

Inlac ve "extraña" la caída del consumo de leche y plantea aumentar su promoción



Noticias

El motivo puede ser los cambios en hábitos de consumo, por lo que defiende que se potencien las campañas de promoción de leche

El presidente de la **Organización Interprofesional Láctea (Inlac)**, Ramón Artime, ve "extraño" el descenso paulatino en el consumo nacional de leche y plantea que el sector, junto al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, incida en campañas de promoción para potenciarlo.

En el **Día Mundial de la Leche**, Artime se ha mostrado sorprendido ante la caída del consumo en el hogar (del -2,3 % en 2014, respecto a 2013), ya que se trata de un producto básico cuyos precios en destino, a su juicio, son bajos. Para el presidente de Inlac, el motivo puede ser los cambios en hábitos de consumo, por lo que defiende que se potencien las campañas de promoción.

En ese sentido, ha mostrado su disposición a apoyar acciones promocionales junto al Gobierno, algo en lo que ya están trabajando para "ponerlas en marcha en un futuro próximo". "Hay que saber explicar todo lo bueno que tiene consumir productos lácteos" y trasladar el mensaje de que no es un producto que no se pueda consumir por su elevado coste, ha añadido.

Por otra parte, los ganaderos celebran este año el Día Mundial de la Leche pendientes de su adaptación al nuevo sistema de producción sin cuotas y al "Paquete Lácteo", que incluye la obligatoriedad de establecer contratos por escrito con una duración mínima de un año.

Según Artime, se trata de un escenario en el que están afrontando "momentos complicados" por la bajada de los precios en origen, una situación que es más acusada para los ganaderos que entregan la leche a primeros compradores. Estos ganaderos -localizados principalmente en Galicia, que es la primera comunidad española en producción lechera- están cobrando entre 0,24 euros y 0,27 euros/litro, lo que supone "vender a pérdidas".

En su opinión, el sector productor "necesita estructurarse" a través de procesos de integración para "hacer músculo" y ganar poder de negociación frente a la industria y primeros compradores. "Hay que buscar la manera de concentrarse porque el sector productor lechero está muy diseminado", ha resaltado.

Redacción