



Esta mañana, en la sede del Ministerio.

Arias Cañete: “El sello Producto Lácteo Sostenible garantiza la calidad y origen español de la leche, y es un aval de sostenibilidad económica del sector”

- **Afirma que el sector lácteo es estratégico para nuestra economía y sociedad, y prioritario para este Ministerio**
- **Señala que gracias a las iniciativas puestas ya en marcha, se han producido mejoras destacables frente a la situación del año pasado**
- **Indica que al Programa de Productos Lácteos Sostenibles se han adherido ya 24 empresas, 15 industrias lácteas y 9 empresas de la distribución**
- **Reitera que el Ministerio seguirá trabajando para que el sector se mantenga y crezca**

05 de septiembre de 2013. El ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Miguel Arias Cañete, ha asegurado que la compra de un producto diferenciado con el sello de Producto Lácteo Sostenible (PLS), “garantiza la calidad y el origen español de la leche, y que ha sido comercializada en unas condiciones que avalan la sostenibilidad económica del sector lácteo, lo que supone un beneficio para el conjunto de la cadena”.

Miguel Arias Cañete hacía estas declaraciones durante la presentación, en la sede del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, de la campaña de Productos Lácteos Sostenibles, una iniciativa que acredita el origen español y la calidad de la leche y su comercialización en condiciones que garantizan la sostenibilidad del sector.

Según ha subrayado el ministro, “el sector lácteo es estratégico para nuestra economía y sociedad, y prioritario para este Ministerio”. En concreto, la leche



supone el 15,72% del valor de la producción ganadera, y junto con los productos lácteos, representa el 10% de las ventas netas de la industria alimentaria y el 15,8% del gasto de consumo en los hogares españoles.

Sin embargo, Arias Cañete ha apuntado que la cadena de valor del sector lácteo “arrastra importantes problemas estructurales” que afectan tanto a los ganaderos, como a la industria y la distribución. Así, ha explicado, en la producción nos encontramos con explotaciones de pequeño tamaño y poco integradas, mientras que en el ámbito de la industria y la distribución hay diferentes problemas, que parten del descenso del consumo y de la presión de los mercados exteriores, agravados en algunos casos por la utilización de la leche como producto reclamo, y que acaban banalizando el producto lácteo.

Según el ministro, todos estos factores reducen sustancialmente los márgenes de las industrias, lo que a su vez empuja a la baja de los precios de compra a los ganaderos.

INICIATIVAS DE APOYO

Para paliar esta situación, Arias Cañete se ha referido a la serie de iniciativas específicas emprendidas desde comienzos del año pasado para dar apoyo al sector. Así, en el ámbito comunitario “hemos conseguido medidas de gestión de mercado y de apoyo a los productores”. Y en el ámbito nacional, se aprobó el Real Decreto de desarrollo del “paquete lácteo”, que regula las organizaciones de productores y la obligatoriedad del contrato lácteo.

Asimismo, en septiembre del año pasado, el Ministerio suscribió con los diferentes eslabones un Protocolo de colaboración para la mejora de la eficiencia de la cadena de valor y comercialización de la leche y los productos lácteos. Y en febrero de este año se firmó el Convenio de Colaboración para la Implantación y Desarrollo de un Programa de Productos Lácteos Sostenibles.

El ministro también ha mencionado, como otras medidas de apoyo al sector, la Campaña Oficial de Inspección de la Calidad de la Leche, las diferentes actividades de promoción desarrolladas en los últimos meses, y la aprobación de las leyes de mejora de la cadena de valor y de integración cooperativa.



En este sentido, Arias Cañete ha hecho especial hincapié en las campañas destinadas especialmente a los jóvenes a través de las redes sociales, “centradas en el gusto por la leche, en el placer asociado a su consumo y divulgando los beneficios que aporta”, ha recalcado. La campaña, centrada específicamente en Facebook, Twitter y Youtube, tiene una duración de 4 meses, de junio a septiembre, y en este último mes se orientará principalmente a la promoción del programa de Productos Lácteos Sostenibles.

De manera paralela, hemos puesto en marcha el programa Bienvenidos al campo, un portal Web orientado a la promoción del conjunto del sector agroalimentario español, “aunque, como forma especial de apoyo, hemos querido comenzar por el sector lácteo”, ha apuntado el ministro, quien ha explicado que se trata de un instrumento para acercar el mundo de la producción y el del consumo.

Gracias a todas estas actuaciones, “se han producido mejoras destacables frente a la situación del pasado año”. Así, se ha alcanzado la cifra de 15.150 contratos firmados, a fecha 31 de mayo, lo que significa que casi el 90% de la leche cruda entregada por los ganaderos a los compradores está sujeta a contratación. También están registradas 7 Organizaciones de Productores, con poder de negociar de manera colectiva los términos de los contratos.

Además, los precios medios percibidos por el ganadero se han incrementado en los últimos meses, “situándose en el nivel más alto de los últimos cuatro años”, ha precisado. En concreto, el precio durante el pasado mes de julio ha sido de 34,6 céntimos/litro, lo que supone un incremento de 0,7 céntimos/litro frente al mes de junio. El precio percibido por los ganaderos este mes de julio es un 14,6% superior al registrado en el mismo mes de la campaña anterior (30,2 céntimos/litros).

PRODUCTOS LÁCTEOS SOSTENIBLES

Según ha comentado Arias Cañete, este programa surge para “superar las dificultades de sostenibilidad del sector productor y la banalización de los productos lácteos”. Al programa, que se formalizó el pasado mes de febrero,



se han adherido ya 24 empresas, 15 industrias lácteas y 9 empresas de la distribución, y está abierto a la incorporación de las empresas que lo deseen.

Mediante este programa, las empresas de la industria y la distribución se comprometen a utilizar leche cuya adquisición esté regulada mediante contratos de compra venta, con condiciones contractuales que garanticen la sostenibilidad de las explotaciones.

También se comprometen a identificar el origen español de la leche envasada bajo el logo PLS y trabajar para mejorar la percepción de los productos lácteos, por el consumo, como productos de alto valor nutritivo y de calidad. “Y por supuesto, no llevar a cabo actuaciones que contribuyan a banalizar la leche y los productos lácteos”, ha reiterado el ministro.

Por su parte, el Ministerio se compromete a realizar una amplia campaña de comunicación para dar a conocer a los consumidores el alcance del programa PLS. También promocionará el consumo de leche y productos lácteos, y se encargará de garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos por las partes.

Para reforzar el programa, se va a utilizar un **logotipo**, diseñado en dos colores (rojo y azul, según el fondo del envase) dirigido a lograr un fácil reconocimiento por el consumidor. Además de figurar en los envases, las industrias y empresas distribuidoras adheridas podrán utilizarlo en las campañas de publicidad, en la cartelería de los locales y sus medios de publicidad.

Las empresas autorizadas para hacer uso del logo de PLS de manera inmediata son: Alcampo, Mercadona, El Corte Inglés, DIA, Eroski, Carrefour, Nestlé España, Agrupación Cooperativas Lácteas Clesa, Alimentos Lácteos, CAPSA, COVAP, Feiraco Lácteos, Grupo Leche Pascual, Sociedad Cooperativa Alta Moraña, Danone, IPARLAT, Industrias Lácteas Asturianas y Mantequerías Arias.

CAMPAÑA EN TELEVISIÓN

Por otra parte, Arias Cañete ha desvelado que el Ministerio va a iniciar una campaña de publicidad en televisión sobre los PLS. “Se trata, ha dicho el



ministro, de informar sobre lo que significa y supone el uso del logotipo de los PLS, contribuyendo a mejorar la percepción del consumidor sobre los productos lácteos, en beneficio de la sostenibilidad del sector”.

Por último, el ministro ha reiterado que el objetivo de su Departamento es “trabajar conjuntamente para que el valor añadido al producto final por la producción, la industria y la distribución, se compense con una remuneración justa para cada uno de los operadores que interviene en esa cadena de suministro”. En definitiva, “que el sector lácteo español se mantenga y crezca, que sea un sector sostenible y con futuro”.