

## Campaña “QUESEA” ( [www.quesosdeespaña.es](http://www.quesosdeespaña.es) )

### Nuria M. Arribas (INLAC): “El queso nacional tiene grandes posibilidades de crecimiento en el mercado interior”

**El sabor de lo nuestro:** La Interprofesional INLAC ha lanzado una ambiciosa campaña de promoción que, bajo el nombre de “Quesea”, quiere poner valor los quesos españoles frente a los importados de bajo valor añadido. Un total de 295 supermercados colaboran con “Quesea”. En los lineales de quesos, vinos y “picos” se informa sobre los productos elaborados en alguna de las 17 CCAA

**Grandes expectativas:** El consumo de queso en hogares se elevó a 394,51 millones de kilos entre agosto de 2019 a julio de 2020 (+11,3%) por valor de 2.990,47 millones de euros, un 14 % más. Sin embargo, todavía hay una desproporcionada presencia de quesos de importación en nuestros lineales.

**Frente al momento “dulce” en ventas en el canal de Alimentación, el sector viene soportando una caída sin precedentes en el canal Horeca (bares, restaurantes, hostelería, catering) por las restricciones motivadas por el COVID-19**

Madrid, 16 nov 2020.- Una de cal y otra de arena. Las restricciones en cuanto a aperturas y horarios que están sufriendo bares, restaurantes, hostelería y catering desde el inicio de la pandemia del COVID-19 ha motivado una brusca reducción de la comercialización en este canal. Mientras tanto, el consumo en hogares acumula espectaculares repuntes. Tal y como muestran los datos del Panel de Consumo Alimentario, elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), la demanda de queso se situó en **394,51 millones de kilogramos** en el periodo que transcurre de agosto de 2019 a julio de 2020, lo que supone un 11,3 % más respecto al mismo período del año anterior, por valor de **2.990,47 millones de euros**, un 14% más.

Sin embargo, todavía es muy fuerte y hasta cierto punto desproporcionada la presencia en supermercados e hipermercados de quesos de procedencia foránea y con frecuencia de poca calidad. Por su parte, el consumo per cápita es muy bajo, apenas 8,75 kilos por persona y año cuando la media de la UE se eleva a 17,3 kilogramos. Nuestro país se encuentra **en trigésimo séptima posición mundial**, por detrás de la mayoría de los países europeos.

Conscientes de estas debilidades, pero también de sus fortalezas, la **Organización Interprofesional Láctea (INLAC)** ha lanzado la campaña “Quesea” para divulgar la oferta de quesos de origen nacional. Secundan esta iniciativa **Carrefour, Carrefour Market, Eroski y AhorraMas**. En total, **295 centros, entre supermercados e hipermercados**, que muestran de forma diferencial ante el consumidor la amplia oferta de quesos elaborados en alguna de las 17 comunidades autónomas con distintivos y señalética propia en los lineales de quesos, vinos y “picos” de los establecimientos.

“El Queso nacional tiene grandes posibilidades de crecimiento en el mercado interior pese al fuerte peso de las importaciones”, ha declarado la **directora gerente de INLAC, Nuria M. Arribas**, quien valora la importancia de la campaña “Quesea” para intentar divulgar aún más las producciones autóctonas y aprovechar las oportunidades que aún existen para avanzar en la comercialización de quesos “*Made in Spain*”.



**Arribas** ha recordado, en este contexto, la importancia de los lácteos, junto a la práctica de deporte, para mantener una dieta equilibrada. “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)”. Por lo que respecta a los quesos, la porción de semicurado o curado recomendada rondaría los 30 gramos y, la de queso fresco, sobre 60 gramos”, concreta **Arribas**.

Por comunidades autónomas, colaboran con la iniciativa “**Quesea**” de **INLAC** un total de 80 supermercados e hipermercados del **País Vasco**; 76 de **Madrid**, 33 de **Cataluña**, 27 en **Comunidad Valenciana**, 24 de **Andalucía**, 13 de **Navarra**, 10 de **Castilla-La Mancha** y seis en **Cantabria**, 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 se ha marcado como objetivos -especifica la directora gerente de **INLAC**- **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 con otras alternativas de consumo.**

Para difundir sus cualidades, se ha lanzado la web [quesosdeespana.es](http://quesosdeespana.es) con amplia información dirigida al consumidor. En el marco de la campaña, igualmente, 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**)

## 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.