

El Magrama lanza una campaña para dar a conocer el logotipo "100% Raza Autóctona" al consumidor



Noticias

El objetivo es que el consumidor valore estas producciones

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Magrama) ha lanzado una **campaña publicitaria en diferentes soportes para dar a conocer entre los consumidores el logotipo "100 % Raza Autóctona"**.

El director general de Producciones y Mercados Agrarios del Departamento, Fernando Miranda, ha presentado esta campaña institucional que incluye una cuña publicitaria en radio, un vídeo promocional accesible en la web del Ministerio y publicidad dinámica insertada en las web sectoriales y portales de noticias. Según Miranda, el objetivo es "ayudar" a dar visibilidad a este tipo de producciones ganaderas, que llegue a "cuanta más gente mejor" y que dé a conocer el logotipo para que el consumidor "valore" estas producciones.

El distintivo "evoca un mundo rural y de ganadería extensiva" que "debemos preservar y conservar", ha añadido. El "espíritu" de la campaña -cuyas acciones promocionales serán "sostenidas en el tiempo"- es que el logotipo "cale" entre los ciudadanos para que tengan la sensación de que estas razas "son un poco el patrimonio de todos".

Por su parte, el secretario general de Agricultura y Alimentación, Carlos Cabanas, ha afirmado en su intervención que el Departamento ha apostado "claramente" por defender las razas autóctonas. Cabanas ha recordado que actualmente el Catálogo Oficial de razas de ganado de España cuenta con 157 razas autóctonas, de las que 128 se encuentran en peligro de extinción, lo que "nos obliga a adoptar medidas y reclamar la atención del conjunto de la sociedad para que aprecie" su importancia y "sus oportunidades de negocio" en sectores como el turístico y el gastronómico.

Ha valorado que, "tras esta historia, hay un patrimonio genético" y ha pedido hacer un esfuerzo "enorme" para avanzar hacia "un incremento y adaptación de las razas a las necesidades productivas". "Gracias a estas razas, tenemos la capacidad de añadir un valor que muchas veces está relacionado con nuestros pueblos, nuestro campo, nuestro saber hacer y nuestra historia, y es importante que seamos capaces de avanzar y seguir con lo que nos legaron nuestros antepasados", ha subrayado.

Desde la Federación Española de Asociaciones de Ganado Selecto (Feagas), su presidente, José Luis Urquijo, ha resaltado que la campaña promocional supone un "apoyo sin precedentes" para el ganado puro y el propio sector. Urquijo ha destacado el trabajo conjunto realizado con el Magrama, "fruto del entendimiento", para conseguir este logotipo. Espera que esta acción promocional sirva para dar a conocer al ciudadano "la riqueza" de este patrimonio genético, las razas y "las especiales características" de sus productos, "procedentes en su mayoría de una cría en extensivo y de forma artesanal".

Estas producciones de raza pura en extensivo permiten proteger ecosistemas -como la dehesa- y el medio ambiente, ha recordado. Según ha precisado el secretario general de la Federación de Razas Autóctonas Españolas (Federapes), José Ramón Justo, llevan "más de seis años" trabajando en la idea de "poner en valor" las razas autóctonas. La existencia del logotipo les exige, a su juicio, un "esfuerzo de madurez" para que "este proyecto vaya a buen puerto". Es "una identificación y una apertura a la sociedad sobre el trabajo" realizado por los ganaderos, ha señalado. Justo ha informado de que actualmente hay 48.063 criadores de razas autóctonas en España, entre los que suman 3,2

millones de cabezas de ganado. Hasta el momento, se ha concedido el uso del logotipo a 14 razas autóctonas: alcarreña, ansotana, asturiana de los valles, avileña negra ibérica, berranda en colorado y berrenda en negro, churra, malagueña, manchega, merina, morucha, ojinegra de Teruel, retinta y talaverana.

El logotipo fue aprobado por Real Decreto de 28 de junio de 2013 y se estableció para cualquier producto derivado de razas autóctonas en pureza, sin ningún tipo de cruce, y es compatible con otros sistemas de calidad que ya existen en el mercado, como las Denominaciones de Origen Protegidas o las Indicaciones Geográficas Protegidas.

Redacción