**NOTA DE PRENSA**

**Primer balance de “Los juegos del huevo”, campaña de promoción multipaís sobre las ventajas del modelo de producción de huevo en la UE y su interés en la dieta, impulsada por INPROVO**

**Los consumidores españoles manifiestan gran interés por conocer mejor el modelo producción del huevo europeo**

* **El primer año de campaña de “Los juegos del Huevo” ha generado más de 135 millones de impactos, especialmente por la buena acogida de las actividades online en los tres países.**
* **La innovadora campaña digital, cofinanciada por la UE, se desarrolla en España, Francia y Hungría entre los años 2023 a 2025 con el objetivo de aumentar el conocimiento de los consumidores sobre** **los beneficios del modelo europeo de producción de huevos en la UE y su interés en la dieta.**
* **La campaña seguirá animando en 2024 a la comunidad a participar en diferentes retos y juegos con el objetivo de llegar a las familias con hijos y a los hogares sin hijos.**

**Madrid, 27 de marzo de 2024.** La Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos, INPROVO, ha hecho balance de los resultados del primer año de la campaña *Los Juegos del Huevo*, para la promoción del huevo europeo, que se desarrolla durante los años 2023, 2024 y 2025. Es una iniciativa pionera de las organizaciones sectoriales del huevo en España (INPROVO), Francia (SNIPO) y Hungría (PPB) que da a conocer el modelo de producción del huevo europeo1, así como su importancia en nuestra dieta como alimento de gran valor nutricional y que contribuye a una dieta saludable2. La campaña se dirige fundamentalmente a los tres grupos de población que menos huevos consumen: familias con hijos y hogares jóvenes sin hijos, y responde a la necesidad de los consumidores de querer conocer más sobre la producción de huevos y las condiciones en que se realiza en la UE. Y lo hace únicamente en el entorno digital.

**Los consumidores españoles no conocen los compromisos del sector productor de huevos**

La encuesta previa al lanzamiento de la campaña en España revela un alto nivel de concienciación sobre la manipulación y el consumo de huevos entre ciudadanos de los grupos objetivo. Sin embargo, es notable su desconocimiento sobre los compromisos de los productores europeos de huevos en materias como la sanidad y el bienestar animal y la sostenibilidad.

Los resultados también revelaron un gran interés entre los encuestados por conocer la realidad de la producción de huevos y las condiciones de bienestar y sanidad animal, calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad de los huevos producidos en la Unión Europea, así como los sistemas de producción autorizados en su territorio. Es decir, sobre las normas que definen el modelo de producción europeo.

**La percepción sobre los huevos europeos y su producción han mejorado con la campaña**

La campaña *Los Juegos del Huevo* se presentó el 20 de junio de 2023 y su balance hasta el 31 de diciembre de 2023 es muy positivo. Los contenidos de la campaña en redes sociales obtuvieron 9,7 millones de impresiones en España, mostrando la aceptación de los usuarios y que la estrategia de la campaña se ha enfocado eficazmente en los intereses y motivaciones de la audiencia española.

En el primer año, la campaña ha generado más de 135 millones de impactos entre los tres países participantes, principalmente gracias a la buena acogida de las actividades online en todos los países.

La identidad visual de la campaña es bien valorada por el 78% de los encuestados en España, que elogian los elementos visuales, y el 68% se muestran dispuestos a participar en los retos del juego del huevo. El 89% de los encuestados que visitaron la web afirmaron que su percepción de los huevos europeos y de la producción de huevos había mejorado.

Mar Fernández, directora adjunta de INPROVO, afirma: “Estamos muy satisfechos con los resultados de este primer año de campaña. Apostamos por una campaña 100% digital y basada en la gamificación, una estrategia sin precedentes en campañas de promoción europeas del sector alimentario. Creemos que nos ayudará a acercar el modelo de producción europeo y los beneficios del consumo de huevo a un público joven, al que desafiaremos estos tres años con retos y juegos en la web y las redes sociales, y al que informamos también sobre aspectos de su interés sobre el huevo”.

**Nuevos retos y juegos en el segundo año de campaña**

La campaña *Los Juegos del Huevo* continuará en 2024 y 2025 formando e informando mediante el entretenimiento y el juego colectivo, para facilitar el conocimiento del modelo europeo de producción de huevos y las ventajas de los huevos producidos en la Unión Europea.

En 2024 se plantearán nuevos retos y juegos, que concluirán en un gran reto final el Día Mundial del Huevo, el segundo viernes de octubre (el 11 de octubre este año). Las actividades se desarrollan online en la página web [www.losjuegosdelhuevo.eu](http://www.losjuegosdelhuevo.eu) y en las redes sociales [Instagram](https://www.instagram.com/juegosdelhuevo/) y [*TikTok*](https://www.tiktok.com/@juegosdelhuevo)*.*

**Acerca de Inprovo**:

Inprovo es la Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos, reconocida por el Ministerio de Agricultura desde 1998. Es una asociación formada a su vez por las asociaciones de los distintos operadores de la cadena alimentaria del huevo de ámbito estatal. Éstas representan a la producción (productores con granjas de gallinas ponedoras) a la comercialización e industria alimentaria (centros de embalaje de huevos e industrias de ovoproductos). Para saber más: [www.inprovo.com](http://www.inprovo.com)

Para ampliar información sobre la campaña puede acceder al portal: [www.losjuegosdelhuevo.eu](http://www.losjuegosdelhuevo.eu)

1 Puede encontrar más información sobre el modelo de producción europeo en [www.losjuegosdelhuevo.eu/produccion-sostenible](http://www.losjuegosdelhuevo.eu/produccion-sostenible)

2 Para saber más sobre las recomendaciones de consumo de AESAN, consulte:

<https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/RECOMENDACIONES_DIETETICAS.pdf>

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 de la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA). Ni la Unión Europea ni la autoridad otorgante pueden ser considerados responsables de ellos.

"De conformidad con el anexo del Reglamento nº 1924/2006"