

“Quesea” o cómo redescubrir la calidad y el amplio surtido de quesos que producimos en España

INLAC lanza una ambiciosa campaña de promoción para poner en valor los quesos españoles frente a los importados de bajo valor añadido

Un total de 295 supermercados de toda España divulgarán desde hoy miércoles 14 de octubre la amplia oferta de quesos de máxima calidad elaborados en las 17 comunidades autónomas

El queso forma parte de la cesta de la compra del 89 % de los hogares españoles, que toman alrededor de 7,78 kilos de media al año. Es decir, 360 millones de kilos de quesos con un valor cercano a los 2.694 millones de euros. Nuestro país ocupa la trigésimo séptima posición mundial en consumo

Madrid, 14 oct 2020.- La Organización Interprofesional Láctea (INLAC) ha lanzado la campaña “Quesea” para divulgar la oferta de quesos de origen nacional, en un contexto en el que son muchas las referencias de importación de bajo valor añadido que copan nuestros lineales. Los productores se han aliado con **Carrefour, Carrefour Market, Eroski y Ahorramás** y, de esta forma, 295 centros, entre supermercados e hipermercados, participarán desde hoy en esta iniciativa que pretende poner en valor ante el consumidor los quesos elaborados en alguna de las 17 comunidades autónomas.

Colaborarán en esta iniciativa **80 establecimientos del País Vasco; 76 de Madrid, 33 de Cataluña, 27 en Comunidad Valenciana, 24 de Andalucía, 13 de Navarra, 10 de Castilla-La Mancha, 8 en Castilla y León y Baleares, en cada caso, 7 en Galicia; 3 en Murcia, 2 en Aragón, Asturias, Canarias y Extremadura, respectivamente y un supermercado en La Rioja.** La campaña “Quesea” tendrá tres años de duración (2020-2022) y aspira a ser un motor de cambio hacia esta evolución positiva que esperan la ganaderos y fabricantes, ya que este sector tiene un gran potencial aún de crecimiento, remarcan desde la Interprofesional.

Entre otros objetivos, persigue **potenciar el consumo de queso español; vincular diferentes tipos de queso a distintos momentos de consumo durante el día; aumentar la cultura del consumidor asociada al queso, consiguiendo una mayor capacidad de diferenciación en cuanto a los distintos tipos de queso español en los lineales y posicionar el queso español en el mercado para competir ventajosamente con otras alternativas de consumo.**

“La idea que preside toda la campaña es animar a los consumidores a pedir queso de España en super e hipermercados, tiendas especializadas, mercados de abastos, bares y restaurantes”, ha destacado la **presidenta de INLAC, Charo Arredondo**. “Vamos a convertir ‘queasar’ en un verbo de moda, como pasó con el tardeo. Gracias a la sonoridad de “quesea”, nuestros mensajes siempre transmiten que... el queso que elijas...’**QUE SEA DE AQUÍ, DE ESPAÑA**’. Convertimos el acto de tomar queso en algo sencillo, directo y divertido”, ha subrayado **Arredondo**.

La campaña aspira a convertir el acto de tomar queso en algo sencillo, directo y divertido, ha añadido la **directora gerente de INLAC, Nuria María Arribas**. Un concepto que puede estar en boca de todo el mundo dentro y fuera del hogar y un paraguas de comunicación grande con el que podemos llegar a todos los medios y a todos los targets. Se trata de una forma notoria de

estar en el punto de venta, en definitiva, “con una llamada a la acción potente”. Asimismo, una página web (quesosdeespana.es) ofrece amplia información al consumidor a través de tres grandes secciones:

1) **#quegear**: un apartado que explica de manera sencilla la esencia de la campaña y las razones para #quegear con los quesos de España.

2) La **#quesoteca** de los quesos de España que permitirá encontrar el queso que estás buscando.

3) **#quesea y no te pierdas nada**: se trata de una sección de actualidad sobre el sector y los quesos de España con todas las novedades sobre nuestros productos y la campaña, así como las últimas noticias relacionadas con el mundo del queso.



De igual forma, en el marco de la campaña se sortearán **100 tablas de queso** entre los consumidores que adquieran quesos de España, hagan una foto a su tabla preferida y la suban a Instagram (**@quesea_es con el #queseaconquesosdeespana**)

En cifras

El queso forma parte de la cesta de la compra del 89 % de los hogares españoles, que consumen alrededor de 7,78 kilos de media al año. De acuerdo con datos del Ministerio, en España se produjeron **442.200 toneladas de queso** en 2019. De éstos, 185.900 toneladas corresponden a queso de leche de vaca (puro); 69.900 toneladas a queso de leche de oveja (puro); 51.700 toneladas a queso de leche de cabra (puro) y 134.800 toneladas a otros (mezclas).

Los hogares españoles consumieron el año pasado cerca de **360 millones de kilos de quesos por valor cercano a los 2.694 millones de euros**.

El consumo de queso en España, que es el destino principal de la leche producida en pequeños rumiantes, es uno de los consumos más bajos de Europa, según los datos estadísticos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y que recoge el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). Nuestro país está **en trigésimo séptima posición mundial**, por detrás de la mayor parte de los países europeos. La media de la UE se sitúa en 17,3 kilogramos por persona y año, doblando los registros de España.

Valor nutricional

Las principales Guías en Alimentación establecidas por organismos nacionales e internacionales recomiendan tomar entre dos y cuatro raciones al día de lácteos, dependiendo de la edad y circunstancias de cada colectivo. Una ración de leche equivaldría a 200-250 mililitros (una taza o vaso), mientras que la ración de yogur serían 250 gramos (2 yogures). **La porción de queso semicurado o curado rondaría los 30 gramos y, la de queso fresco, sobre 60 gramos**.

Sobre INLAC

InLac es la organización interprofesional que engloba a todo el sector lácteo de España (**Cooperativas Agro-Alimentarias de España, FENIL, ASAJA, COAG y UPA**). Se trata de un instrumento fundamental de interlocución y vertebración entre los agentes de la cadena láctea y se constituye como el foro estable de discusión entre sus miembros, respetando los ámbitos de actuación propios de las organizaciones que la componen.