



"¿Quién es el jefe? La marca de los consumidores".

LECHE y HUEVOS como los queremos los consumidores

Esta iniciativa ofrece productos según los criterios previamente establecidos en una encuesta a más de 6.500 personas

Annaïck García

Impulsora de la iniciativa "¿Quién es el jefe? La marca de los consumidores" en España

"¿Quién es el jefe? La marca de los consumidores" es una iniciativa social y colectiva que por primera vez en España nos da voz y voto a los consumidores para decidir lo que queremos consumir, a qué precio, y dónde deseamos que vaya nuestro dinero, al mismo tiempo que comprobamos en tiempo real el impacto económico correspondiente a los criterios de nuestra elección.

El origen de esta iniciativa está en Francia, a causa de una grave crisis de la leche que llevó a muchos ganaderos a una situación de desesperación porque no podían hacer frente a las pérdidas. Uno de los fundadores, Nicolas, se planteó la pregunta de ¿Cuánto hace falta

en un litro de leche para que el ganadero tenga una remuneración justa, que las vacas tengan unas mejores condiciones de vida o que se alimenten de determinada manera?

Descubrió que la respuesta es que se trata solo de unos céntimos y, lo más importante, que los consumidores estaban dispuestos a pagarlos.

La iniciativa encontró una respuesta increíble entre los consumidores franceses en pocos meses y ha ayudado a sacar a cientos de familias de agricultores de una situación precaria.

En Francia, con solo 2 años y medio de existencia, más de 11 millones de personas compran los productos bajo la marca de "C'est qui le Patron?". 107 millones de litros de leche vendidos desde el comienzo de la aventura

han ayudado a más de 500 familias, y 12.400 tiendas distribuyen todos los productos votados y creados por los consumidores. Representa casi el 3% del mercado de la leche semidesnatada.

La iniciativa se ha trasladado a España y ya está teniendo sus primeros resultados tangibles.

Además de responder a las necesidades de todos nosotros, buscamos la colaboración permanente con el productor, siempre bajo criterios de transparencia, equidad, educación, ética, respeto, reconocimiento y responsabilidad. Nuestro objetivo es servir como catalizadores de un cambio de paradigma, a través de un nuevo diálogo entre productores, industria y distribución, desde la colaboración y el respeto recíproco.

Así, por primera vez, los consumidores nos integramos desde el inicio del proceso de creación de un producto, hasta su fabricación y distribución.

“ El 82% añade 1 céntimo por litro para apoyar a las pequeñas granjas familiares ”

¿Qué leche queremos?

En marzo de 2019 lanzamos el cuestionario para crear la leche, y más de 6.500 consumidores votamos los siguientes criterios:

Origen de la leche: española y de granjas cercanas a la fábrica donde se envasa la leche (54%).

Remuneración de los productores: El 43%, la opción más votada, ha decidido remunerar de manera correcta y garantizada al productor y que pueda invertir en la mejora de su actividad: 0,39 €/litro.

Alimentación y pastoreo: Alimentación de la vaca con al menos un 50% de forraje (50%) favoreciendo el contenido en omega-3 y sin aceite de palma o derivados (83%).

Igualmente, el 70% de los consumidores votamos a favor de la alimentación de las vacas sin transgénicos. Aunque el deseo de avanzar en esta dirección es inequívoco, a corto plazo es difícil cumplirlo porque a día de hoy el sector lácteo en España no está preparado para hacerlo a gran escala.

Bienestar animal y libertad: De vacas criadas en espacio libre a cubierto (8m² por vaca aproximadamente), con arena o mezcla de materiales similares o colchoneta, ventilador, cepillo para rascarse y certificado europeo bienestar animal. (57%).

Apoyo a las pequeñas granjas familiares: El 82% de los consumidores han decidido añadir 1 céntimo por litro de leche para apoyar la gestión sostenible de las pequeñas granjas familiares.

Embalaje: Envasada en un pack de cartón sostenibilidad superior (68%).

Apertura: Con tapón vegetal (61%).





Ya se pueden comprar los primeros productos: leche y huevos.

“ En Francia más de 11 millones de personas compran los productos ”

Y ¿qué tipo de huevos?

Tras la leche, en julio lanzamos el cuestionario para crear los huevos, que respondimos más de 1.400 consumidores y que incluyó los siguientes criterios:

Tipo de crianza de las gallinas y bienestar animal: Gallinas ponedoras camperas criadas en libertad (huevos código 1). (58%).

Tamaño del huevo: Tamaño M (entre 53 y 63 gr.) (50%).

Alimentación de las gallinas: Alimentación basada en un 60% de cereales. (69%).

Color de la yema: Sin coloración de la yema. (64%).

Proximidad entre centro de embalaje y centro de producción: Separados por menos de 150 km. (69%).

Embalaje: Caja de cartón. (89%).

Apoyo al productor para la conversión de su explotación a campera o ecológica: El 72% está de acuerdo con apoyar este objetivo con 2 céntimos.

¿Qué viene después?

Tras el proceso de consulta, involucrándonos como consumidores desde el inicio de proceso de creación de los productos y su desarrollo, ambos productos ya están a la venta en los hipermercados de Carrefour, “el primer distribuidor que nos ha abierto sus puertas.

Como consumidores no queremos quedarnos aquí, sino que ya estamos trabajando en los próximos productos: aceite de oliva y naranjas. En el caso del primero, ya está publicado el cuestionario (<https://lamarcadelosconsumidores.es/productos/el-aceite-de-oliva/>) y podemos votar sobre cuestiones como origen, tipo de aceite de oliva, remuneración al agricultor, sistema de cultivo o envase, entre otros. ■