

# INFO LACTEOS



Madrid, Febrero 2008

№ 0

## EDITORIAL

Con este número comienza una nueva publicación, que esperamos sirva para reforzar y ampliar las vías de comunicación que la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FeNIL) mantiene abiertas con sus socios, profesionales de la salud, medios de comunicación y consumidores.

FeNIL ha puesto en marcha el "Plan de Nutrición, Salud y Comunicación de Productos Lácteos 2007-2010" cofinanciado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Unión Europea, a quienes agradecemos la confianza prestada a nuestra iniciativa.

Dentro de esta campaña, que pretende ser uno de los pilares fundamentales de apoyo para el futuro del sector lácteo, se encuentra Infolácteos, publicación trimestral a través de la cual iremos informando de la forma más descriptiva sobre todas las acciones que se vayan desarrollando, así como aquellos aspectos de interés para el sector y todas las novedades científicas, nutricionales, etc. sobre los productos lácteos.

Puedo decir que presentar el proyecto apasionante de Infolácteos, enmarcado dentro de esta iniciativa, es para mi motivo de gran satisfacción.

■ **Nicolás López**  
Presidente de FeNIL



## TRANSPARENCIA, CLARIDAD Y RIGOR

En el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación somos conscientes de la importancia que tienen iniciativas de comunicación y divulgación dirigidas a los ciudadanos, relacionadas con la nutrición y salud, aspectos de tanta sensibilidad y repercusión en los consumidores e implicaciones para el sector alimentario en general.

De ahí que la transparencia, la claridad y el rigor en los mensajes que se transmiten, tanto desde las administraciones públicas como desde los sectores privados, sean cruciales para no confundir ni engañar a los consumidores y velar por la competencia leal entre los distintos operadores económicos.

Por todo ello, valoramos muy positivamente el Plan de Nutrición, Salud y Comunicación de Productos Lácteos, puesto en marcha por FeNIL, con la ayuda financiera del Ministerio y de la Unión Europea, que pretende informar a prescriptores y consumidores, de forma rigurosa, veraz, clara y comprensible, sobre los aspectos nutricionales y saludables de la leche y los productos lácteos, así como de su variedad. Estamos convencidos de que puede ser un impulso importante para el sector lácteo durante los próximos años.

■ **Elena Espinosa**  
Ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación

## SUMARIO

### En portada <<1

Elena Espinosa, ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)

Editorial Nicolás López, presidente FeNIL

### Eventos <<2 a 6

FeNIL destaca las propiedades saludables de los productos lácteos

### Novedades <<7

Microsite: Lácteos Insustituibles

### Noticias <<8

En la presentación del “Plan de Nutrición, Salud y Comunicación de Productos Lácteos 2007-2010”

## FeNIL DESTACA LAS PROPIEDADES SALUDABLES DE LOS PRODUCTOS LÁCTEOS

**La presentación del “Plan de Nutrición, Salud y Comunicación de Productos Lácteos 2007-2010”, organizado por la Federación de Industrias Lácteas (FeNIL) y cofinanciado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Unión Europea, reunió a multitud de representantes del sector lácteo, colectivo médico y medios de comunicación con el objetivo de fomentar el consumo de productos lácteos por sus cualidades saludables y nutricionales.**

El Plan de Nutrición, Salud y Comunicación de Productos Lácteos, campaña que se inscribe dentro de las ayudas a la promoción de productos agroalimentarios en el mercado interior de la Unión Europea, fue presentado por D<sup>o</sup>. Almudena Rodríguez, directora general de Industria Agroalimentaria y Alimentación; D. Ángel Fálder, de la Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural de la Comisión Europea; D. Nicolás López, presidente FeNIL y D. Luis Calabozo, director general de FeNIL.

“...estamos poniendo nuestro grano de arena para mejorar la alimentación de los ciudadanos”

Nicolás López, presidente de FeNIL, hizo un especial hincapié en la ilusión con la que se afronta el proyecto. “A través de esta campaña estamos convencidos no sólo de estar trabajando por el sector lácteo, que es la misión de FeNIL, sino que estamos seguros de que, al poner en marcha esta campaña estamos poniendo nuestro grano de arena para mejorar la alimentación de los ciudadanos”, señaló López.

La duración de la campaña será de tres años, que han comenzado en el mes de noviembre del año 2007 y finalizarán en el mismo mes del año 2010. La dotación total de la campaña será de

1.920.000 euros que serán aportados por los tres organismos involucrados en los porcentajes que establece el reglamento pertinente para estas subvenciones.

Asimismo, hubo oportunidad de especificar los principales objetivos a lograr de la campaña. Entre ellos, frenar la tendencia decreciente de consumo de leche líquida en España, aumentar y fomentar el consumo de productos lácteos en general por sus cualidades saludables y nutricionales, reforzar la creencia establecida entre el público en general de que los lácteos son buenos y comunicar la diversidad de productos lácteos existentes en el mercado.

En el transcurso de la presentación de la campaña se pudo reflexionar sobre la situación actual del sector lácteo. En los últimos años se ha frenado la tendencia al alza del consumo de leche y otros productos lácteos. Actualmente, la preocupación por la salud y los nuevos hábitos alimentarios está muy presente en todos los ámbitos de la sociedad (administración, industria, consumidores, etc), la difusión de mensajes que ponen en duda las propiedades saludables de los productos lácteos ha contribuido a la ralentización del consumo y ha calado tanto en parte de los consumidores como en algunos profesionales de la salud que han dejado de recomendar el consumo de

En los últimos años se ha frenado la tendencia al alza del consumo de leche y otros productos lácteos

productos lácteos. Este planteamiento fue plasmado en el acto para poder dar a entender a los allí presentes el germen del proyecto que por fin es realidad.



Luis Calabozo, director general de FeNIL, hizo, ante los medios de comunicación que cubrieron la presentación, una valoración positiva del encuentro y pudo explicar cómo FeNIL, consciente de cómo se encuentra el sector, ha tomado la iniciativa para atajar la situación.

*“Nos dimos cuenta de que la situación a la que nos enfrentábamos iba más allá que un problema coyuntural de freno del consumo, estábamos presenciando un cambio en las actitudes de los consumidores. Debemos trabajar para recuperar la buena imagen de la leche y los lácteos como alimentos saludables e insustituibles. Sabemos que es una carrera de fondo, no se pueden cambiar actitudes en dos días, y que debemos empezar por los profesionales de la salud, proporcionándoles la información necesaria para volver a tenerlos de nuestro lado”.*

Durante la presentación, que gozó de una gran acogida, se especificaron las diversas acciones que se van a desarrollar durante los próximos tres años con el objetivo de implicar en el proyecto a los allí presentes, ya que todas las comunicaciones realizadas basadas en la investigación y en la evidencia científica, irán dirigidas a los diversos colectivos asistentes y al consumidor final.

La campaña se propone como objetivo específico de comunicación volver a poner de moda el consumo de leche y productos lácteos en un entorno en el que el consumo desciende y existe una creciente preocupación por la salud y la alimentación. Este objetivo estará presente en todas las acciones de la campaña cuyos ejes de comunicación serán reforzar las cualidades saludables y nutricionales y comunicar la diversidad de productos lácteos existentes en el mercado.

Para lograr los objetivos establecidos se realizarán diferentes campañas de imagen, educación y fomento del consumo de leche y productos lácteos centradas en un posicionamiento genérico: la leche y los productos lácteos son alimentos insustituibles en la dieta que aportan nutrientes únicos esenciales para la salud. Además, hay tal variedad de ellos que siempre se encuentra el que mejor se adapta a las necesidades de cada uno.

La estrategia de comunicación de la campaña estará dividida en tres fases en las que se dirigirá a diferentes públicos con distintas aplicaciones del mensaje y herramientas de comunicación.

Así, con el fin de medir el impacto de la campaña una vez finalizada, se ha realizado un estudio para establecer las actitudes y percepciones de los diferentes públicos a los que se dirige el plan. Desde el punto de vista del consumo, se ha estimado el objetivo de llegar a las siguientes magnitudes per capita en 2010: 90 litros de leche líquida y 35 Kg de productos lácteos.

La estrategia de comunicación de la campaña estará dividida en tres fases en las que se dirigirá a diferentes públicos con distintas aplicaciones del mensaje y herramientas de comunicación

Plan de Nutrición, Salud y Comunicación

PRODUCTOS  
LÁCTEOS  
INSUSTITUIBLES

# INFO LACTEOS



Luis Calabozo recibe a Jorge Areces, de CAPSA



Almudena Rodríguez, Angel Falder, Nicolas López y Luis Calabozo durante la rueda de prensa



Almudena Lopez Matallana, de FeNIL, saluda a representantes del ICEX y FIAB



Ángel Falder, José Antonio Roha y Jorge Jordana de FIAB



La presentación contó con gran afluencia de público



Los asistentes a la presentación disfrutaron de un vino español



El presidente de FeNIL en un momento de la presentación



## PRÓXIMOS PASOS

Según datos proporcionados por FeNIL, en los últimos años se ha detectado una desmitificación del consumo de leche. Algunos prescriptores y parte de la comunidad científica han difundido mensajes negativos sobre las propiedades de la leche y los lácteos. La campaña promovida desde FeNIL, basando siempre sus mensajes en evidencia científica contrastada, comunicará directamente a estos prescriptores las ventajas de fomentar el consumo de leche y productos lácteos en las diferentes etapas de la vida y para los distintos pacientes.

### Acciones dirigidas a profesionales sanitarios y al público en general

Para tener siempre el respaldo de la comunidad científica, la primera acción que se ha puesto en marcha, tras la presentación oficial, es la creación de un Comité de Expertos formado, entre otros, por el Dr. Basilio Moreno, Especialista en

Endocrinología y Nutrición de la Unidad de Obesidad, Hospital Gregorio Marañón (Madrid); la Dra. Rosa Ortega, catedrática de nutrición de la Universidad Complutense de Madrid; la Dra. Manuela Juárez, Profesora de Investigación del CSIC; el Dr. Bartolomé Bonet, de la Fundación Hospital de Alcorcón, Pediatría y Neonatología y la Dra. Lucrecia Suárez, especialista en pediatría del Hospital Ramón y Cajal. Este equipo multidisciplinar asesorará en el desarrollo de las diversas acciones, tanto las dirigidas a profesionales sanitarios como aquellas enfocadas al público general.

#### Acciones de Comunicación a Prescriptores

Estas acciones estarán basadas en dos herramientas principales: la publicidad en medios dirigidos a médicos y la realización de acciones de Medical Education.

Entre las acciones concretas a desarrollar se encontrarán las Guías de Lácteos. Estas irán

dirigidas a las distintas especialidades y recopilarán bibliografía sobre las propiedades nutricionales de la leche y los lácteos, así como consejos y recomendaciones para los profesionales médicos.

Se establecerá la presencia en Congresos de Atención Primaria y pediatría, y se realizarán comunicaciones encaminadas a promover la recomendación del consumo de leche y lácteos por parte de los médicos de Atención Primaria.

Asimismo, se elaborará un microsite, habrá inserciones de publicidad en revistas médicas, acciones de marketing directo y se realizará el Libro Blanco de los Lácteos, que tendrá el objetivo de afianzar los beneficios de los lácteos entre la población médica y de crear un consenso multidisciplinar sobre ellos.

#### Acciones dirigidas al consumidor

En una segunda fase de la campaña, una vez que los prescriptores hayan recibido los mensajes necesarios para poder apoyar los objetivos de la misma, ésta comenzará a dirigirse al público general a través de un microsite, con información sobre los beneficios del consumo de leche y lácteos adaptada al público general; del Boletín Infolácteos, con información actualizada sobre el desarrollo de la campaña así como los últimos estudios científicos sobre nutrición, salud y productos lácteos; publicidad convencional en prensa, radio y televisión; acciones en centros educativos adaptadas a cada edad para poner de moda el consumo de leche y lácteos entre los más jóvenes así como un gabinete de prensa que dará a conocer las actividades de la campaña y tratará de convertirse en el referente cada vez que los medios necesiten contrastar información sobre la leche y los productos lácteos.

## NOVEDADES



Microsite

# LÁCTEOS INSUSTITUIBLES

FeNIL ha lanzado una web con motivo del lanzamiento del "Plan de Nutrición, Salud y Comunicación de Productos Lácteos 2007-2010". Este microsite está dedicado a ofrecer información sobre la campaña a los profesionales de la salud, consumidores y medios de comunicación.

En [www.lacteosinsustituibles.es](http://www.lacteosinsustituibles.es), o bien a través de la web de FeNIL [www.fenil.org](http://www.fenil.org), los interesados podrán encontrar información nutricional, de salud o comunicación sobre los productos lácteos, así como los datos que más preocupan sobre el sector lácteo. Todos los contenidos de la página van a ser elaborados por especialistas en nutrición, biología, farmacia, marketing, comunicación, entre otros ámbitos.

Este espacio pretende ser un punto de encuentro e intercambio de información y conocimientos sobre todos aquellos asuntos que resulten de interés al sector, que promuevan el consumo de leche y productos lácteos en general por sus cualidades saludables y nutricionales y que refuercen la creencia establecida entre el público en general de que los lácteos son necesarios dentro de una dieta saludable.

FeNIL, tras realizar un concurso de ideas entre agencias, adjudicó la campaña a Ogilvy Healthworld Madrid, agencia de publicidad y comunicación especializada en el mundo de la salud que ha diseñado y desarrollado esta web siguiendo el *look & feel* de la campaña.

Plan de Nutrición, Salud y Comunicación

home contacto enlaces

PRODUCTOS LÁCTEOS

INSUSTITUIBLES

Últimas noticias campaña

PLAN DE NUTRICIÓN, SALUD Y COMUNICACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS 2007-2010

El Plan de Nutrición, Salud y Comunicación de Productos Lácteos 2007-2010 es una campaña de comunicación puesta en marcha por la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FeNIL) con la ayuda financiera del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Unión Europea. Esta campaña se inscribe dentro de las ayudas a la promoción de productos agroalimentarios en el mercado interior de la UE.

La duración de la campaña será de tres años, que han comenzado en el mes de noviembre del año 2007 y finalizarán en el mismo mes del año 2010. La dotación total de la campaña será de 1.920.000 euros que serán aportados por los tres organismos involucrados en los porcentajes que establece el reglamento pertinente para estas subvenciones.

Los principales objetivos de la campaña son:

- Frenar la tendencia decreciente de consumo de leche líquida en España

Boletín de información de la FeNIL

infoLÁCTEOS



En el próximo Infolácteos...

## PRIMEROS ENCUENTROS DEL COMITÉ DE EXPERTOS

En este primer trimestre de la puesta en marcha del "Plan de Nutrición, Salud y Comunicación de Productos Lácteos 2007-2010" se han celebrado las primeras reuniones del Comité de Expertos gracias al acuerdo de colaboración suscrito con FeNIL.

Con la premisa de cumplir uno de los principales objetivos de la campaña promovida desde FeNIL, basar siempre sus mensajes en evidencia científica contrastada y contar con el respaldo de la comunidad, se ha celebrado en Madrid la primera reunión del Comité de Expertos.

El Dr. Basilio Moreno, Especialista en Endocrinología

y Nutrición de la Unidad de Obesidad, Hospital Gregorio Marañón (Madrid); la Dra. Rosa Ortega, Catedrática de nutrición de la Universidad Complutense de Madrid; la Dra. Manuela Juárez, Profesora de Investigación del CSIC; el Dr. Bartolomé Bonet, Jefe de la Unidad de Pediatría de la Fundación Hospital de Alcorcón, y la Dra. Lucrecia Suárez, de la Unidad de Gastroenterología y Nutrición Infantil del Hospital Ramón y Cajal, han asesorado y aportado sugerencias bibliográficas sobre los contenidos de la primera Guía de Lácteos centrada en pediatría, así como en la información que figurará en el microsite dirigida a profesionales de la salud.

## GUÍAS DE LÁCTEOS: HERRAMIENTAS PARA PROFESIONALES DE LA SALUD

FeNIL prepara el lanzamiento de la "Guía de Lácteos en Pediatría" primera de las tres Guías de Lácteos que contempla la campaña. Estas guías divulgarán los beneficios del consumo de productos lácteos y se encontrarán enmarcadas dentro de las acciones dirigidas a profesionales sanitarios que promueve el "Plan de Nutrición, Salud y Comunicación de Productos Lácteos 2007-2010". Este material estará disponible a través del microsite [www.lacteosinsustituibles.es](http://www.lacteosinsustituibles.es).

Con motivo de la puesta en marcha de la iniciativa desarrollada por FeNIL, se van a desarrollar desde la federación, con la colaboración del Comité de Expertos, tres guías de lácteos centradas en

pediatría, cardiovascular y geriatría. Estas guías, dirigidas a las distintas especialidades, recopilarán bibliografía sobre las propiedades nutricionales de la leche y los lácteos y consejos y recomendaciones para los profesionales médicos.

La primera Guía de Lácteos abordará el papel del pediatra en la nutrición infantil, los productos lácteos en la pirámide de la alimentación infantil, su valor nutricional, cómo y cuándo incorporar los productos lácteos a la dieta infantil y un decálogo de los lácteos de pediatría. Los contenidos de esta publicación, basados siempre en estudios científicos, se realizarán con el objetivo de resultar de utilidad a los profesionales médicos en el desarrollo de su actividad diaria.

Estas guías tendrán una amplia difusión, alcanzando a numerosos profesionales de la salud con el objetivo de difundir mensajes positivos sobre las propiedades de la leche y los lácteos, así como comunicar a estos prescriptores los beneficios de fomentar el consumo de productos lácteos en los distintos grupos poblacionales.

## CONTACTO INFOLÁCTEOS

Boletín informativo trimestral del "Plan de Nutrición, Salud y Comunicación de Productos Lácteos 2007-2010"

**Edita:** Federación Nacional de Industrias Lácteas (FeNIL)

**Directora:** Almudena López-Matallana

**Redacción:** Ogilvy Healthworld

**Contacto:** 91 451 23 97 o [lacteos.insustituibles@ogilvyhealthworld.com](mailto:lacteos.insustituibles@ogilvyhealthworld.com)



CAMPANA FINANCIADA  
CON AYUDA DE LA UNIÓN  
EUROPEA Y ESPAÑA



MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO  
FEGA



FEDERACIÓN  
NACIONAL  
INDUSTRIAS  
LÁCTEOS