



PLAN DE TRABAJO 2021-2023



INDICE

	Pág
1. Una nueva marca para una etapa de expansión	3
2. Retos para uno de los momentos más importantes de nuestra industria	4
I) Sanidad y Asuntos Regulatorios, consolidando nuestra posición	5
II) Internacionalización, ante el reto histórico de nuestro sector	6
III) Mercado Interior, nuestra gran oportunidad para revertir la tendencia	7
IV) Calidad y Sostenibilidad, nuestro mayor compromiso	10
V) I+D+i, ante la piedra angular de nuestra transformación	11
3. Contamos contigo, porque AVIANZA somos todos	12

1. Una nueva marca para una etapa de expansión

A comienzos de 2020, como parte del proceso de renovación que nuestra interprofesional inició en enero de 2019, se tomó la decisión de abordar el rebranding de nuestra marca Propollo.

Tras un proceso de estudio, propuestas creativas y consultas internas, el nombre Organización Interprofesional de la Avicultura de Carne de Pollo del Reino de España (Propollo), paso a contar con una nueva denominación AVIANZA e imagen corporativa, que fue aprobada en Junta Directiva el día 1 de julio de 2020.

A partir de entonces, hemos superado diferentes fases de solicitudes de cambio y denominación de nuestro descriptivo a instancias del Ministerio del Interior, el Ministerio de Trabajo y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Pesca, para poder llevar a cabo dicho cambio con las máximas garantías.

La nueva denominación, aún sujeta a aprobación final, será Asociación Interprofesional Española de Carne Avícola, que unida a la marca AVIANZA se presentará al mercado con el objetivo de representar a las aves con vocación cárnica (pollo, pavo y codorniz), ya presentes dentro de la asociación. Una marca que acompaña además nuestro proceso de internacionalización dotándonos de una identidad más atractiva y coral, y que muestra al sector profesional y a los consumidores el valor global de nuestra industria avícola.

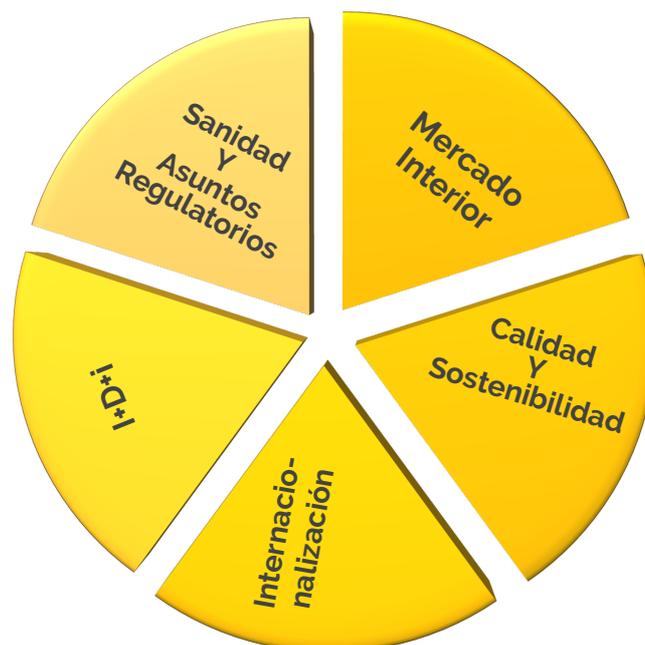
2. Retos para uno de los momentos más importantes de nuestra industria

Nuestro Plan de Trabajo 2021-2023 recoge las prioridades marcadas por nuestros asociados, reflejadas en la **Encuesta de Necesidades del Sector** donde solicitábamos la colaboración de todos, y que fueron finalmente reflejadas en las conclusiones de nuestra Junta Directiva.

Se trata de cinco áreas de actuación principales, que ponen el foco en los pilares más importantes para la producción y comercialización de carne avícola, así como en nuestro crecimiento como sector.

A partir de esta encuesta surgió la necesidad de implementar grupos de trabajo con los temas específicos, que funcionarán de manera totalmente operativa a partir de 2021. Todos ellos obedecen a nuestras necesidades como sector y abordan, entre otros temas, un punto tan importante como las directrices marcadas en el ámbito regulador europeo.

Estos son los cinco grupos de trabajo definidos, en los cuales la participación de las empresas revestirá de particular importancia como miembros activos de nuestra interprofesional.



I) Sanidad y Asuntos Regulatorios, consolidando nuestra posición

Uno de los pilares de mayor valor para la producción avícola es la Sanidad y el marco regulatorio del cual se sostiene. Los altos estándares de bioseguridad en granjas y salas de procesamiento han permitido a la industria avícola de carne mantenerse ante crisis sanitarias como el Coronavirus o la Influenza Aviar. Un esfuerzo que queremos poner en valor no solo entre nuestros asociados, sino también entre la Sociedad, nuestros consumidores y, por supuesto, entre el tejido empresarial y las administraciones públicas nacionales e internacionales.

Asimismo, la Sanidad en conjunto con la alimentación balanceada y alta genética de nuestras aves ha permitido tener una mayor eficiencia productiva, produciendo más kilos de carne con menos recursos energéticos. Un factor que pone el acento en la necesidad de ser más competitivos, así como responder a las presiones del mercado en forma de incrementos de costes.

De esta manera, en este grupo de trabajo, compuesto por Técnicos y Veterinarios de las Empresas, se tendrán en cuenta temas como:

- Enfermedades de notificación obligatoria, el cumplimiento de la normativa de *Salmonella spp* y de la Reducción de Antibióticos, Adenovirus, etc.
- Real Decreto de Ordenamiento del Sector Avícola, las nuevas normativas europeas en materia de bienestar animal, aditivos alimenticios (coccidiostáticos), etiquetado, etc.

Trazabilidad, inocuidad y calidad de los alimentos producidos, etc.

Se trata de uno de los principales temas de debate en el sector, y nuestra prioridad es adoptar una postura proactiva que muestre no solo nuestro compromiso, sino también todo el esfuerzo que estamos llevando a cabo

para implementar todas las medidas. Somos un actor crucial en la alimentación de nuestros consumidores, así como motor económico de nuestro país, y vamos a mostrar lo orgulloso que estamos de ello.

II) Internacionalización, ante el reto histórico de nuestro sector

El desarrollo del sector de carne Español en el exterior ha sido una asignatura pendiente en la actividad de nuestra interprofesional. Es por ello que en este 2020 hemos sentado las bases para el desarrollo del sector avícola en el ámbito internacional a partir de 2 estrategias muy claras:

- La primera, y más importante, es la **apertura de mercados de mayor consumo de carne avícola fuera de Europa**. En este sentido hemos solicitado al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación que inicien con sus contrapartes en China, México y Filipinas (grandes mercados en volumen y valor de carne avícola) la apertura de sus mercados para la exportación de los productos cárnicos avícolas españoles.
- La segunda es **ganar cuota de mercado** en los países donde ya tenemos abierta la comercialización de carne de ave española. Para esto, hemos entrado en un **programa CHAFEA** para la promoción de productos españoles junto con **FIAB** para los mercados de Japón y Hong-Kong para los años 2021-2023, en el cual podremos valorar dicho mercado para futuras inmersiones con un plan europeo propio. Se ha comprometido una inversión inicial de 20.000€ para formar parte de este programa, con el cual podremos estar en misiones inversas, ferias comerciales y acciones en punto de venta en los países mencionados.

Asimismo, como parte del histórico **Convenio Marco firmado con ICEX** a mediados de 2020, definiremos y ejecutaremos un Plan Sectorial Cofinanciado para el periodo 2021-2023 con destino a los Emiratos Árabes Unidos. En este programa **pondremos en valor los atributos de la**

producción de carne avícola española, con productos como pollo de crecimiento lento, pularda, picantón, capón, codorniz y pavo; productos de calidad diferenciada con el pollo broiler, cuyo mercado internacional es dominado por Brasil y Estados Unidos de América. En este Plan Sectorial, se hará una **inversión de 300.000€ cofinanciados con ICEX**.

Todas estas iniciativas, sumadas al ***Sello Poultry From Spain*** que estamos impulsando, darán un gran respaldo nacional e internacional a nuestras actividad empresarial y al conocimiento de nuestras aves. Entre ellos la generación de mayor confianza y transparencia entre los consumidores, a los que proporcionamos información fidedigna sobre el producto que adquiere en sus establecimientos y las características productivas que lo generaron.

Igualmente, para tener mayor solidez en el ámbito internacional se ha solicitado al ICEX formar parte del programa de Becarios de Excelencia del Máster de Comercio Exterior de dicha institución para el periodo 2021-2022. Estos recursos adicionales nos permitirán dotar de mayor dimensión al nuevo departamento de desarrollo internacional dentro de AVIANZA, lo que generará solidez y credibilidad de cara al consumidor internacional. La aprobación de estos recursos tendrá lugar a mediados de diciembre de 2020, incorporándose en febrero de 2021.

III) Mercado Interior, nuestra gran oportunidad para revertir la tendencia

El consumo de carne de ave en España ha ido disminuyendo consistentemente durante los últimos 10 años, con un descenso acumulado del 17% en los hogares de acuerdo a las estadísticas de consumo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

En este periodo la estructura y consumo del español promedio ha cambiado, por lo que es necesario analizar y trazar iniciativas para

adaptarnos a las expectativas de este nuevo consumidor. Como hemos comentado, una de ellas es promover campañas de información para dar a conocer de mejor manera y más cercana los sistemas productivos que tenemos, el esmero y cuidado que ponemos en nuestra producción y las certificaciones que acompañan dicho proceso. Como decíamos antes, estamos orgullosos de nuestra actividad y queremos mostrarlo.

Para redefinir y amplificar la estrategia de promoción al consumo hemos tomado dos iniciativas de acuerdo a lo manifestado por las empresas de la Junta Directiva en la ***Encuesta de Necesidades del Sector***:

En **primer lugar**, se optó por el impulso de nuestra actividad de marketing y comunicación. Para ello nos hemos apoyado en la contratación de una **agencia de servicios globales en marketing digital, comunicación corporativa y prensa**, que nos ha ayudado a definir los mensajes y acciones más adecuadas para llegar a los diferentes públicos, de una manera más personalizada y atractiva, con especial foco en canales online y redes sociales.

Además, asumimos un rol más proactivo en nuestra relación con los medios de comunicación y periodistas, tanto sectoriales como económicos y de gran consumo, como soporte de amplificación hacia nuestros públicos objetivos.

En este área, se ha trabajado intensamente en un cambio de marca, que en el periodo 2021-2023 se verá reforzado mediante campañas de comunicación nacionales (**Alimentos de España**-MAPA 2021) y Europeas (Agencia Ejecutiva de Consumo, Salud, Agricultura y Alimentación-**CHAFEA 2022-2024**). Para ésta última instancia, se plantea un programa europeo *Enjoy it's From Europe* de CHAFEA, con una subvención del 80% del coste total de la campaña, y una aportación de la asociación del 20%. En este sentido, la encuesta realizada a los asociados de AVIANZA reflejó los siguientes resultados: Una campaña con un monto de 300.000€ por año,

repartiendo el coste de la aportación de manera proporcional de acuerdo a las cuotas establecidas.

En **segundo lugar**, contar con un **Sello Origen España** ha sido una demanda constante de los asociados para defender el mercado interior y revalorizar nuestros productos. En ese sentido, hemos trabajado en este 2021 para poder tener un **sello de calidad origen España** que refleje dichas características en el packaging del producto o en el comercio minorista.

Para ello, hemos abordado junto con un equipo de técnicos y científicos (Ricardo Cepero-UPM Coordinador, Arantxa Villagrà García-Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias, Antonio Alegre- Experto en Bienestar Animal (AN), Morris Villarroel-Universidad Politécnica de Madrid, Ana Blanco-UPM Respeggt) un **estudio de viabilidad para la implementación de un sello** para todas las empresas españolas, que podrá estar operativo a mediados de 2021.

Dicho sello, está basado en **las cuatro bondades de la producción de carne avícola**, anclado al marco regulador establecido por la Unión Europea y a nivel nacional, que son:

- Bienestar animal,
- Higiene y sanidad animal,
- Seguridad alimentaria y
- Gestión medioambiental (sostenibilidad)

Como parte de este sello de calidad se propuso dotar de una herramienta tecnológica que pudiera servir de andamiaje para el sostenimiento del sello. Para ello se solicitó al PNDR-FEGA el Proyecto de Innovación Tecnológica AVEspaña- **Calidad certificada con origen y destino para garantizar el bienestar animal, la sanidad, inocuidad y sostenibilidad de la producción avícola de carne**, con la finalidad de poner en valor los atributos de la carne avícola española de manera accesible para el consumidor final. Dicho proyecto fue solicitado el 16 de noviembre con una financiación de

440.099€, con una vigencia de 3 años del mismo, cuyo resultado de la convocatoria será publicado en Abril de 2021.

IV) Calidad y Sostenibilidad, nuestro mayor compromiso

La Sostenibilidad del sector de carne avícola es uno de los grandes estandartes de la producción, y aún nos queda camino por recorrer como uno de los pilares de nuestra actuación y nuestra comunicación.

Como se refleja en el plan "De la Granja a la Mesa" de la Comisión Europea, ha quedado muy clara su prioridad para los próximos pasos, y muestra la hoja de ruta que seguiremos en el ámbito de la Sostenibilidad. Entre ellos, destaca el incremento de la producción ecológica de la Unión en un 25%, garantizando que los granos para la alimentación no provienen de selvas deforestadas, o que el plástico usado para el envase de nuestros productos es reciclado y reciclable en un alto porcentaje.

Es por todo ello, que en AVIANZA tenemos claro que deberemos abordar la reducción del impacto en el medio ambiente que tiene la producción de carne avícola española, en consonancia con otros sectores y el mensaje global de "reducción de emisiones", con el objetivo de "cero emisiones netas" marcado por la ONU para 2050.

Para lo cual tendremos que desarrollar estrategias de energía limpia, y proyectos de I+d+i que le den al sector avícola español mayor competitividad y bases estructurales, y que le sitúen de igual a igual con sus competidores europeos.

Por último, con el mencionado **Sello Origen España** impulsado por AVIANZA se busca generar mayor confianza en el consumidor, conociendo los atributos de la producción de aves españolas, sirviendo como garante de calidad de todas aquellas empresas que lleven dicho sello.

V) I+D+i, ante la piedra angular de nuestra transformación

La Investigación, el desarrollo y la innovación de nuevos productos para el consumidor del 2030 es una preocupación constante en AVIANZA. Desde 2002, somos socios de AINIA-Centro Tecnológico del Sector Agroalimentario enfocado en el incremento de la calidad de producción, mejora de la competitividad y fomento de la modernización y diversificación de las industrias agroalimentarias, con el cual hemos compartido proyectos de innovación y asesorías técnicas. En nuestro Plan Estratégico este apartado ocupa una posición muy relevante por su aportación al futuro de nuestro sector, de nuestras empresas y de nuestra relación con los consumidores.

Entre las principales temáticas y áreas que se desarrollarán como parte de este grupo de trabajo destacan las siguientes:

- Análisis y ensayos de producto.
- Formación.
- Calidad y Medio Ambiente.
- Transferencia de Tecnología.
- Información científica y técnica.
- Asesoramientos técnicos
- Desarrollo de nuevos productos y packaging.

Sin duda, algunos de los campos más interesantes para la transformación de nuestra industria avícola, conscientes de valor de la inversión en I+D+i para adaptar un sector crucial para la economía de nuestro país a la realidad de un futuro que ya está aquí.

3. Contamos contigo, porque AVIANZA somos todos.

A modo de epílogo de este Plan Estratégico 2021-2023 desde la Junta Directiva nos gustaría incluir un aspecto muy importante. AVIANZA es la suma de todos sus asociados, y su fuerza radica en la capacidad de trabajo en común, en la colaboración para abordar retos comunes con soluciones comunes.

Por ello os animamos a todos los profesionales que formáis parte de nuestra asociación a plantear vuestras necesidades, a formar parte de las comisiones creadas para trabajar en los cinco ámbitos de actuación definidos, y a ser parte activa de nuestra industria.

Abordamos uno de los momentos más complicados de nuestra historia reciente, con una pandemia que nos ha afectado a todos tanto desde el punto de vista empresarial, económico y personal, aspecto este último que nos ha llevado a decir adiós a seres queridos.

Pero precisamente en los peores momentos sacamos lo mejor de nosotros, con un espíritu de colaboración que nos llevó a responder ante los consumidores, nuestros profesionales y la propia sociedad en su conjunto con responsabilidad, compromiso y la máxima seguridad. Entramos en 2021 con muchas incógnitas sobre los efectos colaterales y la estela que dejará esta pandemia.

No obstante nos quedamos con un mensaje de optimismo y esperanza: nunca antes habíamos estado tan preparados para responder a los retos de un futuro que entre todos podemos y queremos definir.

Asociación Interprofesional Española de Carne Avícola