

The logo features the word 'INLAC' in a stylized font. The 'I', 'N', and 'L' are in a dark blue color, while the 'A' and 'C' are in a lighter blue. The letters are bold and rounded. The logo is set against a white circular background that is framed by a thick, blue, brushstroke-style border. A semi-transparent grey circle is partially visible in the bottom-left corner of the white area.

INLAC'

ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL LÁCTEA

**MEMORIA
ACTIVIDADES
2023**

Abril 2024

LÍNEAS DE TRABAJO



CONTENIDO

1. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN
2. VERTEBRACIÓN SECTORIAL
3. I+D+I

1. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN



inLac

CONTENIDO

1.1. Plan de Comunicación

1.2. Campañas nacionales

1.3. Campañas internacionales



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

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.



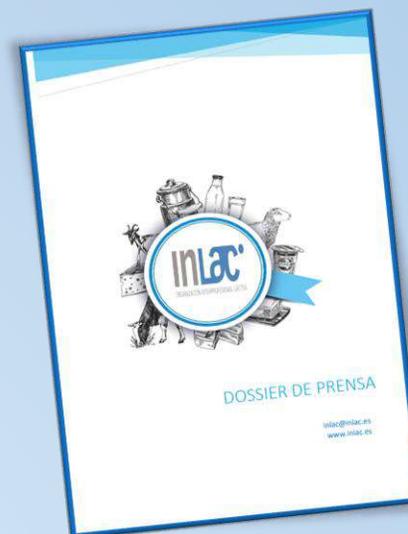
Ruedas de prensa / Encuentros informativos

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 2023, los medios de comunicación han publicado **930 artículos** con referencias a INLAC; que han permitido unos **984,3 millones de impactos (OTS)** y un **valor equivalente publicitario (AVE) 7.947.000 euros.**

OTS



984 mill.

AVE



7,9 mil. €

VOLUMEN



**930
artículos**

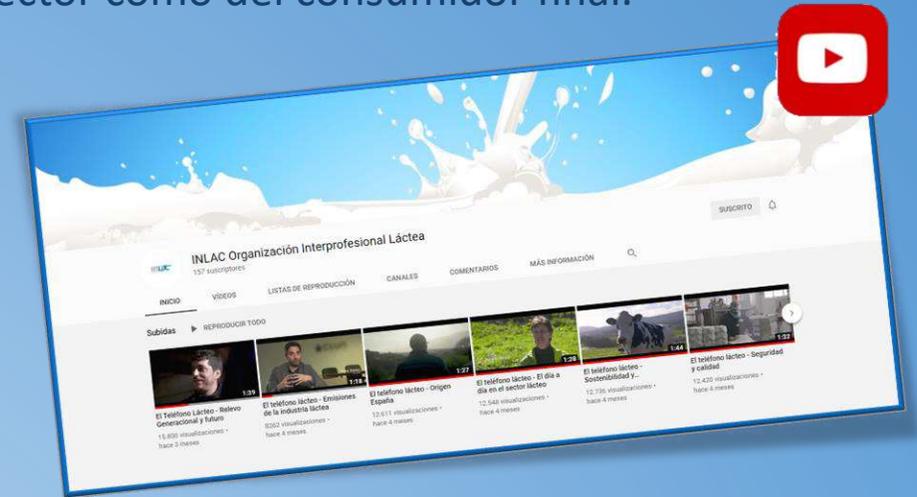
C. WEBY RR.SS

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 X y You Tube para estar más cerca tanto de los operadores del sector como del consumidor final.



D. ACTIVIDADES 2023

- Premios Mujer Agro.
- Presentación libro del sector lácteo de Cajamar.
- Inauguración campaña europea Cheestories
- IDDBA
- II Foro Lácteo en Bruselas.
- Worlds of flavours
- Gala GenZ Awards
- Presentación del estudio IPSOS
- Cata de quesos multitudinaria en Callao.
- Presentación del proyecto de I+D+i.
- Etc.





1.2. Campañas nacionales

CONTENIDO

1.2.1. Campaña 3 AL DÍA

1.2.2. Estrategia de sostenibilidad para el sector lácteo español

1.2.3. Campaña #QUESEA

1.2.4. Campaña medios especializados



1.2.1. Campaña 3 AL DÍA

CONTENIDO

- A. OBJETIVO
- B. CREACIÓN DE LA MARCA Y REGISTRO
- C. MENSAJES DE LA CAMPAÑA
- D. PRÓXIMOS PASOS

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 2023 en número de empresas adheridas a esta marca comercial asciende a 59.**



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. PRÓXIMOS PASOS

- Aunque esta campaña finalizó en 2022, el **logo de 3 AL DÍA** está presente en la mayoría de las campañas de comunicación de InLac.
- En 2023 se ha estado trabajando en una nueva campaña de comunicación, que bajo el lema **“TE LO AGRADECE”** pretende transmitir a los consumidores, no solo la importancia de tomar 3 lácteos al día, sino que además estos tienen que ser de origen español. Los consumidores con su poder de compra tienen la llave para fomentar el relevo generacional, garantizar la viabilidad del sector lácteo y el futuro rural.
- Con esta campaña, que se lanzará en abril de 2024 y que cuenta con un minucioso plan de medios, InLac quiere dar un nuevo paso para potenciar los alimentos lácteos de Origen España en el mercado, con el objetivo de favorecer la economía, el empleo, la sostenibilidad ambiental y la supervivencia de las zonas rurales.



1.2.2. Estrategia de sostenibilidad para el sector lácteo español

- A raíz de los datos arrojados por el estudio de mercado, realizado por KANTAR para InLac en 2022, para conocer la percepción de los consumidores españoles sobre aspectos varios relacionados con la actividad ganadera y con la sostenibilidad de los alimentos lácteos y la revisión bibliográfica de toda la documentación existente en materia de impacto medioambiental elaborado por AXIUS, InLac organizó un concurso para seleccionar a una **agencia de comunicación y asuntos públicos** que crease una estrategia integral de sostenibilidad para el sector lácteo.
- La sostenibilidad debía de abordarse desde el **punto de vista medioambiental, económico y social para el conjunto del sector lácteo español**, que llegase a los consumidores y que permitiese 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.
- La agencia de comunicación y de asuntos públicos seleccionada fue **Llorente y Cuenca (LLYC)**, quien **ya ha diseñado la estrategia con su hoja de ruta** y en la actualidad está ultimando los recursos, creatividades etc. para su lanzamiento en los próximos meses de 2024.



**QUESOS
DE ESPAÑA**



**1.2.3. Campaña
#QUESEA**

CONTENIDO

- A. OBJETIVO
- B. RELACIONES PÚBLICAS
- C. DIGITAL
- D. ACCIONES TÁCTICAS

A. OBJETIVO

- En octubre de 2020 nació la campaña **#QUESEA CON QUESOS DE ESPAÑA**, campaña que además de transmitir al consumidor la gran variedad de quesos que existen en España, pues contamos en nuestro territorio con más de 150 variedades y 31 figuras de calidad diferenciada, tiene como objetivo principal aumentar las ventas y el consumo del queso español.
- La campaña está enfocada en 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.
- En 2023 y tras evaluar los resultados que se habían conseguido en los últimos tres años, se decidió aumentar el presupuesto destinado a esta campaña lo que ha permitido desarrollar un gran número de actividades.



B. RELACIONES PÚBLICAS

B.1. GABINETE DE PRENSA

En 2023 los medios han publicado **373** artículos referentes a la campaña **QUESEA**

Contamos con material divulgativo para apoyar al gabinete de prensa:

1. **Fototeca** de alta calidad
2. **Decálogo del maridaje perfecto** de quesos de España
3. **Dossier de prensa** entorno al queso
4. **Infografía de campaña**

Quesos de España quiere conquistar a la Gen Z a través de las redes



Miércoles, 08 de noviembre 2023 Creadores de contenido que inspiran a la Generación Z de nuestro país podrán conocer en los GenZ Awards cómo elaborar su propia tabla de quesos o incorporar este alimento en platos más saludables, sabrosos e ..



www.quesosdeespaña.es

El queso en postres fríos: recetas para combatir la canícula

En postres y helados... El queso puede ser el ingrediente ideal para contrarrestar las altas temperaturas

InLac propone tres recetas muy refrescantes para #Quesear en agosto: helado casero de galletas, tiramisú de chocolate y helado casero de arándanos.

Los Españoles Prefiere Consumir Quesos de Origen Nacional con Manchego, Cabrales E Idiazábal a la Cabeza de las Variedades Favoritas



Pero, según una nueva encuesta elaborada por IPSOS para InLac, el 71% de los consumidores desconoce la diversidad de quesos que hay en España; e incluso 4 de cada 10 no están familiarizados con los sellos de calidad diferenciada DOP e ..



www.quesosdeespaña.es

Las tartas saladas son para el verano

En la playa o en la montaña: tres recetas de 'quiche' con queso ideales para estas vacaciones



La guía definitiva para conservar el queso

Los consumidores albergan dudas sobre cómo guardar correctamente este alimento para que no se estropee ni pierda cualidades. InLac ofrece algunos consejos para disfrutar de la variedad y versatilidad de los quesos nacionales.

Además de sus beneficios saludables y vinculación a la dieta mediterránea, nuestros quesos... ¡están buenisimos!



Quesos de España para todos en plena Gran Vía de Madrid



Inicio Comunicación Noticias Quesos de España para todos en plena Gran Vía de Madrid | Ganadería

El emblemático Teatro Capitol, situado en la Gran Vía de Madrid, se convertirá el viernes 8 de diciembre en el epicentro de una experiencia ..

B. RELACIONES PÚBLICAS

B.2. MATERIALES

DECÁLOGO DE MARIDAJE



FOTOTECA

DOSSIER DE PRENSA



INFOGRAFÍA



C. DIGITAL

C.1 WEB



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



D. ACCIONES TÁCTICAS

PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO REALIZADO POR IPSOS

“Percepción que tienen los consumidores sobre los quesos españoles”



D. ACCIONES TÁCTICAS

PUBLICIDAD EXTERIOR

- Pantallas digitales
- Autobuses

En pantallas digitales en los Cines Capitol y en el teatro EDP de la Gran Vía



En los autobuses interurbanos de Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia, Oviedo, Santiago, Zamora, Santander y Málaga en el mes de diciembre.

D. ACCIONES TÁCTICAS

El 8 de diciembre se celebró una cata multitudinaria en los **Cines Capitol** para que los transeúntes degustaran diferentes variedades de quesos españoles.





1.2.4. Campaña en medios sectoriales

En 2023 InLac continuó con la campaña que puso en marcha en 2022 con 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.

MEDIOS ESPECIALIZADOS

- AGROINFORMACIÓN
- AGRONEWS CASTILLA Y LEÓN
- CAMPO GALLEGO
- EL ECONOMISTA-AGRO
- FINANCIAL FOOD
- MUNDO GANADERO
- AGRONEGOCIOS
- ORIGEN
- QCOM + EUROGANADERÍA
- REVISTA GANADERÍA
- ONDA AGRARIA



1.3. Campañas internacionales

CONTENIDO

1.3.1. Programa europeo sobre sostenibilidad del sector lácteo EU FRIENDLY DAIRY

1.3.2. Programa europeo para la promoción de quesos españoles en EE. UU. Discover the European Cheestories with Cheeses from Spain



CUENTA CON
LOS
PRODUCTOS LÁCTEOS
EUROPEOS

1.3.1. Programa europeo EU FRIENDLY DAIRY



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.

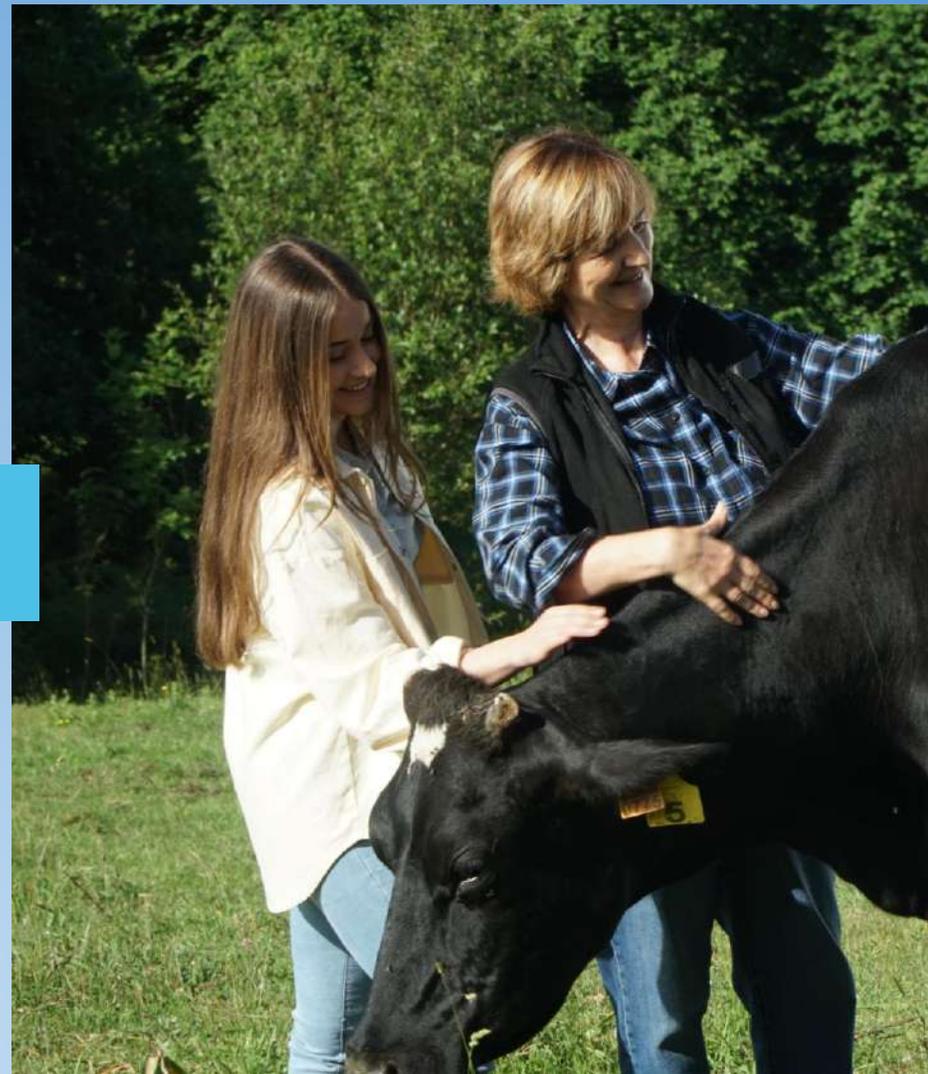
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

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

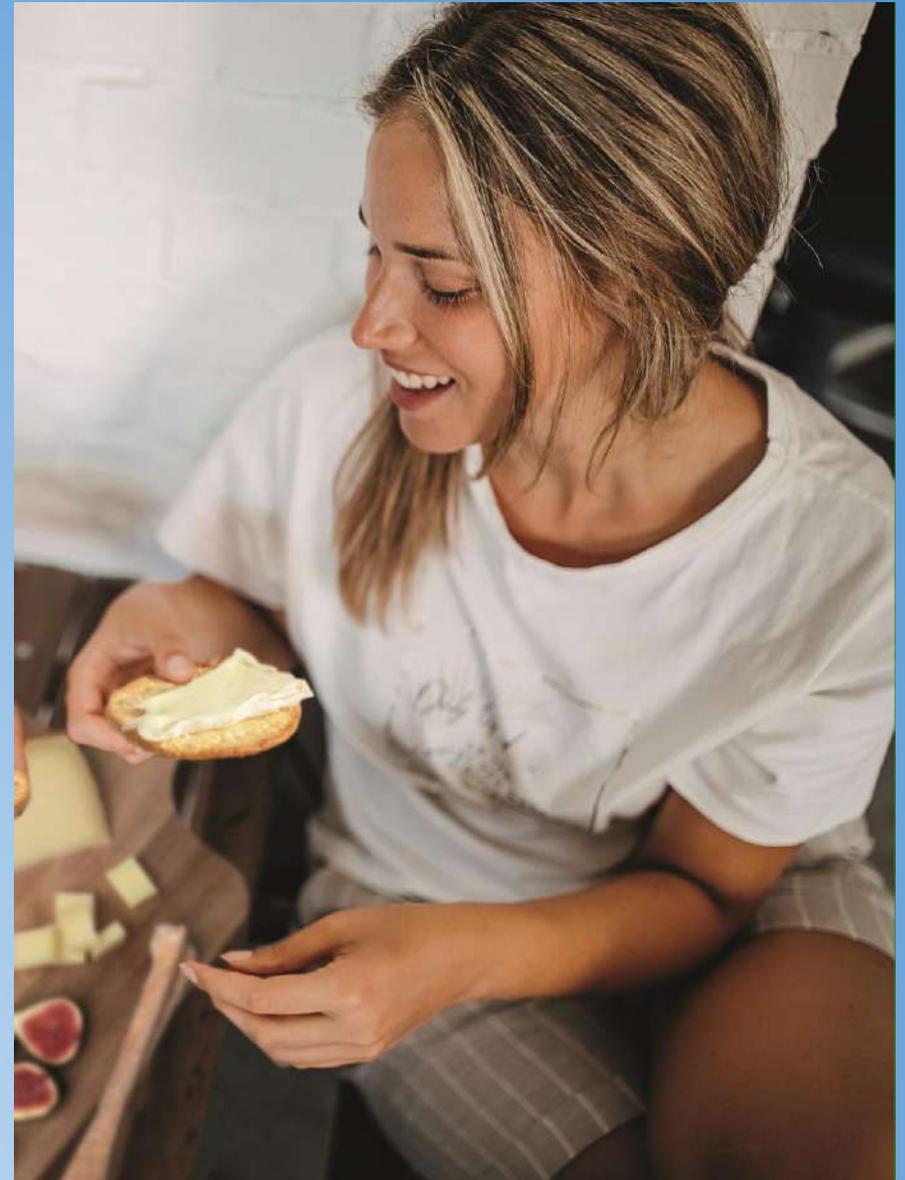
Concienciar al público en general, de los beneficios que aportan los lácteos y conocer lo que hay detrás de tomar 3 lácteos al día.



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”**.



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



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



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



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



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



SPOTS DE LA CAMPAÑA





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 FRANCES
Y
ACTIVACIONES EN REDES SOCIALES EN FACEBOOK, INSTAGRAM y TIK TOK



45.750 fans
12 Millones de visualizaciones de los spots

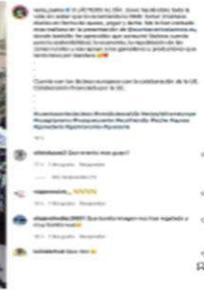




@miriammoreno_tve



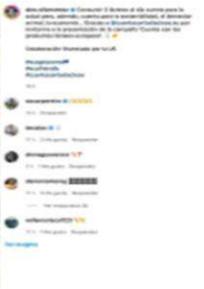
@vero_zuma



@oscarpereiro



@alex.silvestrez



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



CUENTA

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



HEARST

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"





II FORO LÁCTEO SOBRE “NUTRICIÓN, DESPERDICIO CERO Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR LÁCTEO”



ACCIONES EN EL PUNTO DE VENTA



Se llevó a cabo en centros super e hiper de la cadena **Carrefour**. Comenzaron en la semana del 13 de noviembre cubriendo todo el periodo prenavideño donde se intensifican las compras de cara a las diferentes celebraciones.

PUBLICIDAD EXTERIOR

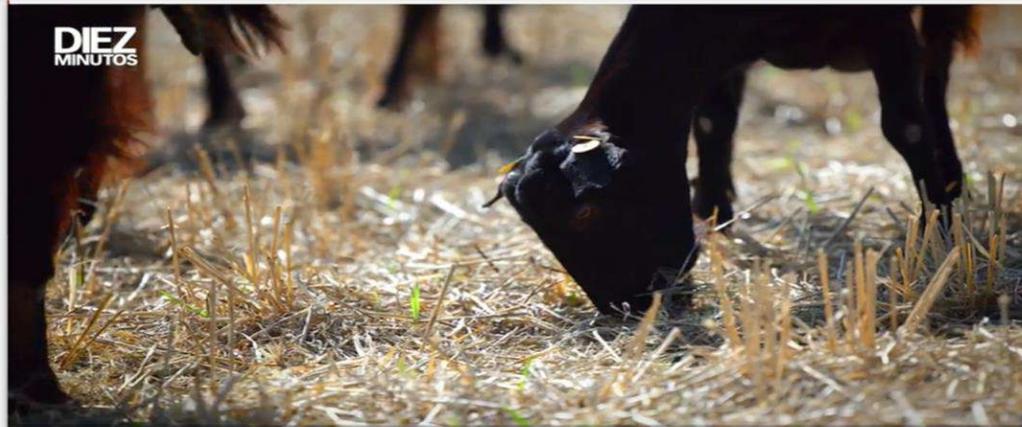
Se vinilaron tranvías en Bruselas y autobuses interurbanos en las ciudades de en Madrid, Barcelona, Oviedo y Santiago de Compostela



Acción especial con el grupo MEDIASET



○ Acción con el grupo HEARTS





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



Co-funded by
the European Union

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGNS THAT PROMOTE HIGH QUALITY
AGRICULTURAL PRODUCTS.



CONTENIDO

- A. OBJETIVO
- B. PÚBLICO OBJETIVO
- C. ESTRATEGIA
- D. CREATIVIDAD
- E. ACCIONES
- F. REGISTRO DE MARCA

A. OBJETIVO

Aumentar en un 10% el nivel de conocimiento sobre las bondades de los quesos de España

- Elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea, potenciado sus características en términos de: calidad, sabor, trazabilidad y seguridad de los alimentos.

Incrementar el conocimiento sobre la variedad, diversidad de los quesos de origen español en un 10%

- Utilizando mensajes claves que transmitan al público profesional, y al consumidor los beneficios del consumo de quesos de España.

Estos objetivos se están llevando a cabo mediante un **plan de acciones estratégicas** que mejoran la visibilidad de los quesos de España fuera de la Unión Europea, consiguiendo así **penetrar en el segmento de gourmet** de los quesos autóctonos americanos y **ganar cuota de mercado.**

B. TARGET DE LA CAMPAÑA

PRINCIPAL



Canal mayorista

Importadores y distribuidores



Canales minoristas

Supermercados y sector Gourmet



Canal HORECA

Chefs, jefes de compra de restaurantes y hoteles internacionales



Medios especializados

Publicaciones y medios dirigidos específicamente al sector profesional

SECUNDARIO

Consumidor final



Foodies



Hispanos residentes en EEUU

C. ESTRATEGIA

La estrategia de posicionamiento contempla **dos fases**:

AÑO 1 y 2
PUSH- Desde la oferta

Bussines to
Bussines

PUNTO DE
VENTA

CONSUMIDOR

PRIMERO entre el público PROFESIONAL y el canal HORECA

Bussines to
Bussines

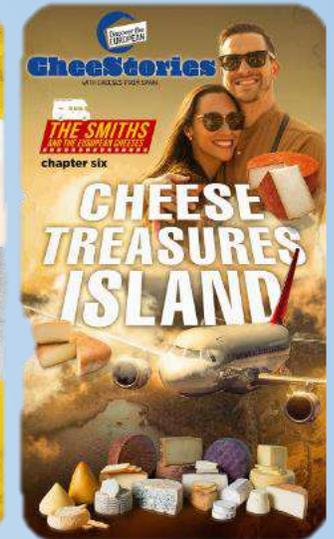
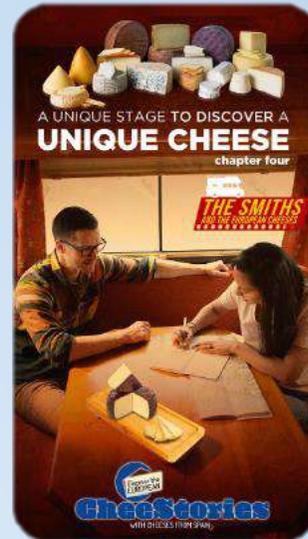
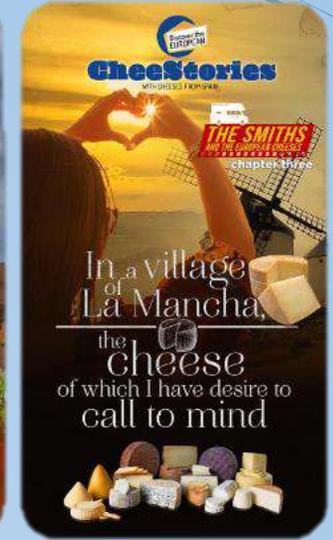
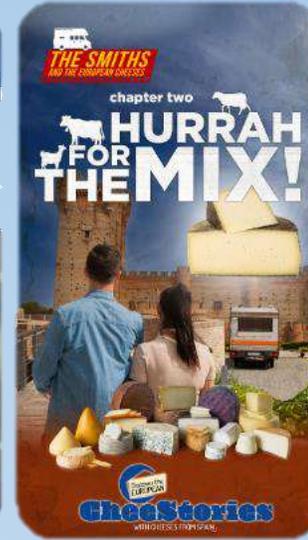
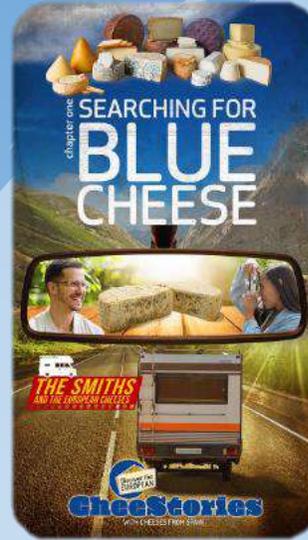
PUNTO DE
VENTA

CONSUMIDOR

Año 2 y 3
PULL - Desde la demanda

Y **posteriormente** entre un consumidor FOODIE
de poder adquisitivo alto y muy alto de entre 25 y 54 años.

D. CREATIVIDAD



D. CREATIVIDAD



E. ACCIONES

RELACIONES PÚBLICAS

AÑO 2023

- Estrategia de gabinete de prensa
 - 3 Reportajes
 - 1 Nota de prensa audiovisual
 - Informe y clipping
- Dossier de comunicación y Q&A
- Acuerdos con influencers (15)
- National Cheese day (4 de junio)

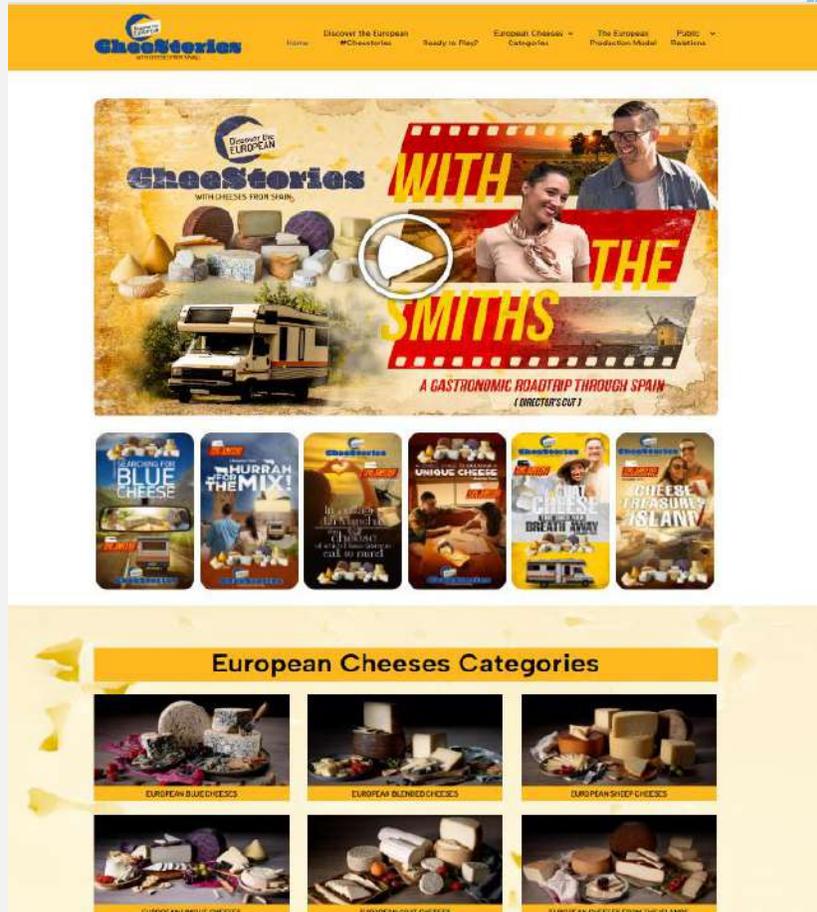


Dossier de comunicación y Q&A



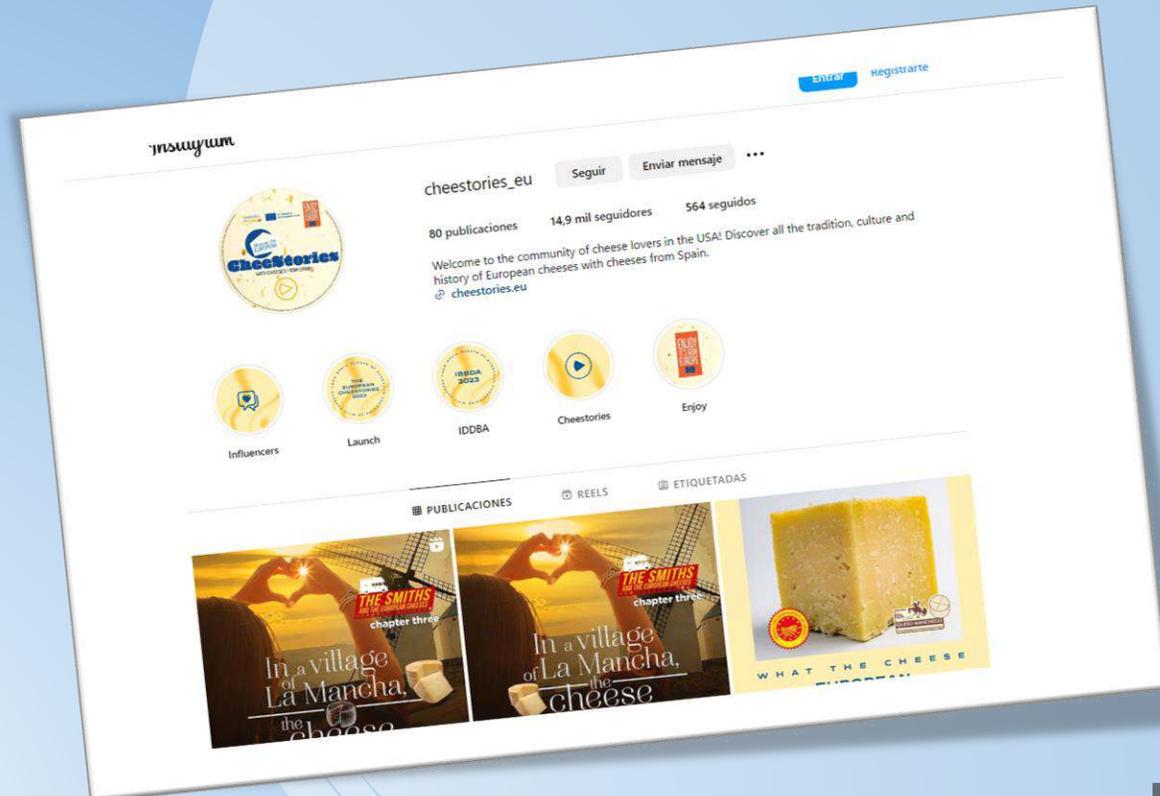
E. ACCIONES

SOCIAL MEDIA



Año 2023

- Diseño y desarrollo del sitio web
- Estrategia de redes sociales en Instagram
 - Diseño y elaboración de contenidos
 - Dinamizaciones por ciudad
- Informes, métricas y seguimiento



E. ACCIONES

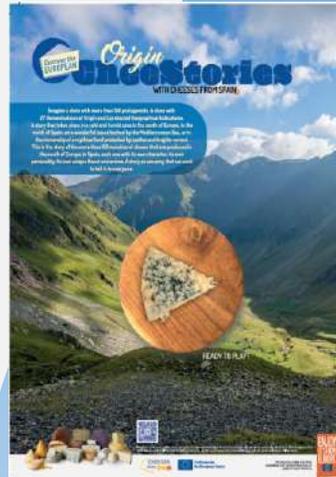
INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN

2023

- Realización de kits comunicación
 - Relaciones públicas
 - Influencers
 - Horeca
 - Ferias
- Road Movie Cheese Story from Spain



E. ACCIONES PUBLICIDAD



2023

- 4.1 Prensa medios sectoriales
 - Revista Especializada - Culture Cheese Magazine - 1/2 pag color
 - Revista Especializada - Deli Business Magazine - 1/2 pag color
 - Revista Especializada - Cheese Connoisseur - 1/2 pag color
 - Revista Horeca - Star Chefs - 1/2 pag color
 - Revista Horeca - Plate Magazine - 1/2 pag color
 - Revista Horeca - Flavour & The Menu - 1/2 pag color
 - Revista Horeca - Food Business News (FBN) - 1/2 pag color
 - Revista Horeca - Dairy Processing - 1/2 pag color
 - Revista Horeca - Nation's Restaurant News - 1/2 pag color
 - Revista Horeca - Food & Beverage - 1/2 pag color

4.1 Prensa medios locales

- Prensa local - NY Daily News
- Prensa local - Miami Today

4.2 Televisión

Campaña HOLA TV: Duración - 10" // 60" // 30" Pases: 534 Contactos: 601.224 USA

4.4 Online - Campaña Display programática

Formato Premium IN-TEXT
White List de 516 sites

4.4 Online - Campaña Instagram

Interacciones: 100.000
Views: 1.600.000

E. ACCIONES

EVENTOS



2023

- Evento de Inauguración
- Dairy Deli Bake Seminar & Expo ANAHEIM (CA)
- Culinary Institute of America - Worlds of flavours
- Colaboración con la New York State Restaurant Assotiation (NYSRA)

E. ACCIONES

EVENTOS



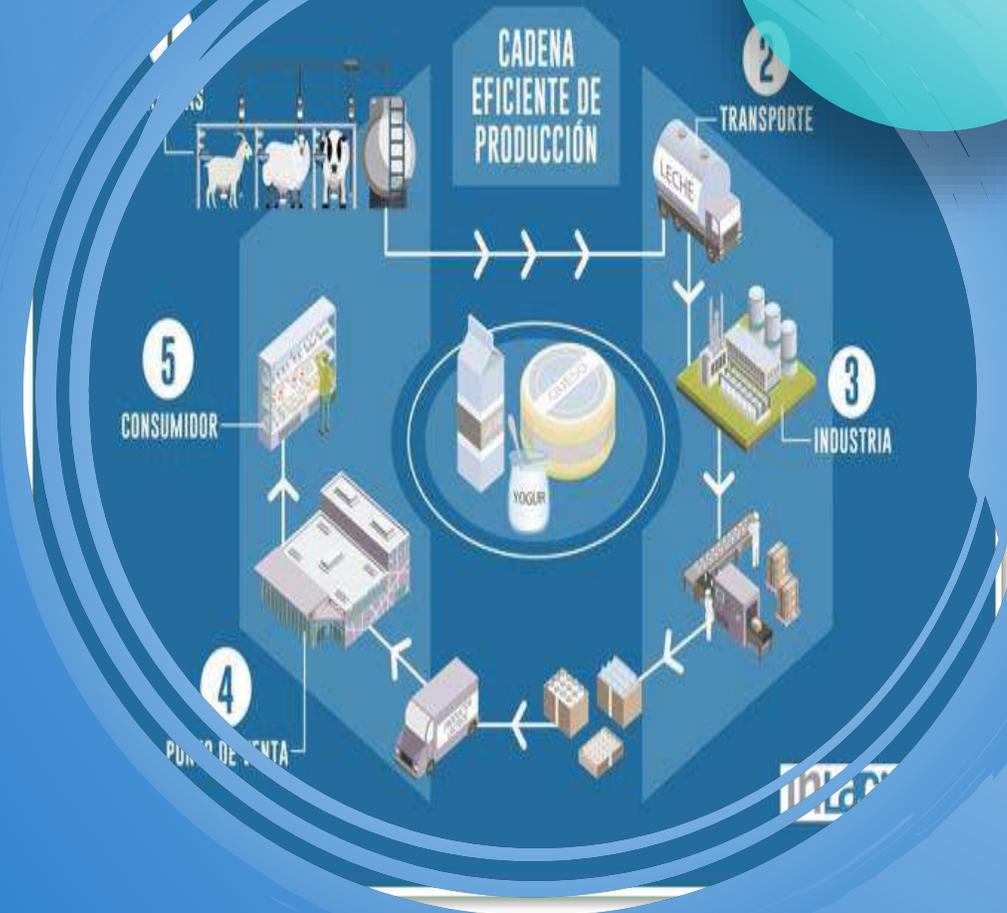
F. REGISTRO DE MARCA



Se ha creado la marca **Cheeses from Spain** y se ha procedido a su registro en EE. UU. Para la clase 35 (uso de la marca para la promoción) y para la clase 29 (uso como una marca de garantía).

Actualmente, se ha presentado un informe de prueba de uso de “Cheeses from Spain” para cerrar el proceso de registro en la clase 35 y se está esperando a su resolución. El registro en la categoría 29 para su uso como una marca de garantía sigue su curso, pero una vez que se obtenga el certificado para la categoría 35 se estima que el tiempo de registro en la 29 sea mucho menor.

2. VERTEBRACIÓN SECTORIAL



CONTENIDO

- 2.1 Convenio MAPA
- 2.2. SiLac
- 2.3. Oficina técnica
- 2.4. Información para el uso correcto de las denominaciones de leche y productos lácteos
- 2.5. Informes de mercado
- 2.6. Protocolo para el análisis del extracto quesero de leche cruda de cabra
- 2.7. Reuniones de los comités y grupos de trabajo
- 2.8. Colaboración de InLac con instituciones y organismos de carácter público



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.

En **mayo de 2023**, se incorporó una nueva adenda a este convenio con el fin de 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.

Presentación de la memoria de actividades en diciembre 2023

Y en **diciembre de 2023** se presentó al MAPA, la memoria anual que describe las actividades relativas a los compromisos del convenio que se habían realizado a lo largo de dicho año.





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

SILac

Inicio Referenciación láctea Información del sector

Bienvenidos a SILAC

SILAC es el Sistema de Información Láctea de la Interprofesional Láctea InLac. Sus objetivos principales son:

- Ser una fuente de información ordenada, independiente, coherente y accesible de los mercados y productos lácteos que aporte transparencia al sector lácteo español y ayude a la toma de decisiones en todos los ámbitos 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 escalones de la producción y comercialización, representando una ventana única para la consulta de fuentes estadísticas de organismos e instituciones públicas, a nivel nacional, europeo e internacional.

SILAC está compuesto por tres módulos de información a los que se puede acceder a través de las pestañas superiores y en el que encontrarán contenidos clave.

Índices de referenciación láctea

Vacuno Ovino Caprino

Índice	Fecha	Variación mensual	Variación anual
Índice A	Feb 2020	-0,73	0,18
Índice A1	Feb 2020	-0,73	0,18
Índice A2	Dic 2019	0,59	-2,02
Índice A3	Dic 2019	-0,10	-1,37

Índices de referenciación láctea

Vacuno Ovino Caprino

Índice	Fecha	Variación mensual	Variación anual
Modelo I	Nov 2019	-1,92	-2,17
Modelo II	Nov 2019	-3,44	-2,65

Índices de referenciación láctea

Vacuno Ovino Caprino

Índice	Fecha	Variación mensual	Variación anual
Índice 1	Ene 2020	-0,17	9,81
Índice 2	Ene 2020	-1,47	5,04

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.



compile Login

6.991
3.41

08 09

Parámetros iniciales

En esta pantalla deberá seleccionar la especie sobre la que quiere realizar la simulación, el año y mes en el que quiere iniciar la comparación y la duración del intervalo de comparación (que deberá estar comprendido entre 12 y 24 meses). Tendrá que indicar la carencia, es decir, el desfase en meses con el que desea hacer la comparativa. Por último deberá seleccionar la unidad de precio (€/litro, € por kg o € por hectogrado).

Una vez hecho esto deberá pulsar siguiente.

Este sitio no está optimizado para su navegador Internet Explorer 8.0. En caso de seleccionar alguna opción de esta página en contacto a través de inlac@tragsa.es

Parámetros de configuración inicial

Parámetros iniciales | Datos mensuales | Gráficas de índices | Formulario de anexo de contrato

Especie
Vacuno

Año

Mes
Enero

Duración del intervalo (en meses)

Carencia introducida en la comparación (en meses)

Unidad de precio
€/litro

Siguiente

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.
- 23 indicadores sectoriales, sometidos igualmente a actualización mensual.
- Definidos por un panel de expertos elegidos por **InLac**, especializados en cada sector.
 - ✓ **Producción:** 17 indicadores
 - ✓ **Industria:** 6 indicadores

C. INDICADORES

INDICADORES DE PRODUCCIÓN



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

Último valor publicado: **diciembre 2023**
 Distancia: ▼ **14,57** €/100 litros ajustado a sólidos (ajustado a sólidos 7,3%)

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

Último valor publicado: **diciembre 2023**
 Estados Unidos (milk all price): ▼ **40,38** €/100 litros ajustado a sólidos
 Nueva Zelanda: ▲ **33,91** €/100 litros ajustado a sólidos
 España: ▼ **51,37** €/100 litros ajustado a sólidos

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

Último valor publicado: **diciembre 2023**
 UE-28: ▲ **12,05** mil. l. ajustado a sólidos
 España: ▲ **0,61** mil. l. ajustado a sólidos
 Francia: ▲ **2,07** mil. l. ajustado a sólidos
 Alemania: ▲ **0,15** mil. l. ajustado a sólidos

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

Último valor publicado: **diciembre 2023**
 UE-28: ▼ **-6,48** %
 Francia: ▲ **-0,45** %
 Alemania: ▼ **-0,03** %
 España: ▼ **-0,43** %
 Portugal: ▲ **3,02** %
 Países Bajos: ▲ **-2,49** %

P17. Producción de leche de vaca a nivel mundial (UE-28, USA, NZ)

Último valor publicado: **diciembre 2023**
 UE-28: ▲ **12,05** mil. l. ajustado a sólidos (ajustado a sólidos 7,3%)
 USA: ▼ **8,66** mil. l. ajustado a sólidos
 NZ: ▼ **3,16** mil. l. ajustado a sólidos

P18. Precio de la alimentación a nivel mundial

Último valor publicado: **diciembre 2023**
 ▼ **23,58** €/100 kg
 Variación con respecto al mes anterior: ▼ **-9,73** %

P19. Margen sobre costes de pienso compuesto (0,3 kg pienso/kg de leche ajustada a sólidos)

Último valor publicado: **diciembre 2023**
 Mercado internacional: ▲ **32,40** €/100 litros de leche ajustada a sólidos (ajustado a sólidos 7,3%)
 Mercado nacional: ▼ **42,23** €/100 litros de leche ajustada a sólidos

P20. Rentabilidad en función del margen sobre costes de pienso compuesto (0,3 kg pienso/kg de leche ajustada a sólidos)

Último valor publicado: **diciembre 2023**
 Rentabilidad mercado internacional: alta: ▲ **28,55** %
 Rentabilidad mercado nacional: baja: ▼ **51,30** %

INDICADORES DE INDUSTRIA

I1. Índice de precio industrial. Fabricación de productos lácteos

último valor publicado: **diciembre 2023**
 Variación con respecto al mes anterior: ▲ **0,11** %
 Variación con respecto al año anterior (mar.23 vs. mar.22): ▼ **4,09** %

I2. Índice de precio industrial. Producción de quesos

último valor publicado: **diciembre 2023**
 Variación con respecto al mes anterior: ▲ **-0,02** %
 Variación con respecto al año anterior (mar.23 vs. mar.22): ▼ **3,95** %

I3. Producción industrial de leche de vaca de consumo

último valor publicado: **noviembre 2023**
 ▼ **380,70** miles de t.
 Variación interanual (mar.23 vs. mar.22) (%): ▼ **9,15** %

I4. Producción industrial de queso de vaca

último valor publicado: **noviembre 2023**
 ▼ **15,30** miles de t. (*)
 Variación interanual mar.23 vs. mar.22 (%): ▲ **3,46** %
 (*) no incluye queso de mezcla

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

último valor publicado: **diciembre 2023**
 Mantequilla: ▲ **544,22** €/100 kg
 Ldp: ▼ **262,16** €/100 kg
 Lep: ▲ **368,11** €/100 kg
 Cheddar: ▲ **362,19** €/100 kg

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

último valor publicado: **diciembre 2023**
 Mantequilla: ▲ **473,10** €/100 kg
 Ldp: ▼ **240,83** €/100 kg

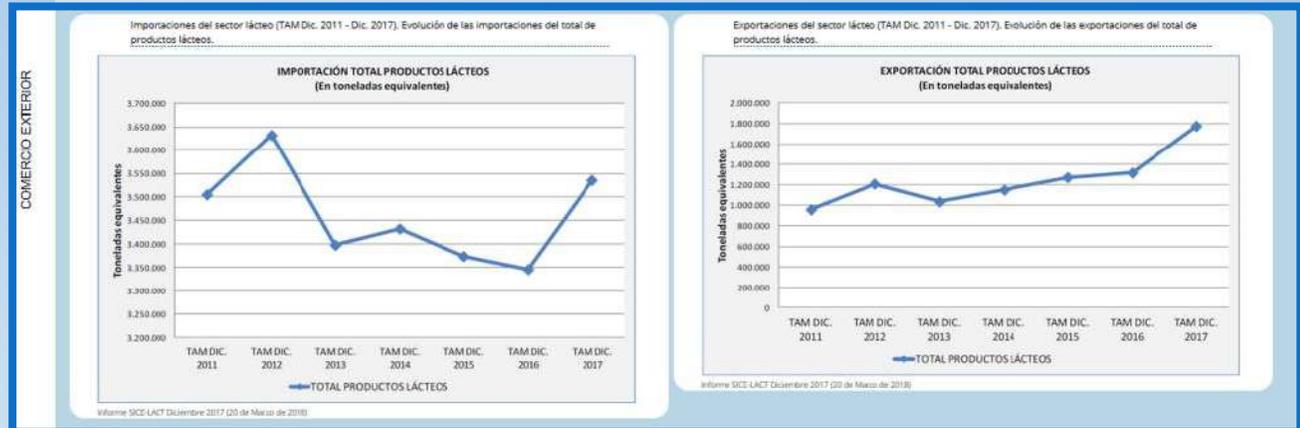
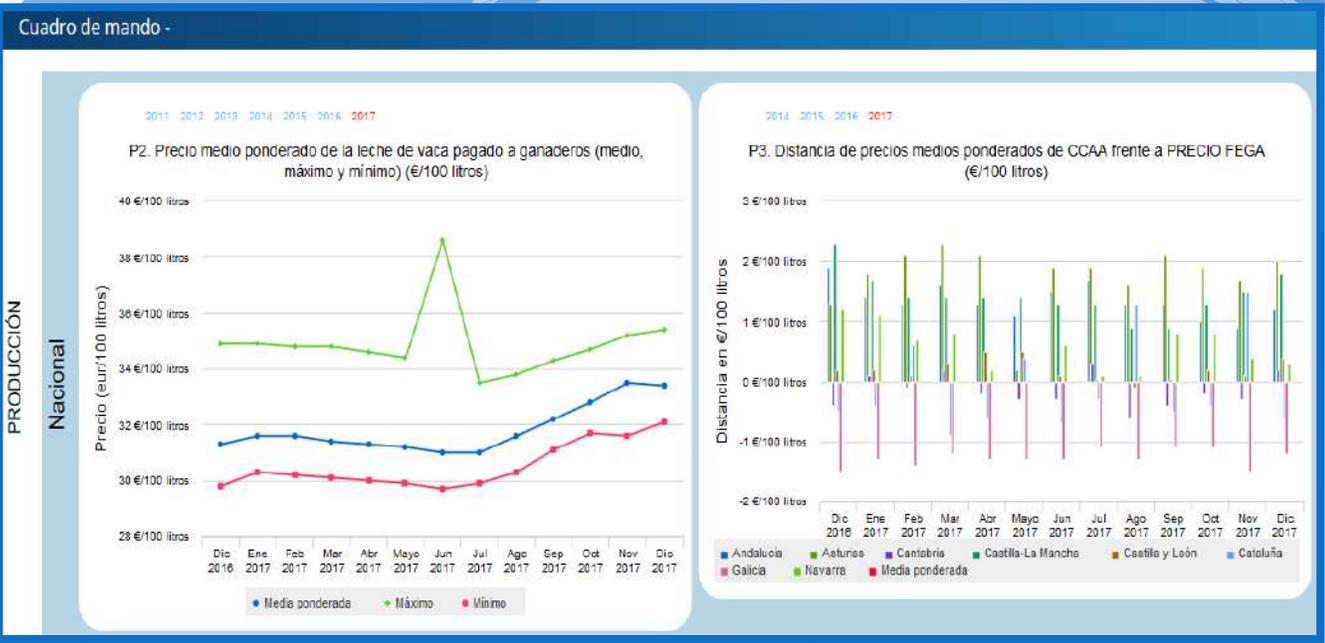
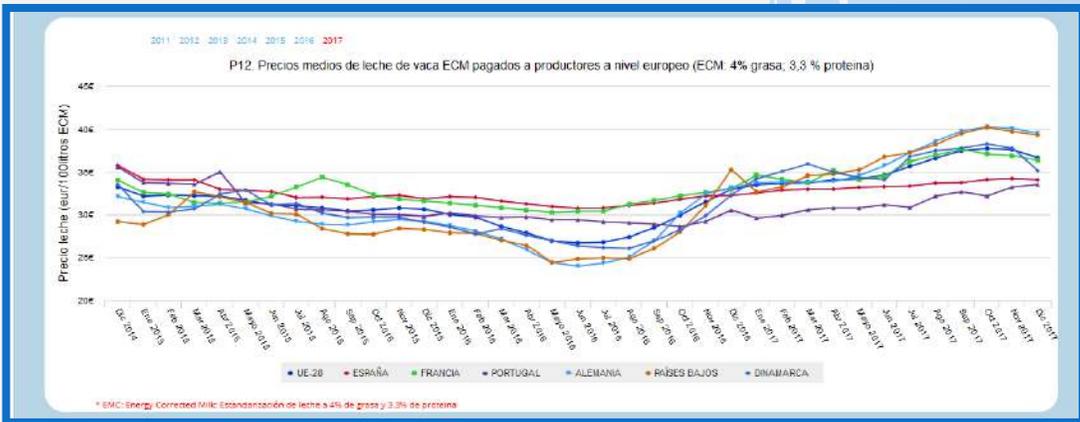
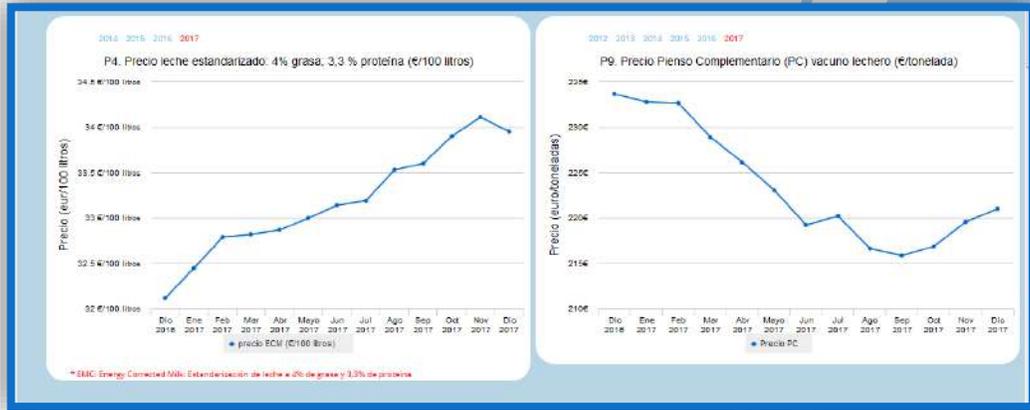
D. INFORMACIÓN DEL SECTOR

- **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:



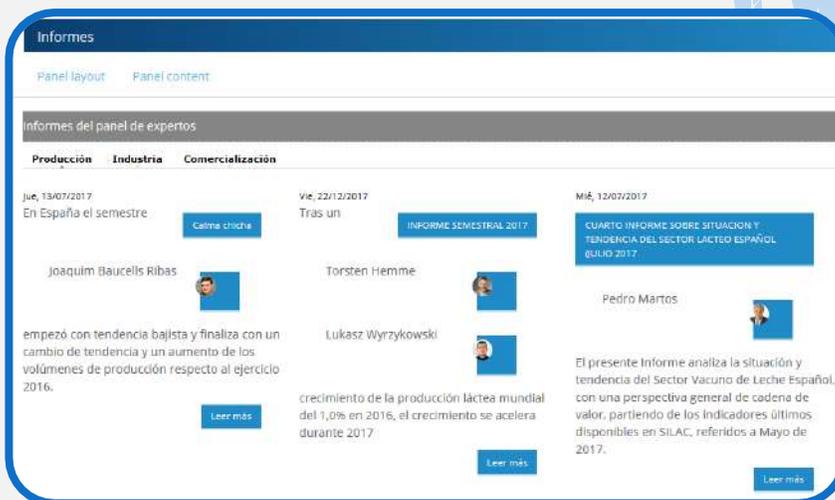
D. INFORMACIÓN DEL SECTOR

- **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.





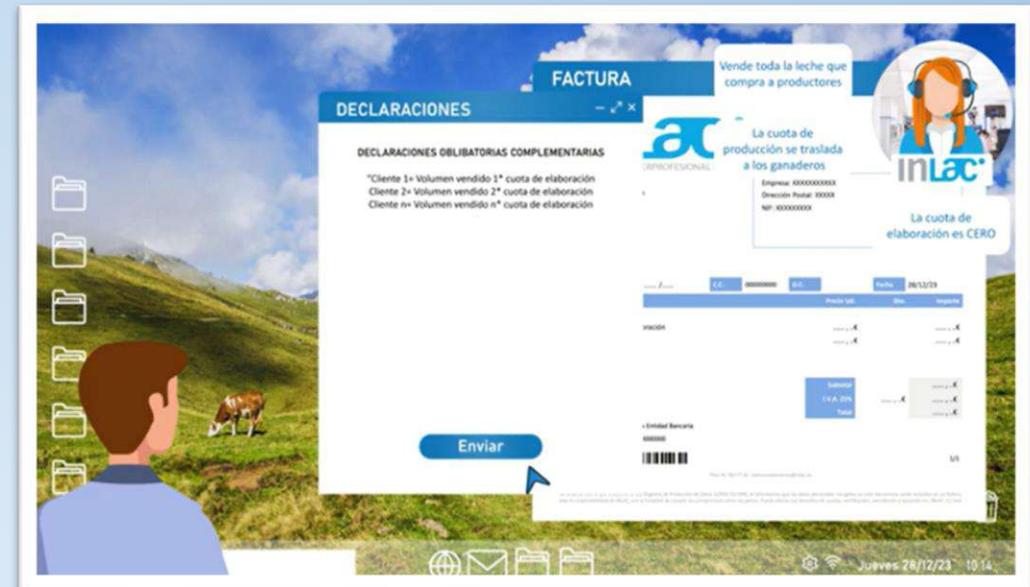
2.3. Oficina técnica

CONTENIDO

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

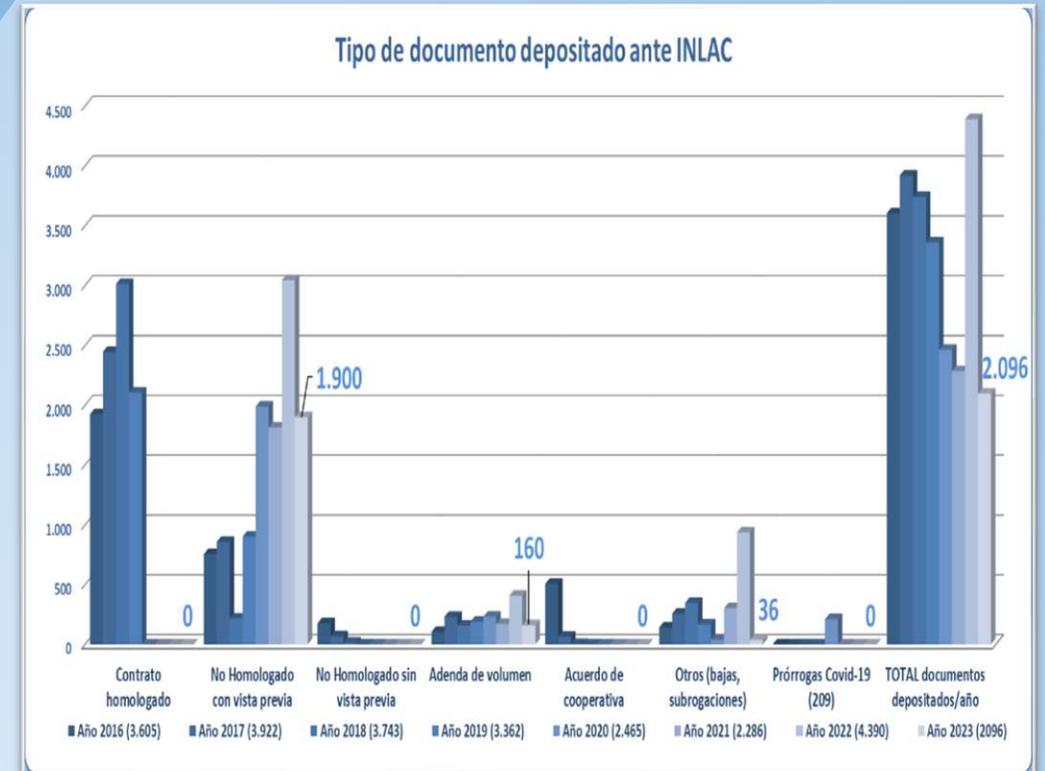
A. ASISTENCIA Y APOYO TÉCNICO

- Resolución de consultas de los operadores del sector, vía telefónica o vía correo electrónico en los buzones inlac@inlac.es; inlac@tragsa.es; extensiondenorma@inlac.es.
- Principalmente sus cuestiones se han centrado en:
 - Extensión de Norma.
 - Procedimientos de formalización y extinción de contratos.
 - Registro de información básica en los contratos.
 - Modelos de documentos (contratos, bajas, subrogaciones).
 - 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

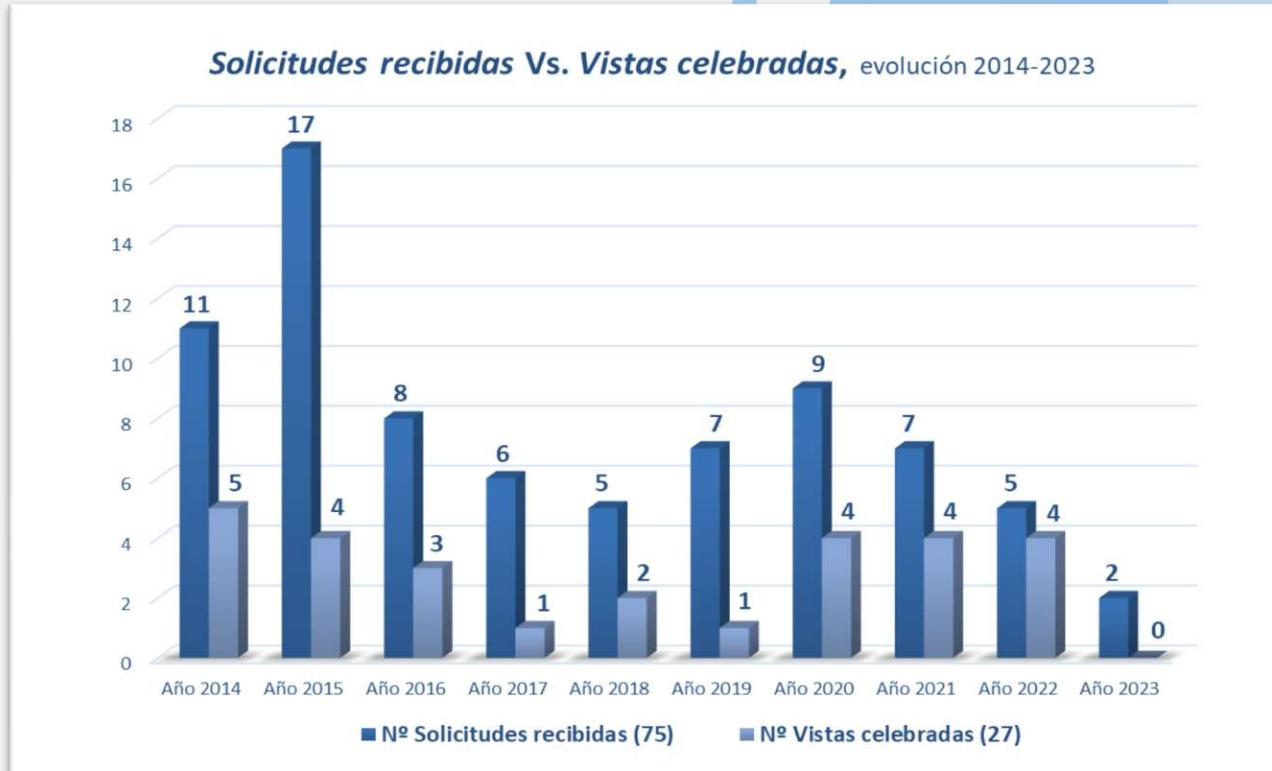
El **Real Decreto 95/2019, de 1 de marzo**, por el que se establecen las condiciones de contratación en el sector lácteo y se regula el reconocimiento de las organizaciones de productores y de las organizaciones interprofesionales en el sector, y por el que se modifican varios reales decretos de aplicación 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*.
 - Los motivos que originan las solicitudes de vista previa se fundamentan principalmente en reclamaciones por impago, cumplimiento de la ley de la cadena, rescisiones de contrato de forma unilateral, entre otras.



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 2023.



2.4. 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 las denominaciones lácteas se emprenden acciones legales.

B. GESTIONES

En 2023 el despacho de abogados de InLac analizó la actuación de dos empresas que comercializaban productos vegetales bajo denominaciones lácteas, con el fin de tomar las medidas pertinentes para que dichas empresas cumplan con la normativa vigente.

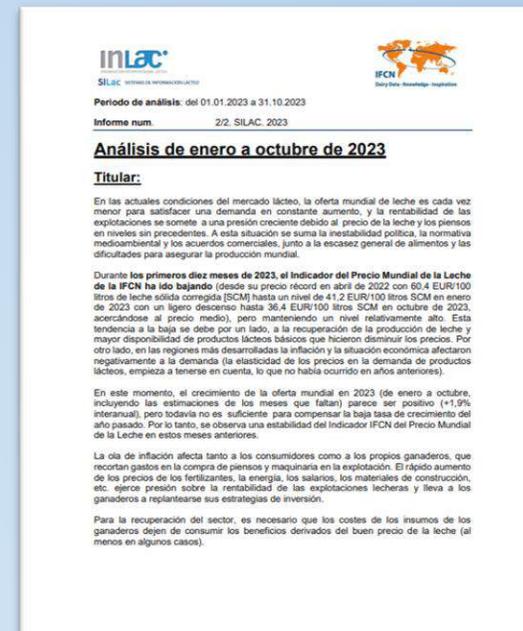


2.5. Informes de mercado

➤ Informes IFCN

- IFCN es la **Red Internacional de Comparación de Granjas** que une a investigadores y consultores a través del análisis en profundidad de los sistemas típicos de producción lechera en todo el mundo. La red IFCN se basa en sus tres pilares principales: los Investigadores y Consultores IFCN, las Compañías e Instituciones Patrocinantes de la red y el Centro IFCN de Investigación en Lechería.
- InLac publica anualmente, en su web, informes de IFCN en los que se analiza situación del sector lácteo a nivel nacional, europeo y mundial. En 2023 se publicó un informe en el que se analizaba el periodo comprendido entre enero-octubre 2023.

Puedes consultarlos [aquí](#).



➤ Informes de comercio exterior del sector lácteo español (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 7 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 7 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 7 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 2022
publicado en marzo del 2023.



Informe a abril 2023 publicado
en julio de ese año



Informe a septiembre 2023
publicado en diciembre de ese año

Puedes consultarlos [aquí](#).



2.6. Protocolo para el análisis del extracto quesero de leche cruda de cabra

En 2023 se desarrolló un protocolo para el análisis del extracto quesero en leche cruda de cabra. Este protocolo consistió en un ensayo experimental para verificar si existía diferencias en el proceso analítico de la leche cruda de cabra entre los laboratorios interprofesionales que con más frecuencia analizan esta matriz. En el protocolo se resumen los aspectos clave de la prueba, ya que estos determinan la estructura del análisis de los resultados.

En el protocolo, encargado por InLac a un tercero, participaron el Laboratorio Interprofesional Lácteo de Catilla y León (LILCYL), el Laboratorio Interprofesional Lácteo de Castilla La Mancha (LILCAM), el Laboratorio Interprofesional Lechero de Cantabria (LILC) y el Laboratorio Agroalimentario de Santander (LAS) que depende del MAPA.



2.7. Reuniones de Comités y grupos de trabajo

COMITÉS



COMITÉ DE VACUNO

22 de marzo
18 de mayo
29 de junio
26 de julio



COMITÉ DE OVINO

16 de marzo
15 de septiembre
30 de noviembre



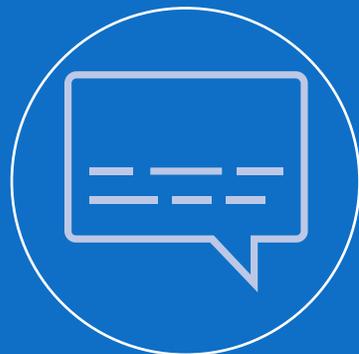
COMITÉ DE CAPRINO

30 de marzo
9 de junio
22 de septiembre
24 de noviembre
15 de diciembre



2023

COMITÉ Y GRUPOS DE TRABAJO



COMITÉ DE COMUNICACIÓN

13 de febrero
12 de abril
14 de junio
13 de septiembre
6 de noviembre



GRUPO DE TRABAJO TÉCNICO

8 de febrero
12 de abril
1 de junio
8 de septiembre
3 de noviembre

2023



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

InLa 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 2023 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).

InLac también colaboró y participó durante 2023 en encuentros con diferentes Organismos implicados en la cadena alimentaria y que son de interés para el sector lácteo, como, por ejemplo, conferencias sobre sistemas alimentarios globales, sesiones sobre cuestiones prácticas en la aplicación de la ley de la cadena, la innovación como eje de desarrollo y competitividad de la cadena, entre otros.

3. I+D+i

inLac[®]



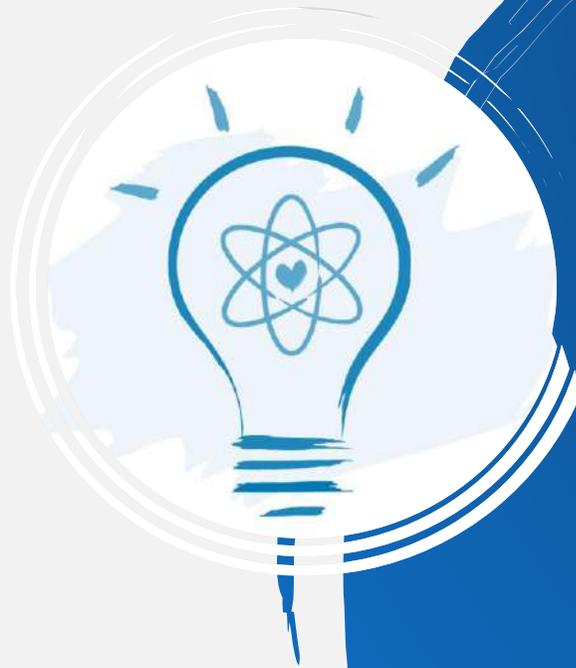
CONTENIDO

3.1. Objetivo

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

3.3. Estudios de I+D+i

3.4. Proyectos de I+D+i



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.





3.2. Herramientas de I+D+i: La PTF₄LS

CONTENIDO

A. PROPÓSITO

B. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

C. REUNIONES DEL GRUPO DE TRABAJO DEL SECTOR LÁCTEO

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

- Prevención de la formación de aminos biógenas en productos lácteos.
- 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 lácteos combinados.
- Aprovechamiento y revalorización de subproductos de la industria láctea.
- Texturización de alimentos lácteos.
- Alternativas para la reducción del uso de antibióticos en la producción lechera en las ganaderías.
- Desarrollo de nuevas técnicas para cuantificar leche de diferentes especies en los quesos mezcla.
- Reducción de los GEI en el sector lácteo.
- Sostenibilidad económica, social y medioambiental del sector lácteo.



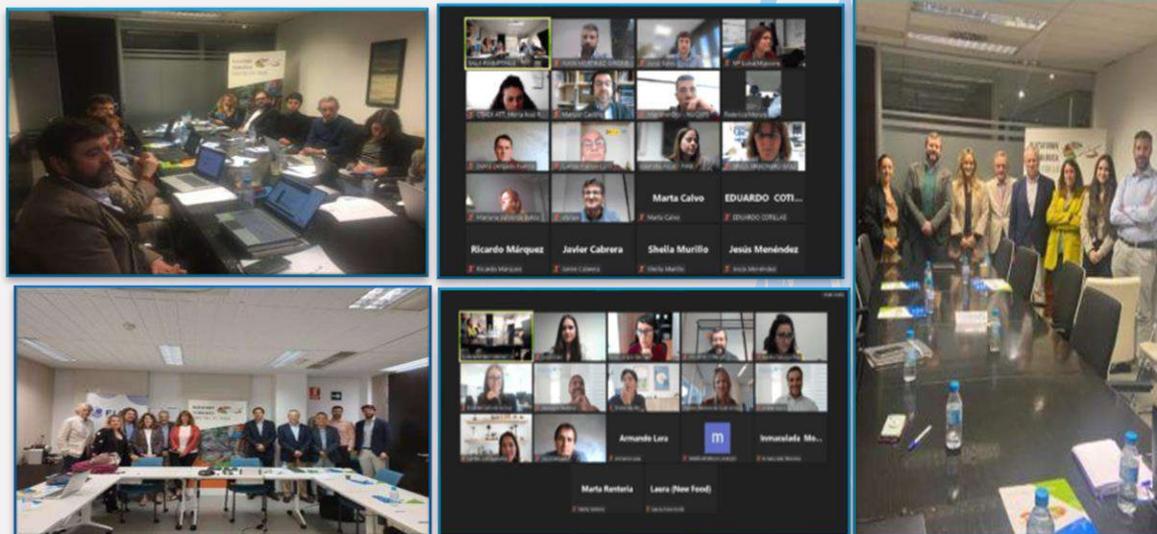
C. REUNIONES DEL GRUPO DE TRABAJO DEL SECTOR LÁCTEO

Este grupo de trabajo se reunió 3 veces en 2023 (en febrero, mayo y octubre).

Las reuniones se celebraron en formato semipresencial con una **participación media de 34 personas**.

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

Gracias a este tipo de grupos de trabajo se conoce las necesidades reales del sector y se puede dirigir los esfuerzos del personal de investigación de las universidades, centros tecnológicos, empresas, etc. a resolverlos, haciendo que la I+D+i sea aplicada.





3.3. Estudios de I+D+i

CONTENIDO

- A. LIBRO SOBRE EL SECTOR LÁCTEO EN ESPAÑA
- B. SOSTENIBILIDAD DE LA CADENA LÁCTEA DE VACUNO
- C. ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL DE LA PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA EN ESPAÑA
- D. ESTUDIO IPSOS SOBRE EL CONSUMO DE QUESOS EN ESPAÑA
- E. LIBRO BLANCO DE LOS LÁCTEOS

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](#)).
- 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, en Lugo**.



B. SOSTENIBILIDAD DE LA CADENA LÁCTEA DE VACUNO

A principios de 2023 se contrató a AINIA para que desarrolle una herramienta basada en la metodología del Análisis del Ciclo de Vida para cuantificar y evaluar los impactos ambientales positivos y negativos a lo largo de la cadena del sector lácteo y así poder proporcionar alternativas y evaluar soluciones que favorezcan una producción más sostenible.

En la actualidad AINIA está analizando los diferentes escenarios que se integrarán en la herramienta para el análisis ambiental por categoría de impacto (huella de carbono, huella hídrica, etc.) Para ello, calculará de forma individual el impacto ambiental para cada alternativa tecnológica.

La herramienta de cálculo se estima que esté disponible en el primer semestre de 2024.

C. ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL DE LA PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA EN ESPAÑA

- InLac está trabajando junto a Centro Investigaciones Agrarias de Mabegondo (CIAM), en un estudio para la obtención de información acerca de la sostenibilidad ambiental de los diferentes sistemas de producción de leche de vaca en España a nivel de ganadería.
- Dicho estudio se está realizando a partir de información obtenida a pie de las propias ganaderías y se centra en el análisis comparativo de los siguientes indicadores: huella de carbono, emisiones de amoníaco, balance de nitrógeno, huella hídrica, biodiversidad, composición de la dieta y competencia alimentaria animal-humanos.
- El informe con los resultados se presentará, previsiblemente, a finales de 2024.

D. ESTUDIO IPSOS SOBRE EL CONSUMO DE QUESOS EN ESPAÑA

Estudio elaborado por IPSOS para InLac en noviembre de 2023, para conocer la percepción que tienen los consumidores sobre los quesos españoles y de esta forma potenciar su comercialización en el mercado nacional.



CONSUMO

- El 90% de los españoles prefieren consumir quesos de origen nacional, siendo los quesos manchegos, asturianos y gallegos los más populares. Entre estos, el queso Manchego destaca como el predilecto entre los españoles.
- El queso curado, es el tipo de queso favorito por la mayoría de los españoles.
- El consumo de queso se concentra en el hogar, pero los jóvenes y los consumidores ocasionales son los más afines a consumirlo en bares y restaurantes
- El consumo de queso aumenta en un 37% de la población en los últimos 2 años, mientras que solo un 11% disminuye su consumo. El precio como factor clave en el consumo.

COMPRA

- La mayoría de la población compra queso en supermercados, mientras que una minoría lo adquiere en mercados locales y tiendas especializadas/gourmet.
- En general el conocimiento sobre los sellos de calidad distintivo (DOP e IGP) es elevado, un 56% busca alguno de estos sellos de calidad a la hora de comprar queso.
- Los jóvenes, son los que lideran la búsqueda de sellos de calidad en la compra de queso, según el 62%.

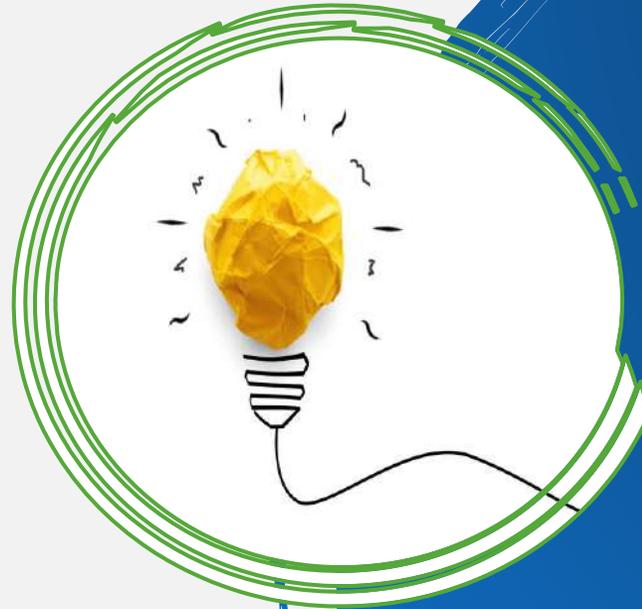
CONOCIMIENTO

- El 94% de la población considera que el queso es saludable debido a su contenido de calcio y valor nutricional.
- La población muestra interés en conocer más sobre los quesos españoles, desde sus variedades y recetas hasta los procesos de elaboración y producción.
- La población muestra interés en la producción responsable de quesos, considerando el medio ambiente, animales y los productores como factores clave.
- El 98% destaca la importancia de los quesos españoles en la cultura gastronómica del país

E. LIBRO BLANCO DE LOS LÁCTEOS

- La Fundación Española de la Nutrición (F.E.N.) está inmersa en la actualización del libro blanco de los lácteos que publicó la interprofesional en el 2016.
- Los trabajos se han realizado a lo largo de 2023 y se espera que la nueva versión esté lista a finales de 2024.





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

En mayo de 2020 InLac lanzó 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. Primero se consolidó el método de análisis proteómico a través de la selección de aquellos péptidos que habían mostrado un comportamiento más robusto a lo largo de sucesivos experimentos. Asimismo, el método permitió monitorizar de manera inequívoca péptidos específicos de especie y proteína. Los resultados cuantitativos 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, tanto para los quesos de un mes como los de tres meses y seis 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

En 2022 se realizaron nuevos ensayos para confirmar la idoneidad de los controles internos en el ensayo y su aplicación definitiva en el ensayo. Se estudió la correlación con otros parámetros de composición de la leche y se analizarán muestras de leche de diferentes razas para confirmar que esta variable no introduce cambios en los resultados cuantitativos obtenidos. Y finalmente se realizó un estudio con muestras de queso comerciales de diferentes procedencias para demostrar la aplicabilidad del método.

A finales de 2022 se llevó a cabo un análisis para afianzar y consolidar el método, así como la optimización del proceso para su implementación en el sector. La validación se realizó de acuerdo con las guías AOAC INTERNATIONAL (ASSOCIATION OF OFFICIAL ANALYTICAL COLLABORATION, AOAC, INTERNATIONAL) ya que es una de las organizaciones más reconocidas internacionalmente en estos procesos de validación de métodos de análisis de alimentos obteniéndose los resultados en el primer trimestre de 2023.

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

Los resultados obtenidos fueron tan satisfactorios se decidió ampliar el proyecto con dos objetivos:

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.

Este estudio se desarrolló hasta finales de 2023 y los resultados se obtendrán previsiblemente en el segundo cuatrimestre de 2024.

También decidió comenzar con **la difusión de los resultados tanto a nivel científico como sectorial**. Por lo que en 2023 se trabajó por parte del equipo de investigación **en un artículo de rigor para su publicación en una revista científica de prestigio a lo largo de 2024** y se han elaborado **artículos más divulgativos** en los que se detallaba el método y sus resultados para su publicación en diferentes medios sectoriales y generalistas. Además, dicho método se presentó en diferentes congresos como **FARMAFORUM, FOOD TECH y ALIBETOPÍAS**



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



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

La presentación oficial del método tuvo lugar el 11 de diciembre de 2023 en Madrid, en el Salón de Actos de la Residencia de Estudiantes del CSIC.



Durante la jornada participó InLac como impulsor del proyecto, Zeulab, el Centro Nacional de Biotecnología del CSIC, Laboratorios Arroyo; las empresas Queserías Entrepinares, Grupo Lactalis, Central Quesera Montesinos, Reny Picot, Grupo TGT y el MAPA.

Video completo de la jornada [enlace](#).

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 UNE en el desarrollo de una especificación técnica del método y junto al MAPA a través del convenio de colaboración entre el MAPA e InLac para la validación de dicha técnica como un método de control oficial.

B. GRUPOS OPERATIVO: GO_ISAB



Redacción Revista Frisona / viernes, 17 de febrero de 2023 / Categoría: Noticias, CONAFE, GO_I-SAB, Sector lácteo



- **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 se propuso para la concesión de una subvención por un importe de 250.516,69 euros.
- El proyecto, que fue presentado por CONAFE, representante y coordinador del mismo, obtuvo 90.75 puntos sobre 100, siendo el séptimo mejor valorado entre los más de 120 proyectos presentados por todos los sectores agrícolas y ganaderos, de los cuales han sido elegidos 23 proyectos a los que se otorgaron la subvención.
- 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
- Este proyecto posibilitará la recogida de forma sistemática de fenotipos relativos a la mitigación de la emisión de gases de efecto invernadero y su inclusión en los objetivos de selección del vacuno lechero; así como la obtención de una base de datos de alcance nacional en lo relativo a emisiones de gases de efecto invernadero provenientes del vacuno lechero.



The logo for INLAC is centered on the left side of the image. It features the word "inlac" in a stylized, lowercase font. The letters "in" are in a dark blue color, while "lac" is in a lighter blue. The logo is enclosed within a white circular border that has a hand-painted, brushstroke-like texture. The background of the entire image is a solid, vibrant blue.

inlac'

ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL LÁCTEA

GRACIAS

www.inlac.es