

## Los lácteos toman las calles: un innovador roadshow sostenible recorre 11 ciudades para explicar los beneficios de estos alimentos y su compromiso ambiental

El tour, que partió este miércoles de Bilbao, hará escala en Santander, Palencia, Oviedo, Santiago de Compostela, Vigo, Zamora, Ávila, Pamplona, Zaragoza y Barcelona

Madrid, 7 de mayo de 2026. - ¿Cómo conectar con el consumidor urbano? El roadshow de los lácteos realiza este año un nuevo recorrido por 11 ciudades en el marco de la iniciativa “**Cuenta con los lácteos europeos**” (2025-2028), impulsada por la **Organización Interprofesional Láctea (InLac)** con apoyo de la Unión Europea

Se trata de un autobús en circuito itinerante por toda España, vinilado para la ocasión por el prestigioso artista ilustrador **Óscar Alonso** (más conocido como “**@72kilos, con más de 3 millones de seguidores en redes sociales**”). La colaboración del artista ha conseguido crear una narrativa cercana con diferentes diseños y soportes. De hecho, los materiales de divulgación empleados (como “el carro de la sostenibilidad láctea, una bolsa de la compra sostenible, imanes y adhesivos coleccionables”) tienen mensajes claros que animan al consumidor para que apueste por lácteos europeos.

El propio **Óscar Alonso** inauguró ayer en Bilbao esta actividad, firmando algunas de sus creaciones. “Para mí es un honor ofrecer mi arte para promover la alimentación saludable y, en concreto, apoyar a un sector lácteo europeo muy comprometido con el consumidor y con el medio ambiente”, ha declarado.

El tour sorprende como un espacio moderno, cómodo y visualmente muy atractivo. En el interior, los visitantes pueden sentarse en las bancadas frente a una pantalla para visualizar un vídeo infográfico que explicará los valores sostenibles de ganaderos y ganaderas, cooperativas y fabricantes, ligados al medioambiente y al desarrollo rural. Los ciudadanos pueden seguir las redes sociales de campaña e incluso participar en “la ruleta láctea de la suerte”, un juego divertido que les permitió optar a diferentes premios directos. Este espectacular roadshow de los lácteos visitará también, este año, **Santander, Palencia, Oviedo, Santiago de Compostela, Vigo, Zamora, Ávila, Pamplona, Zaragoza y Barcelona.**

El año pasado, esta ruta experiencial ya recaló en Madrid, Granada, Málaga, Córdoba, Dos Hermanas (Sevilla), Badajoz, Cáceres, Talavera de la Reina, Ciudad Real, Albacete, Almería, Murcia, Alicante, Valencia y Guadalajara. “Concienciar al consumidor pasa por demostrar que la sostenibilidad empieza en lo cotidiano: elegir lácteos de proximidad, minimizar el desperdicio y reutilizar son acciones sencillas con un impacto real”, ha subrayado el presidente de InLac, **Javier Roza.**

El roadshow europeo de los lácteos hará más visible el trabajo comprometido de ganaderos y ganaderas, sus cooperativas y fabricantes con la sostenibilidad, animando a la población a consumir 3 lácteos al día y apoyar la producción europea, esencial para fortalecer la economía rural y luchar contra la despoblación.

“El objetivo es despertar conciencia sobre el papel activo que tienen los consumidores en la sostenibilidad. Acciones cotidianas como elegir lácteos cercanos, reducir el uso de plásticos o apostar por formas de compra más responsables pueden marcar la diferencia”, destaca la directora gerente de InLac, **Nuria Maria Arribas.**

Los lácteos forman parte indisoluble de nuestras vidas hasta el punto de que están presentes en casi todos los hogares (98 %). Además, la mitad de los responsables de compra (70%) afirma conocer la recomendación de la comunidad científica y de las principales guías de alimentación de tomar al menos **3 lácteos al día**, aunque, en el lado contrario, solo el 45% de la población llega a esta cifra, de acuerdo con los datos de DeskMind Research.

El sector lácteo europeo está preparado para liderar el camino hacia una alimentación más sostenible y eficiente, gracias a sus avances medioambientales, su valor nutricional y su profundo arraigo en el territorio. Sin embargo, para lograrlo, necesita el compromiso activo de la ciudadanía. Con este objetivo, la campaña de InLac busca inspirar a las personas a dar pasos concretos hacia un sistema alimentario más saludable y respetuoso con el planeta.

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Ni la Unión Europea ni la autoridad otorgante pueden ser considerados responsables de ellos.



## Resultados exitosos en su primer año

De acuerdo con el informe de resultados de "DeskMind Research" (fase post año 1), la campaña de promoción "Cuenta con los lácteos europeos" cosechó durante su primer año de aplicación resultados muy positivos entre los consumidores, confirmando su capacidad para generar visibilidad, mejorar el conocimiento y reforzar la percepción de calidad, sostenibilidad y origen europeo de los alimentos lácteos.

El 87,7 % de los consumidores que recuerda la campaña la valora de forma muy favorable, otorgándole puntuaciones de entre 7 y 10 en una escala de 0 a 10. Y el 69,1 % considera que la campaña ha contribuido mucho o bastante a aumentar su nivel de conocimiento sobre los alimentos lácteos. Además, el 90 % está de acuerdo en que la campaña ha mejorado su conocimiento, lo que refuerza su eficacia como herramienta informativa y educativa.

La campaña también muestra resultados alentadores en relación con el conocimiento y cumplimiento de las recomendaciones de consumo. El 48 % de los consumidores declara cumplir actualmente la Cantidad Diaria Recomendada (CDR) de lácteos (3aldía), mostrando una evolución positiva respecto a mediciones anteriores.

El 65,2 % afirma conocer la recomendación de consumir al menos tres raciones de lácteos al día. Y un 40,3 % reconoce el sello "3 lácteos al día" cuando se le presenta, reforzando su papel como referencia nutricional.

En el ámbito de la sostenibilidad, los lácteos europeos mantienen una valoración elevada. El 77 % de los consumidores reconoce que los alimentos lácteos producidos en Europa se encuentran entre los más sostenibles frente a los de otras procedencias. El 48,1 % considera importante la sostenibilidad en al menos tres de sus cuatro dimensiones principales: ambiental, bienestar animal, económica y social. Y un 33,3 % se posiciona como promotor de la sostenibilidad de los lácteos europeos, otorgándole puntuaciones de 9 o 10.

La imagen global de los lácteos europeos y de su sector productor se ve reforzada. El 53,5 % de los consumidores asocia los lácteos europeos con atributos claramente positivos, alcanzando niveles de promotor. Estas asociaciones mejoran entre quienes recuerdan la campaña, especialmente en aspectos ligados a cultura y autenticidad, así como a formas de presentación y consumo. El 60,7 % valora positivamente al sector agrícola europeo, destacando su garantía de calidad y el uso de técnicas modernas.

En cuanto al reconocimiento del origen, el 54 % de los consumidores identifica el sello "Enjoy it's from Europe", asociándolo principalmente a que los alimentos están realmente producidos en Europa y cuentan con garantías de calidad.

En conjunto, los resultados confirman que "Cuenta con los lácteos europeos" está cumpliendo con éxito sus objetivos entre los consumidores españoles, logrando una alta valoración, un impacto significativo en el conocimiento y una sólida percepción del origen europeo como sinónimo de calidad y sostenibilidad. La campaña se consolida, así, como una herramienta clave para reforzar la confianza del consumidor y poner en valor el modelo de producción lácteo europeo en España.

Para más información: [Cuenta con los lácteos europeos](#)

