

La campaña "El huevo, de etiqueta" difundirá el modelo europeo de producción



Noticias

Esta campaña informará al consumidor sobre el modelo europeo de producción, el etiquetado y la trazabilidad del huevo

La **campaña "El huevo, de etiqueta"**, desarrollada por la **Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos (Inprovo)** para los dos próximos años, informará al consumidor sobre el modelo europeo de producción, el etiquetado y la trazabilidad del huevo en la Unión Europea (UE).

El director general de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Fernando Burgaz, y el presidente de Inprovo, Medín de Vega, han presentado esta campaña, que difundirá dichos conocimientos a través de folletos informativos, redes sociales, encuentros entre productores y consumidores, y talleres con medios de comunicación. La iniciativa cuenta con una inversión de 1,1 millones de euros y está cofinanciada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Inprovo y la Comisión Europea.

Su diseño se ha realizado a partir de la información extraída de la encuesta denominada "Huevómetro", según la cual sólo el 2 % de los españoles se fija e identifica correctamente el código impreso en la cáscara y la mayoría desconoce los distintos sistemas de producción de huevos o el citado modelo europeo.

Incluye la realización de dos nuevas consultas, una en septiembre de 2015 y otra al final de la campaña (alrededor de julio de 2016), para comprobar si ha evolucionado el conocimiento de los consumidores sobre la producción, etiquetado y comercialización.

En su intervención, Medín de Vega ha considerado necesaria esta acción para que los consumidores estén "bien informados": eso "ayuda a hacer una compra acorde a las necesidades" de cada cliente. Ha valorado los métodos de producción comunitarios -gracias a una normativa que permite poner en el mercado "huevos de confianza"-, que, desde 2004, han tenido "muchas mejoras" y, sin embargo, el ciudadano las desconoce. A su juicio, estos dos próximos años son una "ocasión única" para mantener un diálogo que "reforzará la confianza de los consumidores" sobre la producción europea: "La campaña explicará por toda España que los huevos de la UE son los que se producen con los estándares más altos de calidad del mundo".

Según datos de Burgaz, este sector ganadero representa cerca del 5 % de la producción final ganadera española y el 2 % de la producción final agraria, con más de 800 millones de euros anuales de valor económico. Ha detallado que, entre el 55 y el 58 % de la producción, se obtiene de gallinas en granjas; el 20 %, de gallinas en suelo; el 15 %, de camperas; y el 7 %, de producción ecológica.

El sector de la avicultura de puesta "está conquistando y llegando a mercados exteriores", gracias a la comercialización de 140.000 toneladas al extranjero, del total de 750.000 t, ha señalado. El 60% de la producción se consume en el hogar y el 40 % restante en el canal Horeca, aunque en los últimos meses se está produciendo un aumento de su consumo en el sector de la restauración y la hostelería "por el incremento de la actividad económica".

En la presentación, la directora de Inprovo, Mar Fernández, ha resaltado que con la iniciativa se busca, entre otros fines, facilitar la elección en el momento de la compra y transmitir que "la trazabilidad es completa" y que las siguientes encuestas servirán para determinar si la campaña "resulta efectiva".

Por su parte, el director de la Representación de la Comisión Europea en España, Francisco Fonseca, ha hecho hincapié en que el comercio global actual hace que el etiquetado del huevo en una granja española "tenga efectos potenciales en otras partes del mundo y viceversa" . Es necesario tener una agricultura "cada vez más competitiva" para "ganar" en el comercio exterior y con "un valor añadido", ofreciendo "más garantías al consumidor", ha resaltado.

Redacción