



Consulta pública previa del proyecto de orden por la que se extiende el acuerdo de la Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos, INPROVO, al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria, para la realización de acciones de comunicación sobre el sector y de promoción del consumo del huevo y los ovoproductos; la potenciación de la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica; la mejora del conocimiento, la eficiencia y la transparencia del mercado; las relaciones equilibradas entre los eslabones de la cadena de valor del huevo; la racionalización, mejora y orientación de la producción a las necesidades del mercado y las demandas de los consumidores y la viabilidad y sostenibilidad de la producción, la industria y la comercialización del huevo y los ovoproductos durante las campañas 2023, 2024, 2025, 2026 y 2027

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.2 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, se sustancia la consulta pública, con carácter previo a la elaboración del texto, correspondiente al proyecto de orden por la que se extiende el acuerdo de la Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos, INPROVO, al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria, para la realización de acciones de comunicación sobre el sector y de promoción del consumo del huevo y los ovoproductos; la potenciación de la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica; la mejora del conocimiento, la eficiencia y la transparencia del mercado; las relaciones equilibradas entre los eslabones de la cadena de valor del huevo; la racionalización, mejora y orientación de la producción a las necesidades del mercado y las demandas de los consumidores y la viabilidad y sostenibilidad de la producción, la industria y la comercialización del huevo y los ovoproductos durante las campañas 2023, 2024, 2025, 2026 y 2027.

ANTECEDENTES

La extensión de norma es un mecanismo jurídico establecido en los artículos 164 y 165 del Reglamento (UE) Nº 1308/2013, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios,

En coherencia con la OCM Única, la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, regula la extensión de normas y las aportaciones económicas en los artículos 8 y 9, respectivamente, en los que se establecen



los requisitos y condiciones que garantizan la eficacia y transparencia de este instrumento legal.

La extensión de norma atiende a una filosofía que determina que cuando una organización interprofesional, con un elevado grado de representatividad, que alcance a la mayoría del sector (Ley 38/1994, artículo 8, punto 2), proponga actuaciones para el bien común del mismo, éstas serán de obligado cumplimiento para la totalidad de los operadores de ese sector con el fin de alcanzar el mayor grado de eficacia en las actividades, atendiendo al principio de proporcionalidad en la cuantía de los gastos y no discriminación entre los diferentes operadores sectoriales.

La extensión de normas, que, por su propia naturaleza, obliga a todos los operadores del sector, estén o no encuadrados en el ámbito de la interprofesional, comprende un conjunto de requisitos y medidas encaminadas a dotarla de eficacia y transparencia:

- Mecanismo creado por ley.
- Elevada exigencia de representatividad.
- Actuaciones encaminadas al bien general del sector.
- Proporcionalidad en la cuantía de las aportaciones económicas.
- Obligatoriedad para todos los operadores del sector.
- No discriminación a operadores no pertenecientes a la interprofesional.
- Prohibición de repercutir gastos de funcionamiento.
- Transparencia de las actuaciones a través de información pública.
- Obligación de crear mecanismos de control y seguimiento.
- Informe del Consejo General de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias.
- Obligación de auditar las cuentas anuales de la interprofesional.

A) PROBLEMAS QUE SE PRETENDEN SOLUCIONAR CON LA NUEVA NORMA

- El consumidor español desconoce aspectos esenciales sobre el huevo. INPROVO ha realizado en los últimos años varios estudios con muestras representativas de los consumidores españoles para conocer la experiencia de compra, el conocimiento e interpretación del etiquetado y marcado, los sistemas de producción, el manejo y la seguridad alimentaria y la evolución del consumo de huevos. En las conclusiones se muestra que existe un importante desconocimiento de los sistemas de producción de huevos en la UE, que no se interpreta correctamente la información del etiquetado y el marcado del huevo y tampoco las recomendaciones de manejo seguro y consumo recomendado. A la vista de estos resultados está clara la necesidad de seguir explicando y resolviendo dudas sobre el huevo, los sistemas de producción y las condiciones del modelo europeo de producción. Es una responsabilidad del sector que debe hacerse



colectivamente, sin sesgos o visiones comerciales de parte. La interprofesional es el agente indicado para hacer llegar a la población española mensajes que ayuden a corregir la situación descrita.

- El sector del huevo es uno de los más afectados por crisis y alertas recurrentes en los últimos años: la influenza aviar, las dioxinas, las toxiinfecciones alimentarias por salmonella, la contaminación por fipronil, así como los temas de bienestar animal suscitan controversia social y la atención de medios de comunicación y redes sociales. Por ello es necesario contar con sistemas de previsión y respuesta sectorial ante situaciones que ya no son extraordinarias y obligan a intervenciones rápidas y eficaces.
- El sector del huevo se encuentra claramente afectado por debate público sobre el futuro de la ganadería. Ello viene acompañado de numerosos estereotipos que ofrecen una imagen muy alejada de la realidad de la avicultura de puesta comercial y de los profesionales que trabajan en las granjas. Ante esta situación, resulta esencial comunicar a la sociedad cómo es y cómo desarrolla su actividad el sector del huevo y el compromiso de los productores con la sostenibilidad, el bienestar animal y la seguridad alimentaria y la importancia nutricional del huevo y su papel en la dieta., que cumple con el modelo europeo de producción, reaccionando, asimismo, ante informaciones erróneas sobre el sector y el huevo.
- Los productores innovan y aplican técnicas cada vez más avanzadas para mejorar en su actividad. La genética, la nutrición, la sanidad, el bienestar animal, la sostenibilidad o la trazabilidad son punteras en el sector del huevo y seguirán avanzando. Esta realidad es desconocida para la sociedad y debe mostrarse para que el sector sea identificado como un colectivo responsable y fiable, comunicando información actual y relevante al consumidor.
- La presentación habitual en el mercado del huevo fresco es en estuches de celulosa o plástico, o combinando ambos materiales. El huevo es un alimento básico para el consumidor en general, y todavía está poco diferenciado en los lineales. Existe una necesidad de innovar, desarrollar acciones promocionales o de diferenciación de los proveedores para crecer y generar valor añadido.
- El huevo es uno de los productos incluidos en la Organización Común de Mercados de la Unión Europea, en el marco de la cual se recopilan datos sobre precios, reposiciones y estimaciones de producción. Además de los datos que publican la Comisión Europea y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación es importante conocer parámetros técnicos y económicos que definen la producción y la situación de un mercado en constante evolución. Por ello, es necesario mejorar el conocimiento y la transparencia de la cadena de valor y la toma de decisiones



En resumen, la extensión de norma se orienta a mejorar la reputación del sector productor, la imagen del huevo como alimento y su adecuado uso, la promoción del consumo de huevos y sus derivados, la innovación, el conocimiento y la transparencia del mercado del huevo y los ovoproductos. El objetivo es asegurar la estabilidad, sostenibilidad, viabilidad económica y social del sector, mejorar su posición comercial en el mercado interior y exterior, reforzar su vertebración y equilibrar las relaciones entre los eslabones de la cadena de valor.

B) NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE SU APROBACIÓN

La interprofesional es el punto de encuentro donde el sector trabaja conjunta y coordinadamente en la solución de sus problemas. El sector agrupado en INPROVO ha desarrollado desde su creación las funciones propias de la interprofesional con financiación propia (aportaciones de sus miembros) y ayudas públicas puntuales para acciones de promoción de la investigación, información y comunicación, recopilación de datos sectoriales y realización de estudios e informes, mejora de la calidad y respuesta a las demandas del consumidor, entre otras.

Actualmente está en vigor la Orden APA/793/2020, de 6 de agosto, por la que se extiende el acuerdo de la Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos, al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria para la realización de acciones de comunicación sobre el sector y de promoción del consumo del huevo y los ovoproductos; la potenciación de la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica, y la mejora del conocimiento, la eficiencia, la transparencia del mercado, las relaciones equilibradas entre los eslabones de la cadena de valor y la viabilidad y sostenibilidad de la producción, la industria y la comercialización del huevo y los ovoproductos durante las campañas 2020/2021, 2021/2022 y 2022/2023

La organización ha cumplido con sus cometidos en la medida de los recursos disponibles hasta la fecha. Tras la incorporación de nuevos miembros en 2017, INPROVO cuenta con la representatividad necesaria, la viabilidad económica y el acuerdo mayoritario de los socios para afrontar las urgentes necesidades en materia de comunicación y promoción, innovación y mejora del conocimiento, la transparencia y del equilibrio del mercado del huevo, que requieren de la actuación coordinada del sector.

Por ello, la asamblea general de INPROVO ha aprobado solicitar la extensión de norma como instrumento necesario para acometer las líneas de trabajo acordadas por sus socios, con el fin de contar con la financiación necesaria para abordar los desafíos que el sector de huevo y los ovoproductos tiene en la actualidad y que definirán su viabilidad futura.



Los operadores del sector contribuirán, mediante las aportaciones económicas obligatorias que se aprueben, a financiar actividades que beneficiarán por igual tanto a los que pertenecen a la interprofesional como a los no integrados en ella.

C) OBJETIVOS DE LA EXTENSIÓN DE NORMA

Los objetivos del proyecto de orden de extensión de normas en el sector del huevo y los ovoproductos son:

1º.- Comunicación y promoción:

- a) Comunicación y promoción sobre el sector y el huevo en los mercados actuales y potenciales.
 - i. Actividades de información y comunicación sobre el sector del huevo y el modelo europeo de producción, incluidos los llamados sistemas alternativos y ecológicos.
 - ii. Información y promoción genérica del huevo, los ovoproductos y los productos elaborados con huevos.
 - iii. Campañas de comunicación directa a consumidores, nutricionistas, especialistas en salud y alimentación, periodistas, profesores y otros prescriptores y generadores de opinión.
- b) Reputación sectorial:
 - i. Campañas de información sobre la actividad de los operadores de la cadena del huevo y sobre la regulación comunitaria y nacional que afecta a la producción y la comercialización.
 - ii. Respuesta a demandas de información sobre la mejora de la calidad y la sostenibilidad del sector.
 - iii. Acciones de comunicación ante vicisitudes reputacionales, alertas sanitarias, de mercado o de aprovisionamiento.
 - iv. Acciones de relaciones públicas y de comunicación sobre el sector del huevo y de los ovoproductos y sobre el huevo como alimento.
- c) Campañas de información y acciones de comunicación conjuntas con otras organizaciones, para la mejora del conocimiento, la imagen y la reputación de los sectores productores de alimentos de origen animal y de los alimentos que producen.

2º.- Potenciación de la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en el sector del huevo y los ovoproductos. Diseño y realización de acciones de formación de los



integrantes de la cadena para garantizar la competitividad de las empresas y los trabajadores, así como para mejorar la cualificación profesional y empleabilidad de los profesionales del sector:

- a) Realización de estudios sectoriales, guías y documentos de implantación sobre mejoras e innovaciones en calidad, sanitarias, tecnológicas, de producción, comercialización, normativas o afines.
- b) Realización de estudios, diagnósticos, dictámenes sobre calidad, procesos, productos, sistemas, costes y rendimientos y mercados.
- c) Proyectos de investigación e innovación, mejora de procesos y soluciones técnicas para los operadores del sector, en colaboración con universidades, centros tecnológicos y expertos, en aspectos como: facilitar la rápida incorporación de innovaciones tecnológicas, la adaptación a los requisitos del Modelo Europeo en sostenibilidad, medio ambiente, sanidad y bienestar animal, manejo, seguridad alimentaria, control, reducción y gestión de residuos, etc. que permitan mejorar la calidad de los huevos y ovoproductos y la competitividad y valor del sector.
- d) Promoción de acciones de formación para los profesionales del sector en áreas relevantes para la mejora de la competitividad de las empresas y la cualificación de los trabajadores y profesionales de la cadena de valor, en línea con las necesidades y demandas detectadas por los operadores y alineadas con los objetivos de la interprofesional.

3º.- Mejora del conocimiento, la eficiencia y la transparencia del mercado, de las relaciones equilibradas entre los eslabones de la cadena de valor del huevo y de la viabilidad y sostenibilidad de la producción, industria y comercialización del huevo y los ovoproductos.

- a) Realización de análisis sobre el mercado del huevo en España que permitan mejorar el conocimiento y la transparencia de este (desglose de los canales de comercialización, de los diferentes usos y del consumo del huevo, comercio exterior, tipos de huevos comercializados, precios de mercado, etc.). Resultan indicadores fundamentales para conocer la situación y evolución del mercado del huevo, elaborar previsiones y detectar posibles distorsiones en el mismo, así como para evaluar el impacto de las alteraciones del mercado derivadas de crisis de imagen, alertas sanitarias, fallos en la cadena de valor, alteraciones en la oferta, en la demanda, en el aprovisionamiento u otros factores relevantes.
- b) Realización de estudios sobre los factores determinantes de los costes de producción del huevo y de la generación de valor a lo largo de la cadena de comercialización de los huevos (y, en su caso, de los ovoproductos, y para los diferentes tipos de huevos). Elaboración de indicadores de referencia sobre estos elementos, con vistas a facilitar las relaciones comerciales entre los eslabones de la cadena de valor del huevo y sus productos.



- c) Desarrollo de herramientas que permitan analizar los costes de producción del huevo, proponer áreas de mejora en los factores determinantes de los mismos y mejorar la eficiencia continua de los procesos, la competitividad y la sostenibilidad de las empresas productoras y del conjunto del sector, en beneficio de los operadores, de los consumidores y del medio ambiente.
- d) Promoción de las buenas prácticas comerciales en el mercado, de la competencia leal, de la mejora del valor añadido y de la remuneración justa de la actividad de los distintos operadores, en cumplimiento de la normativa vigente para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

D) POSIBLE SOLUCIONES ALTERNATIVAS REGULATORIAS Y NO REGULATORIAS

No existen alternativas viables para que el sector del huevo pueda desarrollar las acciones tendentes a alcanzar los objetivos propuestos para solucionar los problemas que presenta y avanzar en su desarrollo y eficiencia.

El mecanismo de la extensión de normas permitirá que todos los operadores del sector contribuyan económicamente en el desarrollo y ejecución de un conjunto de actuaciones que beneficiarán por igual tanto a los que pertenecen a la interprofesional como a los no integrados en ella.

El propio sector, mediante la extensión de normas propuesta por la interprofesional, afronta los retos y problemas que le afectan, autofinanciándose, sin requerir recursos económicos públicos que impliquen un aumento del gasto público.

Madrid, 19 de enero de 2023