



Comunicado de Prensa

‘Ham Passion Tour’: La cultura del jamón ibérico abraza la cultura azteca

- En México se han programado acciones en restaurantes, centros comerciales y tiendas gourmet para poner en valor el jamón como un producto de alta calidad y divulgar los estándares de máxima seguridad alimentaria europeos

(México, oct 2018) Jamones Ibéricos de España y la Unión Europea han presentado a los medios especializados y expertos gastronómicos de México DF la campaña “**Ham Passion Tour**”, que durante los tres próximos años, hasta 2020, divulgará las cualidades de este producto gourmet artesanal.

“**La Barra de Fran**” -una de las tabernas más representativas de Polanco, que combina las especialidades tradicionales españolas adaptadas a la nueva gastronomía- y “**Sagardi**”, un laureado restaurante de comida vasca, en esta misma zona- fue el escenario escogido para presentar las acciones del programa de información y divulgación del jamón ibérico europeo en México y degustar este alimento “top” vinculado a la saludable Dieta Mediterránea.

El presidente de la **Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (Asici)**, **Francisco Javier Morato**, ha explicado las acciones que se desarrollarán en los próximos años con este primer encuentro con los medios periodísticos el pistoletazo de salida al “road show”, que recorrerá México tal y como hará también en 24 ciudades europeas durante los tres años de campaña.

Morato ha destacado en su intervención que esta campaña servirá para “consolidar y ampliar el conocimiento y reconocimiento de los jamones ibéricos en mercados internacionales, promoviendo el incremento del consumo de nuestros productos en estos mercados”.

En **México** se han programado acciones en restaurantes y tiendas gourmet, entre otras, y se pondrá en valor el jamón como un producto derivado del porcino de alta calidad y los estándares de máxima seguridad alimentaria europeos.

Este innovador programa de información y promoción –orientado a los mercados de España, Francia, Alemania y Reino Unido, además de al de México- pretende dar a

The content of this publication represents the views of the author only, which he or she shall be solely liable for. The European Commission shall not be liable for any use of the information it contains.



THE EUROPEAN UNION SUPPORTS CAMPAIGNS THAT PROMOTE AGRICULTURAL TRADITIONS.





conocer y destacar las bondades de esta producción en ámbitos como la seguridad alimentaria, la trazabilidad, el etiquetado, aspectos nutricionales, ecológicos y de bienestar animal. El eje central de la estrategia se basa en el fomento de la interacción entre público objetivo y producto; un proyecto con una verdadera dimensión global y con una estrategia de acciones basada en los impactos de calidad.

Bajo el lema “**Enjoy, It’s from Europe**”, la campaña quiere convertir al jamón en una auténtica pasión de Europa que se traslada al mundo y, en suma, fomentar el consumo de jamón añadiendo un toque cultural y social, mostrando el arte del corte y enseñando a disfrutar al máximo el producto. Una pasión como tendencia foodie, como moda culinaria y cultura gourmet.

El programa, que estará firmado con la frase “The European Union supports campaigns that promote agricultural traditions”, alude a los altos estándares de producción de la UE, así como a los aspectos medioambientales y sociales que se recogen en la Política Agraria Común (PAC).

El sector en cifras

El sector del jamón ibérico cuenta con más de **16.400 explotaciones** y **500 empresas transformadoras y elaboradoras**, lo que da idea de la dimensión económica y social del sector. Por su parte, las exportaciones españolas de Jamón curado han encontrado en México un mercado potencial en desarrollo y en constante crecimiento y, prueba de ello, es que en los últimos años se ha producido en este país un creciente interés por el jamón y embutido curado, lo que se refleja en las exportaciones y en los establecimientos autorizados a hacerlo.

Las exportaciones de jamones y paletas curadas –rúbrica que incluye al ibérico pero también al resto de la categoría- alcanzaron los 13,58 millones de euros en 2017, casi un 23 % más.

La Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI), es una Organización Interprofesional Agroalimentaria sin ánimo de lucro en la que están representadas paritariamente el 90% de las organizaciones de la rama de la producción (ganaderos) y el 90% de la rama de la transformación (industriales) de cerdo ibérico. Creada en 1992, fue reconocida por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en 1999 como Organización Interprofesional Agroalimentaria para el Sector del Cerdo Ibérico.

Contacto:

Jesús Pérez (director de Comunicación ASICI)
comunicacion@asici.es +34 675 760 490

Ginés Mena: gines.mena@tactics.es

Tel. +34 649 20 61 85

Óscar Westermeyer: oscar.westermeyer@tactics.es

Tel. +34 620 23 32 86

The content of this publication represents the views of the author only, which he or she shall be solely liable for. The European Commission shall not be liable for any use of the information it contains.



CAMPAIGN FINANCED
WITH AID FROM
THE EUROPEAN UNION

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGNS THAT PROMOTE
AGRICULTURAL TRADITIONS.

