

PROPUESTAS DE LA CANDIDATURA DE UAGN EN TERNERA DE NAVARRA

- ✍ La marca “*Ternera de Navarra*” debe cambiar decididamente en la estrategia de promoción para mejorar su **posicionamiento comercial** en otros mercados y conseguir mayor visibilidad ante el consumidor, especialmente los jóvenes que lideran nuevas tendencias de consumo más ágiles y sencillas.
- ✍ Las estructuras actuales deben seguir evolucionando en función de las **necesidades de mercado y en una situación de crisis y contracción del consumo**, resulta obligado dirigirse hacia las nuevas demandas del consumidor y mercados exteriores tal como lo están haciendo otras IGP estatales.
- ✍ UAGN considera urgente **intensificar las campañas de promoción** con un mayor apoyo presupuestario de la administración.
- ✍ “*Ternera de Navarra*” debe adaptarse a la **situación actual del mercado y del nuevo tipo de consumidor**. Es conveniente actualizar un pliego de 25 años de antigüedad y por ello, propondrá su revisión y modernización.
- ✍ **La certificación y control es fundamental, pero no debe ser una carga añadida al ganadero.**
- ✍ La viabilidad de la IGP pasa inexcusablemente por dar **mayor valor añadido a esta marca de calidad, una mejora comercial y la implicación de todos los actores sectoriales** para compensar la dedicación de los ganaderos.