria provenientes de la Unión Europea, conforme el punto 3 del apéndice 2 del capítulo 5 del Acuerdo Comercial entre Ecuador y la Unión Europea.



2.2.8. Reuniones de Comités y grupos de trabajo

COMITÉS



COMITÉ DE VACUNO

26 de enero
16 de febrero
17 de marzo
15 de junio
21 de septiembre
21 de diciembre



COMITÉ DE OVINO

19 de marzo
15 de julio
28 de octubre



COMITÉ DE CAPRINO

22 de marzo
17 de junio
20 de septiembre



2022

COMITÉS



COMITÉ DE ENLACE CON LA
DISTRIBUCIÓN

7 de julio



COMITÉ DE ENLACE CON LOS
LABORATORIOS
INTERPROFESIONALES

19 de enero

22 de marzo

2022

COMITÉ Y GRUPOS DE TRABAJO



COMITÉ DE COMUNICACIÓN

8 de febrero
5 de abril
7 de junio
18 de julio
6 de septiembre
7 de octubre
8 de noviembre



GRUPO DE TRABAJO TÉCNICO

3 de febrero
8 de abril
2 de junio
8 de septiembre
4 de noviembre

2022



2.2.9. Colaboración de InLac con instituciones y organismos de carácter público

- InLac es patrono de la **Escuela Interprofesional Láctea, EILZA**, que se dedica a la enseñanza, formación, divulgación y promoción de los sectores ovino, caprino, vacuno y lácteo/quesero. En 2022 además de las reuniones del patronato InLac colaboró en la difusión y puesta en marcha de los cursos que ofrecieron. Los cursos que se impartirán en los próximos meses pueden consultarse en su página web (www.eilza.es).
- A lo largo de 2022 InLac también colaboró y participó en diferentes jornadas organizadas por las asociaciones miembro de InLac como por ejemplo en el VIII Congreso de Cooperativismo Agroalimentario organizado por Cooperativas Agro-alimentarias en Toledo los días 30 junio y 1 de julio 2022; la presentación en Madrid del Anuario de la Agricultura y la Ganadería Familia de UPA el 13 julio o el congreso de la European Dairy Association (EDA) organizado por FeNIL entre el 24 y 25 de noviembre en Madrid...así como en diversas jornadas para apoyar al sector como la Feria de Fromago 2022 celebrada en Zamora o la Feria de Quesos de Sevilla.

2.3. I+D+i

inLac[®]



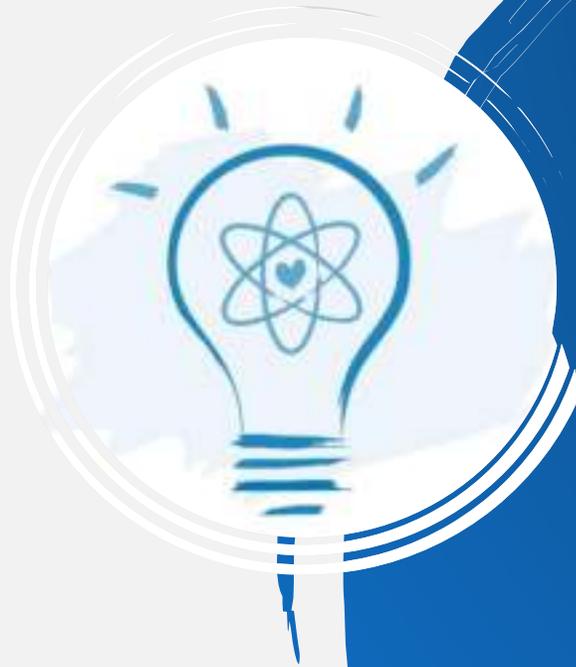
CONTENIDO

2.3.1. Objetivo

2.3.2. Herramientas de I+D+i: La PTF4LS

2.3.3. Estudios de I+D+i

2.3.4. Proyectos de I+D+i



2.3.1. Objetivo

El objetivo de esta línea de trabajo es poner en marcha proyectos de I+D+i de ámbito sectorial, no competitivo; contribuyendo a la sostenibilidad, modernización, profesionalización y desarrollo tecnológico del

SECTOR LÁCTEO.





2.3.2. Herramientas de I+D+i: La PTF₄LS

CONTENIDO

A. PROPÓSITO

B. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

C. REUNIONES DEL GRUPO DE TRABAJO DEL SECTOR LÁCTEO 2021

A. PROPÓSITO

El **objetivo general** de la Plataforma Tecnológica Food for Life-Spain (PTF4LS) es el fomento de la transmisión de los avances de investigación, científicos y tecnológicos a través de la colaboración público-privada de los principales agentes sectoriales agroalimentarios en relación con la I+D+i y la detección de nuevas demandas en el ámbito de los Retos de la Sociedad, asegurando la competitividad y el crecimiento del sector agroalimentario español. Todo ello, se verá **plasmado en proyectos de I+D+i agroalimentarios.**

B. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- Desarrollo de productos lácteos con características nutritivas mejoradas.
- Desarrollo y aplicación de estrategias biológicas y tecnológicas para la reducción y eliminación de patógenos y alterantes en leche y productos lácteos.
- Desarrollo de productos lácteos combinados.
- Aprovechamiento y revalorización de subproductos de la industria láctea.
- Texturización de productos lácteos.
- Alternativas para la reducción del uso de antibióticos en la producción lechera en las granjas.
- Desarrollo de nuevas técnicas para cuantificar leche de diferentes especies en los quesos mezcla.
- Reducción de los gases de efecto invernadero (GEI) en el sector lácteo.



C. REUNIONES DEL GRUPO DE TRABAJO DEL SECTOR LÁCTEO

1 de febrero de 2022



Reunión celebrada en formato mixto (presencial y videoconferencia) a la que asistieron un total de 47 personas

26 de mayo de 2022



Reunión celebrada en formato mixto (presencial y videoconferencia) a la que asistieron un total de 41 personas

23 de noviembre de 2022



Reunión celebrada en formato mixto (presencial y videoconferencia) a la que asistieron un total de 44 personas

Los temas principales de interés fueron sostenibilidad, nutrición, desarrollo de nuevas tecnologías, obtención de nuevos lácteos de mayor valor añadido, oportunidades de financiación en el sector lácteo, entre otros.

C. REUNIONES DEL GRUPO DE TRABAJO DEL SECTOR LÁCTEO





2.3.3. Estudios de I+D+i

CONTENIDO

- A. LIBRO SOBRE EL SECTOR LÁCTEO EN ESPAÑA
- B. ESTUDIO SOBRE LOS GASES DE EFECTO INVERNADERO EN EL SECTOR LÁCTEO
- C. INFORME SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS LÁCTEOS PARA UNA ADECUADA HIDRATACIÓN
- D. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE LA DOCUMENTACIÓN EXISTENTE EN MATERIA DE IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DEL SECTOR LÁCTEO A LO LARGO DE TODA LA CADENA

A. LIBRO SOBRE EL SECTOR LÁCTEO EN ESPAÑA

- InLac ha colaborado en este monográfico impulsado por **Cajamar** sobre el sector lácteo nacional, dirigido y coordinado Edelmiro López (director del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Santiago de Compostela) y Manuel Laínez (director de Biotrends y colaborador del Grupo Cooperativo Cajamar).
- Se trata de una publicación didáctica y muy valiosa para conocer en profundidad la trascendencia de un sector líder que apuesta por la innovación y la excelencia. Que es vital para la economía, el empleo, el desarrollo rural, la soberanía alimentaria, la salud pública y el medioambiente (ver [aquí](#)).



A. LIBRO SOBRE EL SECTOR LÁCTEO EN ESPAÑA

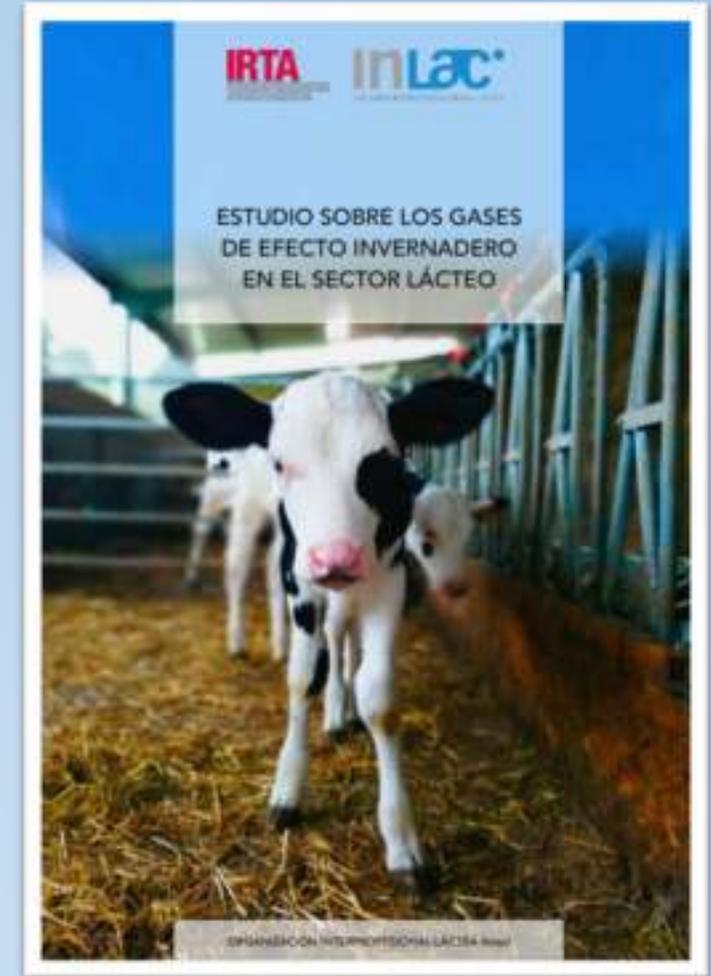
- Este libro se presentó en el Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (MAPA) el 27 de julio de 2022 y posteriormente, el 9 de marzo de 2023, se ha presentado en Lugo.



B. ESTUDIO SOBRE LOS GASES DE EFECTO INVERNADERO EN EL SECTOR LÁCTEO

Este informe, elaborado por el IRTA, aborda el papel del sector lácteo en el contexto del cambio climático desde una perspectiva objetiva y comprensible, en base a la información científica, técnica, y normativa disponible en la bibliografía.

Para ello, el documento se ha estructurado en ocho capítulos en los que se recogen los principales aspectos de la relación entre la producción láctea y el cambio climático, incluyendo los antecedentes históricos y el desarrollo de políticas para su mitigación. Este informe está publicado en la web de InLac (ver [aquí](#)).



C. INFORME SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS LÁCTEOS PARA UNA ADECUADA HIDRATACIÓN

Elaborada por la Fundación Española de la Nutrición (FEN) y tiene como finalidad poner en valor la **importancia de la leche y los lácteos como para una adecuada hidratación.**

Además, dada la pérdida de adherencia en los últimos años a los patrones alimentarios tradicionales, observándose entre otros, el descenso del consumo de alimentos lácteos, se valoró la necesidad de promocionar las dietas tradicionales y recomendar el consumo de lácteos como parte de la estrategia para alcanzar una adecuada hidratación. Esta guía está publicada en la web de InLac (ver [aquí](#)).



D. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE LA DOCUMENTACIÓN EXISTENTE EN MATERIA DE IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DEL SECTOR LÁCTEO A LO LARGO DE TODA LA CADENA

Con el fin de apoyar al sector lácteo nacional en su desempeño hacia una actividad ambientalmente más sostenible y eficiente, defendiendo su contribución a medioambiente se puso en marcha una revisión bibliográfica que recopilase todos los estudios e investigaciones científicos existentes que permitieran extraer los argumentos necesarios para la defensa del sector lácteo y que la población conociese cómo este contribuye a:

- La mitigación del cambio climático.
- La conservación de la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos, la gestión sostenible del agua y el bienestar animal.
- La lucha contra la despoblación; el fomento de economía y empleo rurales; y la innovación.

De esta forma se puede defender y contrarrestar con argumentos científicos todas las noticias falsas que circulan de forma creciente por Internet y medios de comunicación que denuncian métodos de producción “insostenibles”, dañinos para el medio ambiente o que atentan contra el bienestar animal. Y, además, esta revisión bibliográfica dio una panorámica global de todo lo estudiado sobre el impacto de toda la cadena del sector lácteo (producción, transformación y logística) en el medio ambiente, lo que permitió plantear un proyecto de I+D+i sobre la sostenibilidad medioambiental del sector lácteo.

En noviembre de 2022 se organizó un concurso para seleccionar a una entidad que llevase a cabo un proyecto de I+D+i: sobre el impacto del sector lácteo a nivel medioambiental. La oferta presentada por AINIA fue la que mejor plasmaba los intereses de la interprofesional con una su propuesta titulada “Estudio de sostenibilidad de la cadena láctea en el vacuno de leche” que ha comenzado a ejecutarse en febrero de 2023 y cuyos resultados se presentarán en el primer semestre de 2024.

No obstante, y aunque no estaba alineado con lo fijado en las bases del concurso, el Centro de Investigaciones Agrarias de Mabegondo (CIAM) presentó una propuesta muy interesante y de utilidad para el sector, pues tiene por objeto la obtención de información acerca de la sostenibilidad ambiental de los diferentes sistemas de producción de leche de vaca en España a nivel de explotación. Por ello, se acordó también financiar dicho proyecto de I+D+i titulado “Análisis de la sostenibilidad ambiental de la producción de leche de vaca en España”.



2.3.4. Proyectos de I+D+i

CONTENIDO

- A. PROYECTO DE I+D+i PARA DESARROLLAR UNA TÉCNICA QUE PERMITA LA CUANTIFICACIÓN DE LECHE DE DIFERENTES ESPECIES EN LOS QUESOS DE MEZCLA
- B. GRUPO OPERATIVO: GO_ISAB
- C. GRUPO OPERATIVO: GO NEOWAS

A. PROYECTO I+D+i PARA DESARROLLAR UNA TÉCNICA QUE PERMITA LA CUANTIFICACIÓN DE LECHE DE DIFERENTES ESPECIES EN LOS QUESOS DE MEZCLA

InLac lanzó en mayo del 2020 una convocatoria para seleccionar un equipo de investigación capaz de desarrollar una técnica que cuantifique el porcentaje de leche de diferentes especies existentes en los quesos de mezcla. Este concurso fue adjudicado a **ZEULAB** y en la actualidad está trabajando en el desarrollo de esta metodología.

Hasta la fecha se ha **conseguido consolidar un método de análisis proteómico** a través de la selección de aquellos péptidos que han mostrado un comportamiento más robusto a lo largo de sucesivos experimentos. Asimismo, el método ha **permitido monitorizar de manera inequívoca péptidos específicos de especie y proteína**. Los **resultados cuantitativos**, presentados en julio de 2022, mostraron que los valores calculados se **aproximan a los valores esperados en función de la composición de leche empleada en la fabricación de los quesos tipo ibérico**, tanto para los quesos de 1 mes como los de 3 meses y 6 meses de maduración.



A. PROYECTO I+D+i PARA DESARROLLAR UNA TÉCNICA QUE PERMITA LA CUANTIFICACIÓN DE LECHE DE DIFERENTES ESPECIES EN LOS QUESOS DE MEZCLA

A la vista de los buenos resultados obtenidos, en septiembre de 2022, se decidió **validar dicho método de acuerdo con las guías AOAC** (ASSOCIATION OF OFFICIAL ANALYTICAL COLLABORATION) por ser una de las organizaciones más reconocidas internacionalmente en estos procesos de validación de métodos de análisis de alimentos.

Los resultados de la validación del método se presentaron en marzo de 2023 y tras analizar las conclusiones, se ha decidido ampliar dicho proyecto con dos objetivos principales:

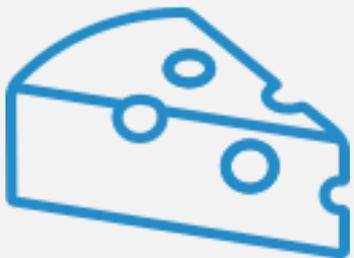
1. Consolidar el método y adquirir más experiencia analítica en quesos tipo ibérico.
2. Extrapolar el estudio a otros quesos de mezcla distintos al queso ibérico.

Todo esto permitirá afianzar y consolidar el método desarrollado, así como la optimización del proceso para su implementación en el sector.

A. PROYECTO I+D+i PARA DESARROLLAR UNA TÉCNICA QUE PERMITA LA CUANTIFICACIÓN DE LECHE DE DIFERENTES ESPECIES EN LOS QUESOS DE MEZCLA

Paralelamente se está trabajando con el Laboratorio Agroalimentario de Santander (LAS) y con el Laboratorio Arbitral Agroalimentario de Madrid (ambos laboratorios dependientes del MAPA) para la normalización del método de análisis.

De hecho, durante el 2022 se trabajó en incorporar una adenda al convenio firmado entre el MAPA e InLac que permitiese verificar, validar y normalizar la técnica para la cuantificación de la leche de diferentes especies presentes en los quesos de mezcla desarrollada por InLac. Esta adenda ha sido firmada en febrero de 2023.



B. GRUPOS OPERATIVO: GO_ISAB

El GO_ISAB es un proyecto de incorporación de información para la mejora de la Salud y el Bienestar Animal en el sector bovino lechero español, con una subvención por un importe de 348.990,49 €, cofinanciado por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural: "Europa invierte en las zonas rurales" de la Unión Europea. Este grupo operativo está compuesto por **ABEREKIN S.A.**, **ASCOL SCL**, **FEFRICALE** y **XENÉTICA FONTAO S.A.**, junto con **CONAFE**, como miembros; **ANEMBE**, **INLAC** y la **Facultad de Veterinaria UCM**, como colaboradores; e **INIA** e **IRTA**, como entidades subcontratadas.

Los resultados de las evaluaciones genéticas nacionales de la raza frisona han permitido la publicación de los valores genéticos para los distintos caracteres, obtenidos de forma fiable e independiente, tanto de hembras como de machos, para poder realizar la selección genética en las ganaderías. Con el desarrollo de la selección genómica se ha facilitado la incorporación de los caracteres de salud al Programa de Cría de la raza bovina frisona, de gran interés para los ganaderos de esta raza y para los centros de inseminación. Esto ha permitido la identificación de animales resistentes a determinadas enfermedades y la reducción del uso de antibióticos, objetivo de interés prioritario para todo el sector del vacuno lechero.

Este proyecto finalizó en diciembre de 2022 y los resultados se presentaron en febrero de 2023.



C. GRUPO OPERATIVO: GO NEOWAS

GO_NEOWAS es un proyecto de innovación de Medición de emisiones de metano individual en granja hacia una descarbonización del vacuno de leche español en 2050, que ha sido propuesto para la concesión de una subvención por un importe de 250.516,69 euros, según recoge la propuesta de Resolución provisional del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA) por la que se convocan anticipadamente en el año 2022 ayudas para la ejecución de proyectos de innovación de interés general por grupos operativos de la Asociación Europea para la Innovación en materia de productividad y sostenibilidad agrícolas (AEI-Agri).

El proyecto ha obtenido 90,75 puntos sobre 100, siendo el séptimo mejor valorado entre los más de 120 proyectos. El grupo operativo GO_NEOWAS está compuesto por ASCOL SCL y FEFRICALE, junto con CONAFE, como miembros solicitantes; ABEREKIN S.A. e INLAC, como miembros colaboradores; y XENÉTICA FONTAO S.A., INIA y NEIKER, como entidades subcontratadas.

MEDICIÓN DE EMISIONES DE METANO INDIVIDUAL EN GRANJA HACIA UNA DESCARBONIZACIÓN DEL VACUNO DE LECHE ESPAÑOL EN 2050

Unión Europea
Fondo Europeo Agrario de Desarrollo Rural
GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN
PNDR
Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2020

Organismo responsable del contenido: CONAFE
Autoridad de gestión encargada de la aplicación de la ayuda FEADER y nacional correspondiente:
Dirección General de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agrarioalimentaria (DGDRIIA)
Presupuesto total: 249.915,69 €. Subvencionada al 100 % con fondos procedentes del Instrumento de Recuperación de la UE (Fondos Next Generation)

GO neowas



inlac'

ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL LÁCTEA

GRACIAS

www.inlac.es