Cooperativas agroalimentarias aragonesas presentan nueva campaña

La federación de cooperativas agroalimentarias de Aragón **ha presentado su nueva campaña de promoción del cooperativismo agroalimentario.**

El evento ha contado con la presencia del consejero de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Joaquín Olona, del presidente de Cooperativas Agroalimentarias Aragón, José Víctor Nogués y de su director, Adolfo Aragüés.

Esta campaña nace con el objetivo de visibilizar este modelo empresarial y sus valores propios, como ser un eje vertebrador en las zonas rurales, la protección de los campos y montes, la garantía de calidad de los alimentos, el producto de cercanía o la viabilidad de tierras que, de otra manera, permanecerían sin cultivar. Todo ello bajo el amparo de un sistema democrático en el que todos los socios participan en la toma de decisiones de la empresa.

El consejero ha querido poner en valor el papel de las cooperativas en la concentración de la oferta. “**La viabilidad de la agricultura familiar** depende de estructuras comerciales fuertes, por lo que las cooperativas son una herramienta fundamental para llegar al mercado global” ha destacado Olona.

Al mismo tiempo, el consejero ha reconocido el trabajo de Cooperativas Agroalimentarias Aragón, que ha puesto en marcha esta campaña de promoción, agradeciéndole su alineación con la campaña institucional ‘Aragón, Alimentos Nobles’, en la que además **han participado 25 tiendas y supermercados de las cooperativas**. “Debemos de llegar al mercado con una idea común, no podemos dispersar esfuerzos”, ha manifestado Olona, para quien esto no excluye que “cada ámbito comunique sus propios valores y razón de ser”.

A pesar de la relevancia de este modelo empresarial en Aragón, en los últimos años la federación ha detectado que cada vez existe un menor conocimiento sobre ellas y sobre la función que desempeñan en la región.

“En la Comunidad, la federación agrupa a 160 cooperativas y 49.000 socios que facturan 850 millones de euros anuales”, ha declarado José Víctor Nogués, presidente de la entidad, quien también ha indicado que “en Aragón hay muchas empresas tanto productoras como transformadoras que son cooperativas y cuya dimensión es, además, muy diversa. Es necesario visibilizarlas porque juegan un importante papel”.

Por ello, desde las cooperativas se ha decidido hacer una firme apuesta por la comunicación: a partir del proyecto “Impulso a los valores cooperativos” se está desarrollando un plan estratégico

de comunicación y una serie de acciones que van encaminadas a generar un mayor conocimiento sobre este modelo y mejorar su diferenciación. Asimismo, aspiran a que las cooperativas de menor tamaño puedan recibir apoyo para la puesta en marcha de proyectos de comunicación para sus productos.

La campaña, que cuenta con el apoyo institucional de la Dirección General de Innovación y Promoción Agroalimentaria del Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón, se ha lanzado con el lema “Naturalmente unidos por Aragón”. Busca destacar, por un lado, la importancia de trabajar unidos, de cómo esto genera valor y permite alcanzar metas que, de otra manera, serían inaccesibles. Por otro lado, se quiere mostrar que son los agricultores y ganaderos quienes velan por la preservación del medio al estar en contacto constante con él.

Además, hoy en día, la federación quiere subrayar que, mientras que la mayoría del trabajo y la producción se concentra en grandes urbes, el cooperativismo **participa activamente en la preservación de las zonas rurales**, generando empleo en ellas y garantizando la pervivencia de los pequeños pueblos. Esto se debe a que la inmensa mayoría de la actividad de estas empresas radica en esos núcleos poblacionales.

El director de la federación, Adolfo Aragüés, señaló que “el cooperativismo agroalimentario cuenta con un estrecho vínculo con Aragón: generan valor en la comunidad y no es posible su deslocalización”.

Todo ello, de acuerdo con Aragüés, “hace que sea necesario reivindicar este modelo productivo y defenderlo, con el fin de que el consumidor pueda poner en valor aquellos productos propios de su tierra y conocer más de cerca las características propias del cooperativismo agroalimentario aragonés”.