



el huevo,
siempre de *etiqueta*



Si quieres garantía de calidad entra en www.elhuevoetiqueta.com

Esta imagen, realizada por la agencia Burson-Marsteller y Aluminio para INPROVO, es una de las propuestas que se espera utilizar como anuncio de campaña

1,12 MILLONES DE EUROS PARA PROMOCIONAR EL HUEVO Y EL TRABAJO DEL AVICULTOR EN España

La propuesta de la Interprofesional Española del Huevo (INPROVO) ha sido uno de los 20 programas elegidos para beneficiarse de la línea de ayudas de la Unión Europea destinada a la promoción de productos agrícolas en la Unión Europea y en terceros países.

El presupuesto total de los programas, que en su gran mayoría tendrán una duración de tres años, asciende a 46,5 millones de euros, de los cuales la UE aporta una contribución de 23,3 millones de euros.

INPROVO pondrá en marcha un programa de dos años de duración, que contará con un presupuesto total de 1.125.149 € de los que 562.525 € serán cofinanciados por la Unión Europea. En concreto, la campaña de INPROVO se basará en el etiquetado y el marcado europeo como una garantía de producción sostenible, controlada y de calidad de todos los huevos, con independencia de los diferentes sistemas de producción.

La estrategia se centra en que los productores sean protagonistas de la campaña: hablarán de su trabajo en las granjas, de cómo se producen hoy los huevos en la Unión Europea y de las garantías que ofrecen al consumidor en relación a la seguridad alimentaria, a la sanidad y el bienestar animal y al respeto al medio ambiente. Los consumidores podrán conocer el camino que sigue el huevo de la granja a la mesa, su identificación y trazabilidad y resolverán sus dudas con los mejores expertos, los avicultores.

La campaña cuenta también con aliados estratégicos, como los expertos del Consejo Asesor del Instituto de Estudios del Huevo, y empleará los canales propios del sector (páginas web empresariales y de asociaciones) y los afines, así como redes sociales, líderes de opinión y periodistas, para transmitir los mensajes de la campaña, diseñada con el apoyo de Burson Marsteller, se ajusta a lo previsto en el Reglamento 501/2008 sobre las acciones de información sobre el marcado y el etiquetado de los huevos de mesa.

Opinión

¿Cómo puede ser que el consumidor no esté dispuesto a pagar tal vez 0,20 € por un huevo, que puede ser una cena completa y, en cambio, acepte sin rechistar pagar 10 veces más por persona por bollería industrial o una bebida energética mucho menos nutritiva? ¿Qué otro producto hay que por 1 Euro dé para cenar a una familia moderna completa?

¿Qué estamos haciendo mal para no haber sabido poner en valor ante el consumidor al huevo y a los productos avícolas en general?

SELECCIONES AVÍCOLAS no es una revista solo de avicultura, es una revista para todas aquellas familias y personas que han hecho de la avicultura su modus vivendi. Con los años hemos visto que los suscriptores a los que mejor les funciona su negocio avícola no son sólo aquellos que se han centrado en la excelencia productiva y técnica, sino que, y muy especialmente en el caso de los huevos, han dedicado un 55 % de su tiempo a poner en valor su producción y un 45 % a la parte técnica propiamente dicha.

No podemos esperar más. Hay que poner valor a nuestros productos avícolas y ponerlo ya.

Tal como comentaba una importante empresa productora de huevos que acaba de hacer suspensión de pagos "no hemos sabido repercutir en el precio que paga el consumidor el importante incremento de costes que ha supuesto la adaptación a las jaulas enriquecidas".

Es por ello que inauguramos esta nueva sección dedicada al marketing avícola, cuyo objetivo será tratar cada mes, a partir de ejemplos concretos, pequeñas y grandes acciones de marketing, tanto si se aplican desde el ingenio de un avicultor como si se diseñan desde las organizaciones sectoriales.

Federico Castelló
Real Escuela de Avicultura

Pequeños TRUCOS para aumentar las VENTAS: DESTACAR UN PUNTO CONCRETO

EXPLICAR LO OBVIO



No hay que dar nada por sentado. El consumidor urbano confunde pollos con gallinas y todavía hay quien cree que dentro de un huevo para consumo es posible encontrar embriones.

Por ello no está de más este texto aclaratorio que recuerda que donde no hay gallos no hay posibilidad de encontrarse con huevos fertilizados.

What's the Difference Between Fertilized and Unfertilized Eggs?

The difference between fertilized and unfertilized eggs comes from whether a rooster has been incubated in the same flock as the hen. Fertilized eggs do not need a rooster to be laid. They do not contain embryos and do not develop into chicks. Unfertilized eggs do not contain embryos and do not develop into chicks. For consumer safety and to avoid any confusion, we have included this information on our egg cartons.

EL FACTOR PROXIMIDAD



Un buen marketing con frecuencia no es una cuestión de presupuesto sino de ideas. En este supermercado de EEUU destacaban que eran huevos de proximidad resaltando las sólo 63 millas que separaban la granja en el pueblo de Yelm del supermercado de Seattle donde fue tomada esta foto. El texto literalmente dice: "Steiber's Farm". Durante más de 50 años la familia Steibers ha estado produciendo huevos en el valle de Turnwater, a las afueras de Yelm. Recogidos a mano los huevos de la familia Steiber llegan a la mesa en menos de 3 días, asegurando la calidad y una vida digna para los granjeros locales.

Yelm, WA - 63 miles
Steiber's Farms
For over 50 years, the Steiber family has been producing eggs in what's known as the Turnwater Valley. The Steiber family's dedication to quality and freshness is what makes our eggs so special. We are proud to be a local business and to support our local economy.