

## COMERCIALIZACIÓN DE LA CARNE DE CORDERO: NUEVAS PRESENTACIONES



## Análisis del sector ovino: producción, promoción y mercado

Francisco Marcén Bosque, Presidente Interprofesional Ovino y Caprino  
Cazalla de la Sierra, 4 de julio de 2017

## ¿Qué es INTEROVIC?

- **50% Sector productor**  
Organizaciones agrarias y cooperativas

### Producción



- **50% Sector industrial y comercial**

Mataderos, salas de despiece, cebaderos, cooperativas y curtidores de pieles

### Transformación / Comercialización



## Una oportunidad única



## *Aportaciones por países*

Cuánto supone la Extensión de Norma en explotaciones de ganado ovino

	<b>España</b>	<b>Francia</b>	<b>R.U</b>
Aportación ganadero	0,05	0,14	0,79
Aportación total	0,1	0,24	1,45

**Extensión de Norma aprobada desde 2012  
y recientemente hasta 2020**

## Algunos logros concretos

- Aturdimiento y pieles I+D
- Bienestar animal
- Publicidad engañosa (Danacol)
- Identificación de origen
- Promoción de cordero



**“La unión hace la fuerza”**

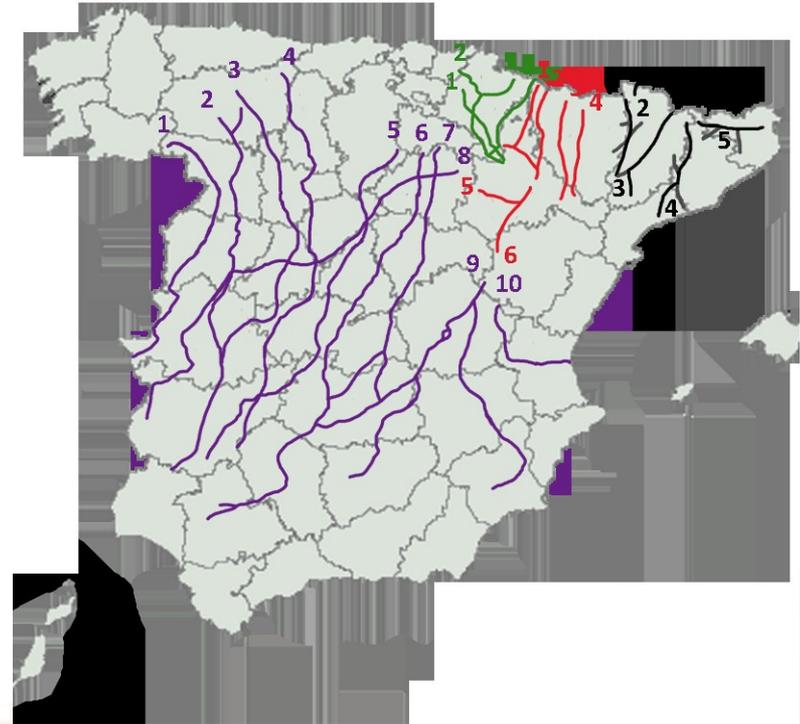
# Un poco de historia...



✓ España era ovino y caprino

✓ Amplia red de intermediarios y mataderos locales

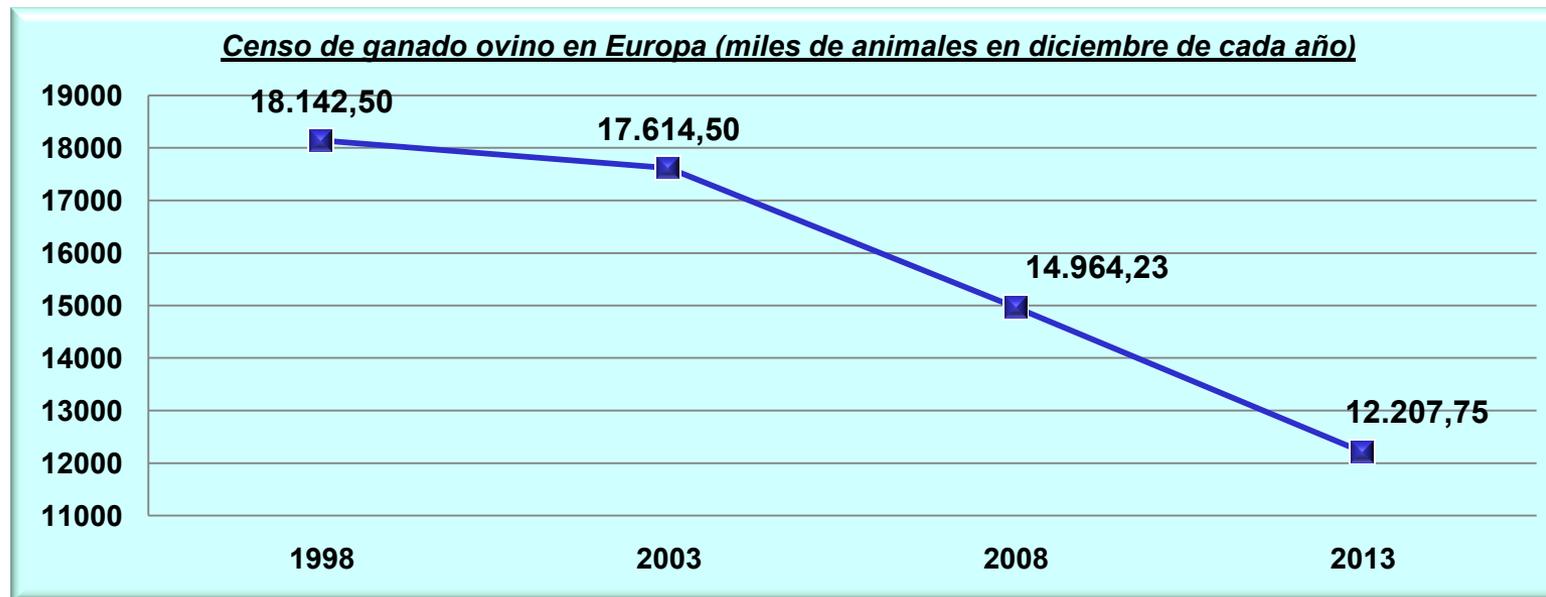
✓ Cambio a partir de los 80





- ❖ Fracaso de tratantes con grandes mataderos
- ❖ Crecimiento cooperativas (teoría Bijman)
- ❖ Quedan comerciales más competitivos...

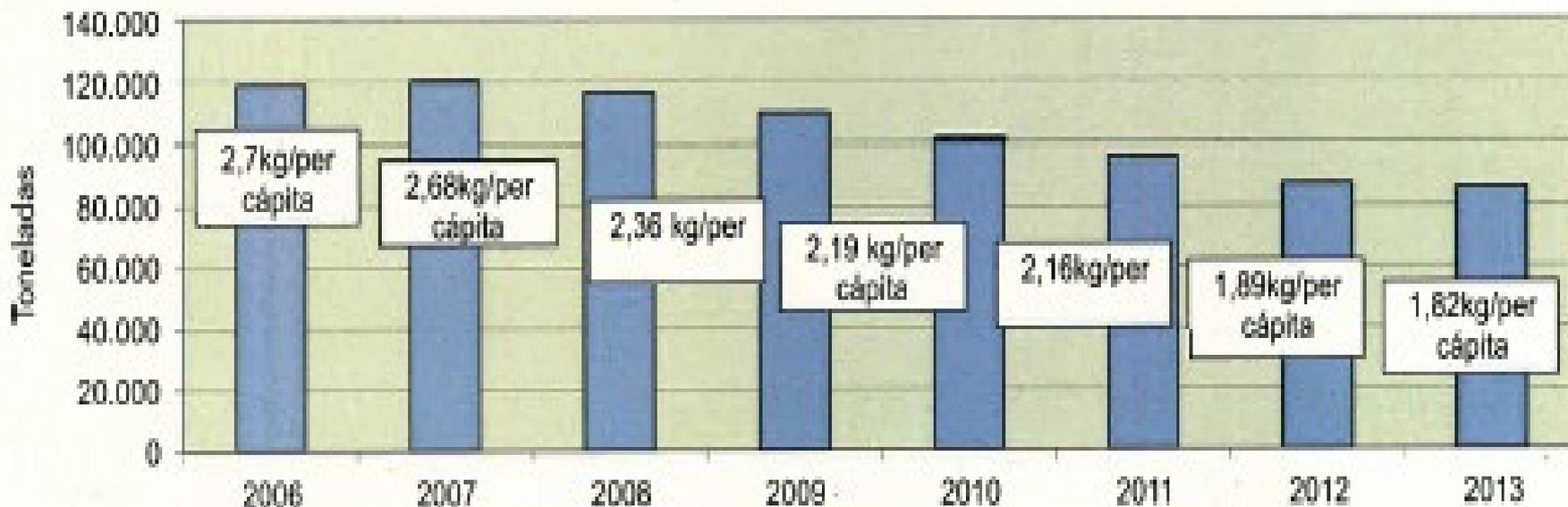




- **Caída de la producción ovino de carne**
- **Se mantiene el ovino de leche (30%)**

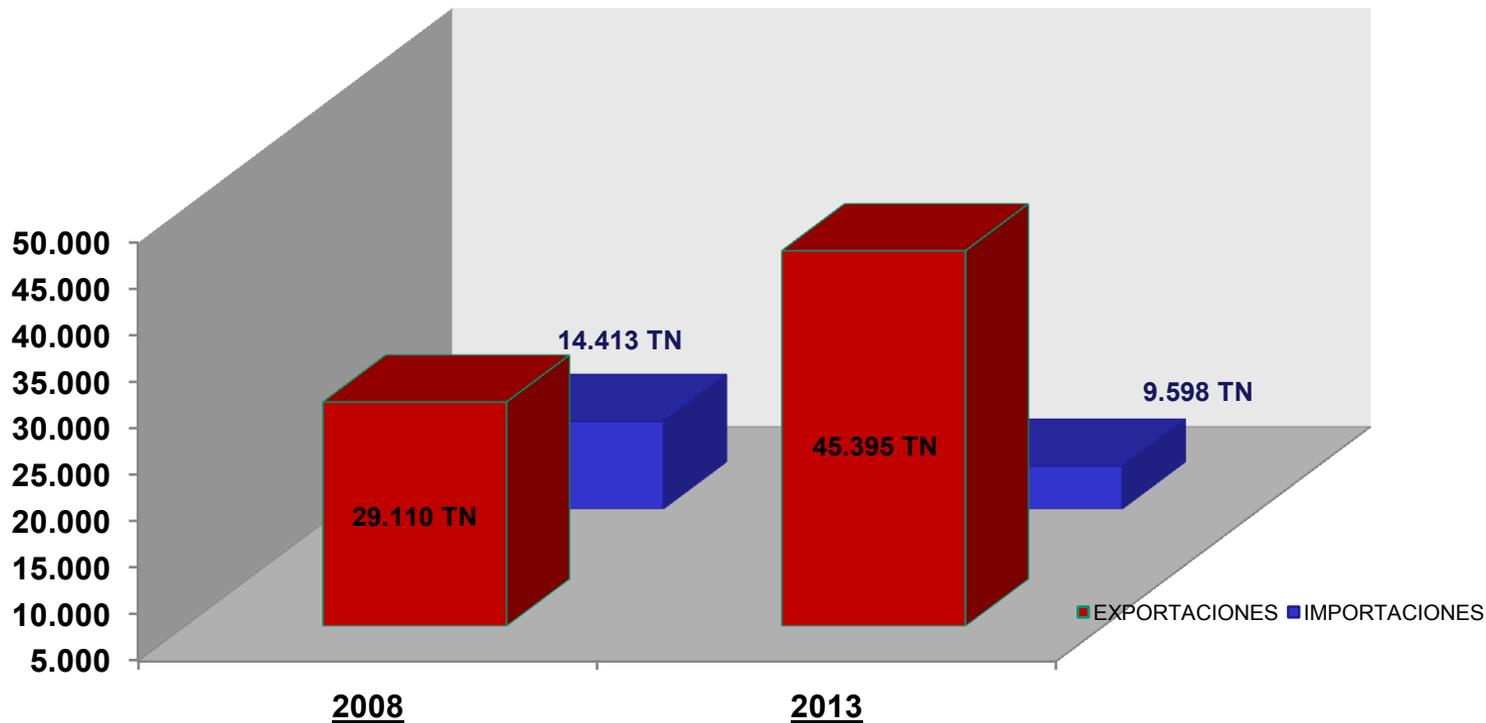


## EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE CARNE FRESCA DE OVINO Y CAPRINO EN LOS HOGARES ESPAÑOLES



- En caída constante desde hace 25 años
- Mayor caída desde 2007 (+ del 40%)
- Carnicerías (5-10% anual), gran distribución (10-20% anual) y hostelería

# ESPAÑA: EXPORTAMOS MÁS, IMPORTAMOS MENOS Y MÁS CARO



Precios importación terceros países	3,5	4,5 (despiece cordero)
Precios exportación	2,83	3,6 (cordero y oveja vivo y canal)

## Cambio de tendencia en 2015



- **Vivo al norte de África**

- **Canal y vivo** 
  - Francia
  - Alemania
  - Italia

- **Carne mercado de nicho**



# Carne de cordero menos del 5% del lineal



## MERCADO INTERIOR

- ❖ Carniceros 45% (↓)
- ❖ Gran distribución 35% (↑)
- ❖ Hostelería 5/10 %
- ❖ Otros 10/15%



**EXPORTACIÓN 25%**



# Problema sectorial



- Escasa rentabilidad
- Excedentes de piezas en el minorista
- Jóvenes no consumen cordero



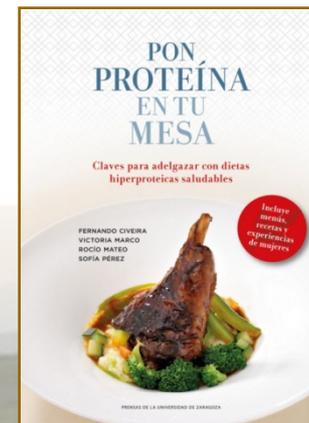


- ✓ Extensión de Norma  
10 céntimos/cabeza (5/5)
- ✓ Campaña Europea de  
promoción (4.155.000)  
50/25/25%. Tres años.
- ✓ Planes de I+D+i





- Selección de nuevos cortes tras preguntar a minoristas
- Estudio cualidades nutritivas
- Estudios de efectos positivos carne de cordero para la salud



# ¿Publicidad o cambio? la clave de la campaña



- ✓ Plan modernización del sector transformador y minorista
- ✓ Innovación como solución a los problemas
- ✓ Formación a carniceros y cocineros



**Maestros cocinero y carnicero**





- Campaña TV en primavera y pre Navidad
- Reparto de recetarios en 15.000 puntos de venta
- Difusión en prensa, redes sociales, blogs, etc



[www.canalcordero.com](http://www.canalcordero.com)

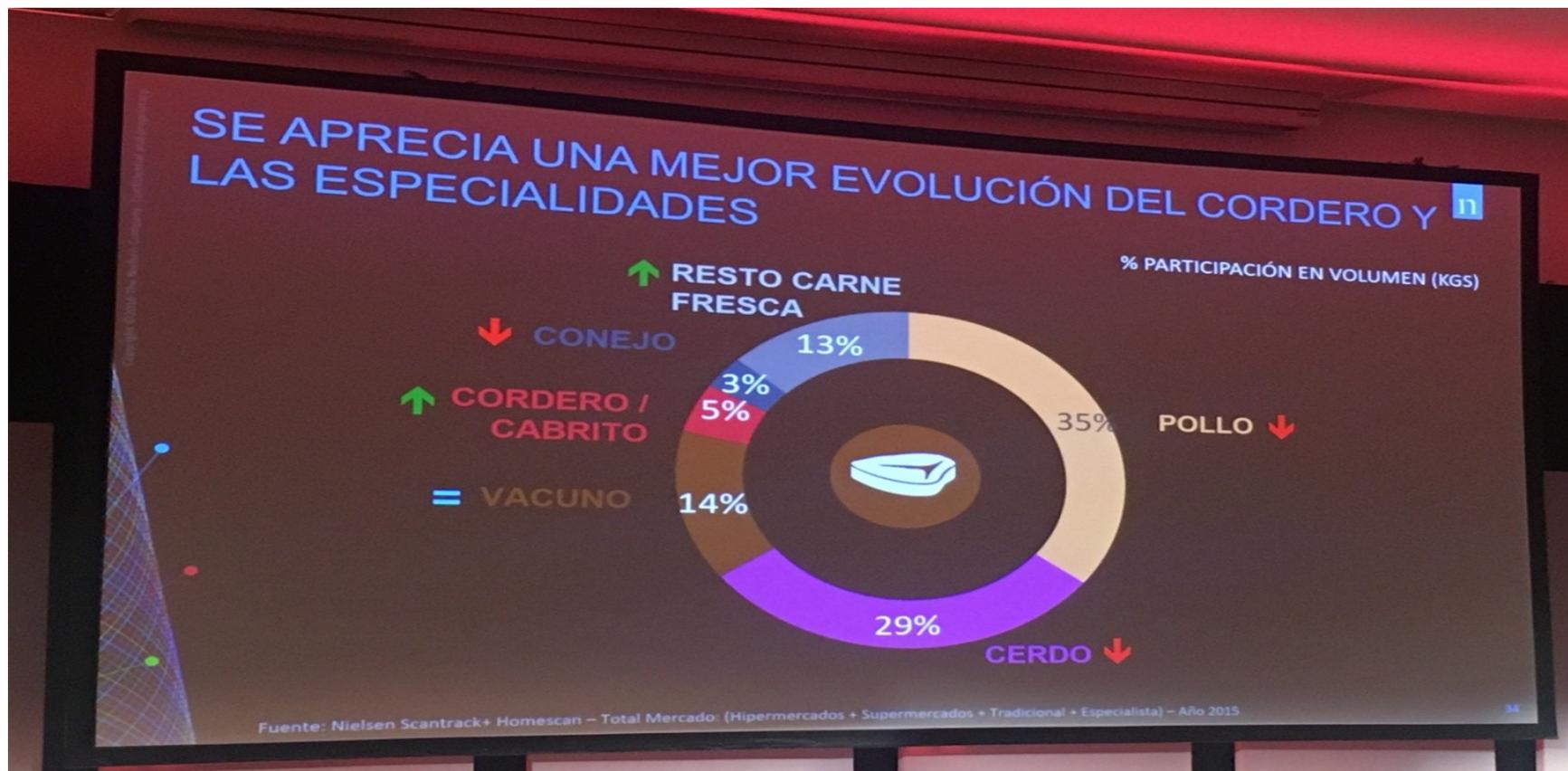


## Logros 2015



- 18% de incremento en la percepción de calidad de los consumidores (72% valoran positivamente la campaña)
- Disminución de la bajada de consumo (del 8% al 5% anual) – 2016=¿0?
- 1/3 carniceros participan nuevos cortes





## LA CARNE DE CORDERO EN LA ENCRUCIJADA

Crecimiento volumen.: +1,6%

Crecimiento valor: +2,1%

# Próximos años

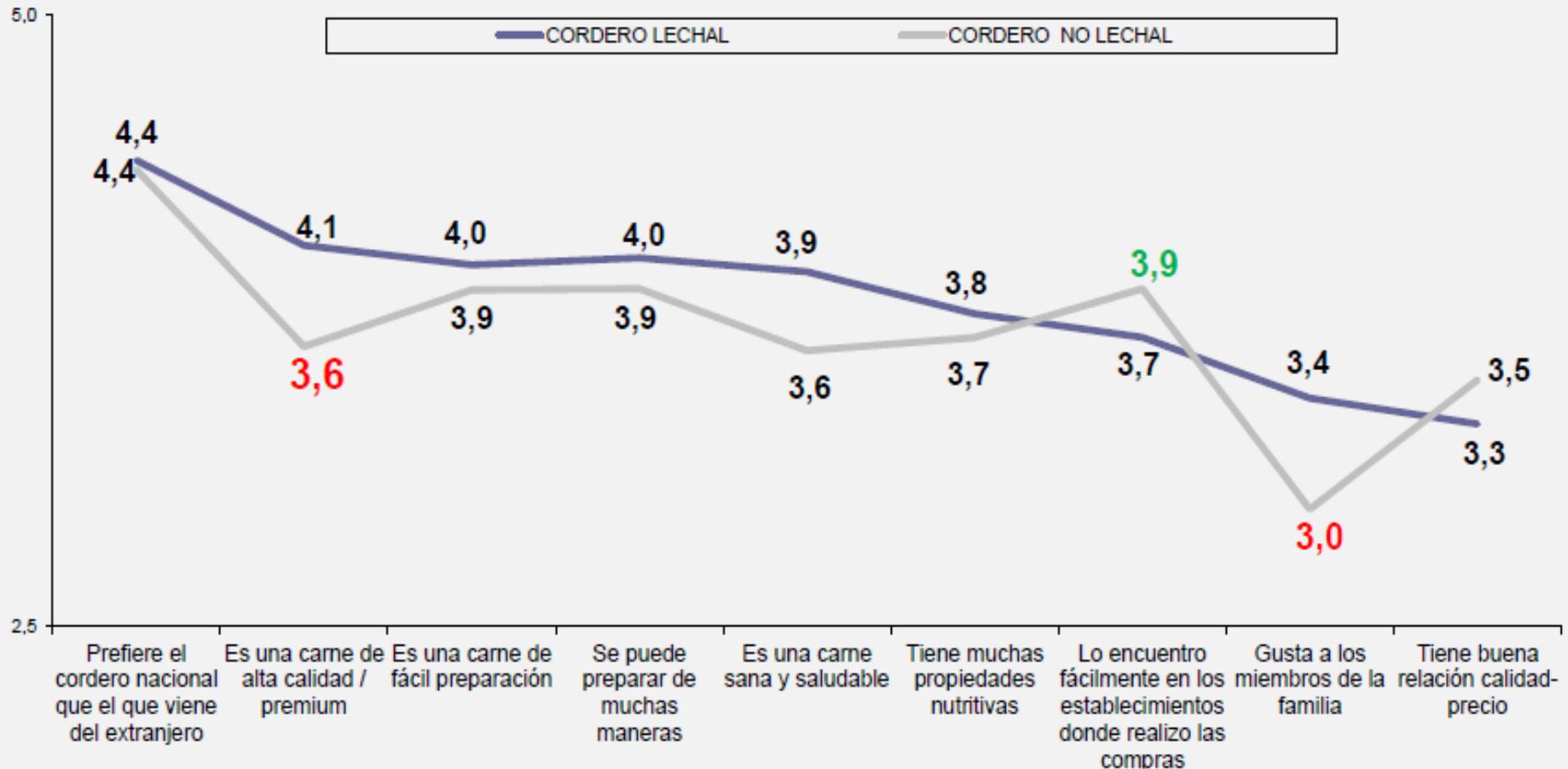


- ✓ Continuidad
  - Innovación
  - Comunicación
  - Formación
- ✓ Lluvia fina, al menos 6 años más
- ✓ Precio unidad versus precio kilo
- ✓ Campaña origen España cordero y cabrito



# IMAGEN COMPARADA DE CORDERO LECHAL Y NO LECHAL\*

Base: Total de personas entrevistadas



o De nuevo nos encontramos con un perfil diferenciado entre los dos productos.

\* En una escala de 1 "Totalmente en desacuerdo" a 5 "Totalmente de acuerdo".

## El origen con calidad es lo que más importa al consumidor español

# Objetivos 2018-2020



- ❖ Campaña europea de cocina fácil con vinculación calidad/medio ambiente y rural 2018-2020
- ❖ Sinergias IGP y marcas locales de proximidad con certificación de calidad
- ❖ Argumentos nutritivos y salud de la carne de cordero





Síguenos en las redes:

[www.canalcordero.com](http://www.canalcordero.com)

