

ASICI_MEMORIA 2020

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Información y Promoción de los Productos Ibéricos

- **HAM PASSION TOUR – MERCADO INTERIOR (Año 3)**
- **HAM PASSION TOUR – TERCEROS PAÍSES (Año 3)**
- **EL RESTAURANTE IBÉRICO**
- **OTRAS ACCIONES PROMOCIONALES**

- **1.- HAM PASSION TOUR MERCADO INTERIOR (Año 3). Pág. 4 a 181**
 - Presupuestos y resultados
 - Resumen informativo y gráfico de acciones
- **2.- HAM PASSION TOUR TERCEROS PAÍSES (Año 3). Pág. 182 a 228**
 - Presupuestos y resultados
 - Resumen informativo y gráfico de acciones
- **3.- EL RESTAURANTE IBÉRICO. Pág. 229 a 257**
 - Presupuestos y resultados
 - Resumen informativo y gráfico de acciones
- **4.- OTRAS ACCIONES DE PROMOCIÓN. Pág. 258 a 264**
 - 4.1.- Visita Universidad Autónoma de Chapingo (México)
 - 4.2.- Día Internacional de Japón
 - 4.3.- Premios QCOM a la Mejor Campaña de Promoción Exterior
 - 4.4.- Mesa Debate Diario Hoy
 - 4.5.- Encuentro Nacional del Ibérico (Jabugo)
 - 4.6.- IV Edición Premios Porc D'or Ibérico

RESUMEN RESULTADOS

ACCIÓN	IMPACTOS	INVERSIÓN	Coste/ Impacto
HAM PASSION TOUR Mercado Interior	335.531.030 (+95,36% impactos previstos)	1.472.348,65€	0,004
HAM PASSION TOUR Terceros Países	100.734.864 (+174% impactos previstos)	364.439,72€	0,003
#elRestauranteIbérico	147.347.818	808.993,69€*	0,003
Fiesta Nacional de Japón		952,34€	
IV Edición Premios Porc D'or Ibérico		6.000 €	

TOTAL

583.613.712

2.652.734,4 €

0,004

* Más del 33,4% de la inversión se ha destinado a la compra de producto (259.675,42€)



Programa promoción e información del JAMÓN IBÉRICO
Mercado Interior



IBERIANS HAMS
FROM SPAIN

MERCADO INTERIOR:
Acciones,
resultados
e inversión

ACCIÓN	IMPACTOS	INVERSIÓN
RRPP – Gabinete de Prensa + Acuerdo con influencers	106.226.994	136.421,26€
RRPP – Ads Revistas FOODIE + HORECA + BRANDED CONTENT	7.419.069	176.766,50€
BLOGUEROS en Escuelas de Hostelería	980.298	13.800,00 €
VIAJES DE PRENSA	45.300.000	— €
SITIO WEB	97.454	5.175,00€
MEDIOS SOCIALES (alcance)	8.890.784	57.682,80 €
PUBLICIDAD ONLINE (RRSS)	7.833.732	56.747,25 €
PUBLICIDAD ONLINE – TV ON DEMAND+YOUTUBE+BRAND DAY	35.029.391	217.365,75€
CAMPAÑA EXTERIOR	123.530.359	355.320,00€
ARTÍCULOS DE PROMOCIÓN	Incluído en RRPP	28.181,89€
VÍDEOS PROMOCIONALES	Incluído en RRPP	63.020,00€
ESCUELAS DE HOSTELERÍA	588	81.107,34€
SPONSORIZACIÓN DE EVENTOS (Festival de San Sebastián)	Incluído en RRPP	94.194,54€
ACCIONES CON ASOCIACIONES PROFESIONALES CÁRNICAS	222.361	69.023,00€
SESIÓN FOTOGRAFICA + PRODUCCIÓN	—	30.950,00€
COSTES DE PERSONAL	—	35.890,90 €
OTROS COSTES (dietas, aval,...)	—	9.266,78 €
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	—	40.000€
COSTES INDIRECTOS	—	1.435,64 €
TOTAL	335.531.030	1.472.348,65€



ÍNDICE

2.1 Actividad permanente de RR.PP

- Gabinete de prensa
- Acuerdo con blogueros
- Advertorials Foodie
- Advertorials HORECA
- Branded Content

2.2 Eventos para la prensa

- Convocatorias actos en EEHH
- Viajes de prensa (resultados año 2)

3.1 Sitio web

3.2 Medios sociales

4.4 Publicidad Online

- Redes Sociales
- TV on demand
- Campaña YouTube
- Brand day/week

4.5 Campaña de Exterior

5.1 Artículos de promoción

5.2 Vídeos promocionales

6.2 Escuelas de Hostelería

6.4 Sponsorización de eventos (San Sebastián)

7.1 Acciones con asociaciones profesionales cárnicas

8.1 Sesión fotográfica

8.2 Producción



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Gabinete de prensa

199
artículos
publicados

93.226.200
contactos

AVE
1.076.500€

- Actividad continua de Gabinete de Prensa
- 9 notas de prensa
- Clipping prensa mensual
- Acuerdo de colaboración con bloggers

RESULTADOS AÑO 3
93.226.200 contactos



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo colaboración con Blogueros

INFLUENCERS | PROPUESTA: 8

SEGUIDORES | 992.000

🎯 TARGET | Foodies, chefs y familias

MUJER-HOMBRE
25 -65



MERCADOS OBJETIVO | Foodies, familia, lifestyle, chefs
en ESPAÑA, UK, FRANCIA Y ALEMANIA

📊 OBJETIVOS CAMPAÑA |

- Dar a conocer la campaña
- Informar de que el jamón ibérico es un producto gourmet y de gran calidad



REQUISITOS DE CAMPAÑA |

- Perfiles familiares o de alimentación y estilo de vida
Creación de contenido en Ig con reels y post.

2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo colaboración con Blogueros

ESTRATEGIA DE ACTIVACIÓN

HASTAG | #HamPassionTour
MENCIONES | @hampassiontour

Estrategia

Con el objetivo de presentar al Jamón Ibérico como un producto gourmet y de gran calidad, contaremos con perfiles expertos en temas de gastronomía, como top chefs y foodies para que comuniquen los beneficios del producto .

Para ello se activarán dos influencers por mercado durante la campaña, quienes darán visibilidad a la marca y a sus eventos, transmitiendo un mensaje acerca de la calidad del Jamón Ibérico basado en el modelo europeo de producción.

Dichos influencers crearán contenido de calidad y atractivo que genere interés y admiración por el producto entre nuestro público para incentivar el consumo de dicho producto.

2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo colaboración con Blogueros

RESUMEN RESULTADOS



INSTAGRAM

Posts: 10

Stories: 22



ENGAGEMENT

Engagement Rate IG: 5,3%



INSTAGRAM

Impresiones: 994.500

Alcance: 812.958

Comentarios: 695

Likes: 32.424

AUDIENCIA	IMPRESIONES
992.000	994.500

2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo colaboración con Blogueros



RESULTADOS DE INFLUENCERS | PUBLICACIONES ESPAÑA





@ramonfreixa



ENGAGEMENT
2,96 %

PUBLICACIONES Y DATOS

 1 post
 3 stories (extra)

 24.282 Alcance

 26.400 Impresiones

 1,4 K likes
 35 comentarios



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo colaboración con Blogueros

RESULTADOS DE INFLUENCERS | PUBLICACIONES ESPAÑA



@cristinaoria

ENGAGEMENT
9,86 %

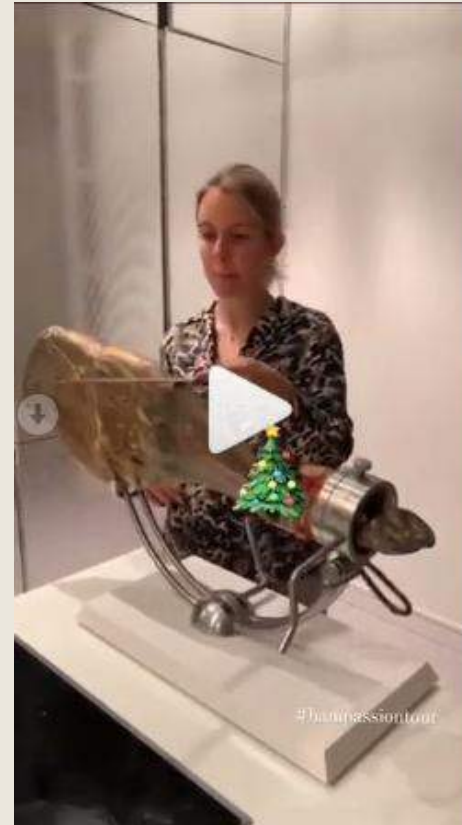
PUBLICACIONES Y DATOS

1 post
 2 stories (1 extra)
 1 Reels

414.000
Impresiones

255.070 Alcance

16,5 K likes
 275 comentarios
 139K reproducciones



cristinaoriachef • Siguiendo
Original Audio

cristinaoriachef • Y con un buen jamón de bellota despido el año!!!! Sigo teniendo que mejorar esto de reels pero en Navidades, no me da la vida... al principio miro de reojo a mi hijo que la está liando con otra cosa 🤔🤔

Ya no queda nada para despedir al 2020 que tan complicado ha sido y recibir con ilusión y esperanza el 2021!!! Aunque suene a tópico, este año más que nunca, le pido SALUD para todos!

#hampassiontour @hampassiontour

3 sem

rimelyya Por favor! Necesito ese

Les gusta a anaatic y 4.533 personas más

31 DE DICIEMBRE DE 2020

Añade un comentario... [Publicar](#)

2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo colaboración con Blogueros

RESULTADOS DE INFLUENCERS | PUBLICACIONES FRANCIA



@chezmisa

ENGAGEMENT
2,77 %

PUBLICACIONES Y DATOS

1 post
5 stories (4 extras)

103.376 Alcance

106.500 Impresiones

2,5K likes
 57 comentarios



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo colaboración con Blogueros



RESULTADOS DE INFLUENCERS | PUBLICACIONES FRANCIA





@gillespudlo



ENGAGEMENT
1,1 %

PUBLICACIONES Y DATOS

 1 post
 2 stories (1 extra)

 17.700 Alcance

 19.100 Impresiones

 374 likes
 5 comentarios



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo colaboración con Blogueros


RESULTADOS DE INFLUENCERS | PUBLICACIONES UK





@pierre.le.chef

ENGAGEMENT
2,51 %

PUBLICACIONES Y DATOS

 1 post
 2 stories

 24.540 Alcance

 25.000 Impresiones
 1,6 K likes
 43 comentarios



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo colaboración con Blogueros


RESULTADOS DE INFLUENCERS | PUBLICACIONES UK






@truffleandtoast
ENGAGEMENT
8,09 %

PUBLICACIONES Y DATOS

 1 post
 2 stories

 74.400 Alcance

 77.000 Impresiones

 5,1 K likes
 92 comentarios



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo colaboración con Blogueros





RESULTADOS DE INFLUENCERS | PUBLICACIONES ALEMANIA





@sandraskochblog



ENGAGEMENT
2,77 %

PUBLICACIONES Y DATOS

 1 post
 3 stories (2 extras)

 110.374
Alcance

 118.400 K
Impresiones

 1,6 K likes
 172 comentarios



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo colaboración con Blogueros



RESULTADOS DE INFLUENCERS | PUBLICACIONES ALEMANIA



@lowcarbenni

ENGAGEMENT
1,21 %

PUBLICACIONES Y DATOS

1 post
4 stories (3 extras)

203.216 Alcance

208.100 K
Impresiones

3.350 likes
 16 comentarios





2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo advertorials en revistas FOODIE

PRINT - FRANCIA MAXI CUISINE

Periodicidad: Bimestral
Fecha portada: Noviembre
Fecha quiosco: 02/11/2020
Formato: Página publicreportaje
Nº inserciones: 1
Contactos estimados: 1.834.000



LE JAMBON IBÉRIQUE, UN PRODUIT GOURMET UNIQUE AU MONDE

Le jambon ibérique, un produit de tradition et de qualité

Placé au cœur d'une longue histoire, le porc ibérique est le résultat de siècles de sélection rigoureuse et d'un savoir-faire ancestral qui a permis de créer un produit unique au monde.

Le jambon ibérique: un succès international

Avec sa « Pata Negra » (le jambon de cerne), le jambon ibérique est devenu un produit de luxe apprécié dans de nombreux pays.

LA SAVOIR-FOUS

POUR VOTRE SANTÉ MANGER 5 FRUITS ET LÉGUMES PAR JOUR

RESULTADOS AÑO 3
4.996.000 contactos



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo advertorials en revistas FOODIE

PRINT - UK

BBC GOOD FOOD

Periodicidad: Mensual
Fecha portada: Diciembre
Formato: Página publicreportaje
Nº inserciones: 1
Contactos estimados: 1.482.000



advertisement feature

Ahead of the carve

Steeped in passion and tradition, it's not hard to see why Iberian ham has become one of Europe's greatest hallmarks:

Recognised for its incredible flavour, Iberian ham is considered 'the finest of the world'. Quality, versatility, environmental sustainability and its unique taste have made it the Peninsula's most precious, its Spanish gastronomy and one of the country's exports.

Your next holiday gift will be inspired from the Iberian black pig which grows on acorns from the ancient oak forests of the Sierra de Guadalupe for the specially selected Cerdano Iberian ham. The result is a succulent, rich and flavourful ham, defined by its intense red colour, deep aroma and delicate marbling.

It's unique to the Iberian breed & it's the reason that this delicious ham is now sought for Christmas across the globe.

Suited with love

Each slice of Iberian ham is produced by the Iberian Pig, who get abundant natural protection & sustainability. Taking into account the pig's breed and its diet, the organisation's flexibility to offer genuinely natural, unique coloured and flavoured products is doing the right thing. That's more, the family BIFACI app has also just been released, allowing you to fully track your next pig, knowing the very off-hamside contained into each.

How to store your pack

- Remove the outer packaging immediately after purchase.
- Remove from the original packaging and store in a cool, dry place.
- Remove the outer packaging and store in a cool, dry place.
- Use the BIFACI app to track your ham's journey from the farm to the table.

The art of the carve

- Remove a small slice of the Iberian ham.
- Start with a secondary slice and cut across the entire ham.
- Start on a slice on the top of the ham and cut down to the bottom, removing a slice and giving a ring.
- Cut slices of 2 cm in a straight line from the back to the tip, and cut on the other side of the slice.
- Remove around the ham with a sharp knife.
- Start at the Iberian ham's neck and cut down to the bottom.

Find out more about Iberian ham at iberianpork.com

RESULTADOS AÑO 3
4.996.000 impactoss



2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA

RESUMEN CAMPAÑA PRINT- HORECA

PAÍS	SOPORTE	PERIODICIDAD	FORMATO	AUDIENCIAS	Nº INSERCIONES	TOTAL IMPACTOS
ALEMANIA	FOOD SERVICE	11 nº al año	Página Publi-reportaje	45.000	1	45.000
	GOUR-MED	Bimestral	Doble Página Publi-reportaje	120.000	1	120.000
	24 STUNDEN GASTLICHKEIT	Bimestral	Página Publi-reportaje	72.800	1	72.800
FRANCIA	L' HOTELLERIE RESTAURATION	9 nº al año	Página Publi-reportaje	227.500	1	227.500
	NEO RESTAURATION	9 nº al año	Página Publi-reportaje	150.280	1	150.280
UK	BIGHOSPITALITY	n/a	Publi-reportaje web	30.700	1	667.327
	CHEF MAGAZINE	Mensual	Doble Página Publi-reportaje	42.000	2	84.000
		n/a	Brand Content Web	26.000	1	26.000
	THE CATERER	Mensual	Página Publi-reportaje	28.000	1	28.000
ESPAÑA	RESTAURADORES	Trimestral	Doble Página Publi-reportaje	150.000	1	150.000
	ORIGEN	5 nº al año	Página Publi-reportaje	55.000	1	55.000
	RRR CATERNEWS	Bimestral	Doble Página Publi-reportaje	19.500	1	19.500
		Bimestral	Página Publicidad	19.500	1	19.500
	SOBREMESA	Bimestral	Doble Página Publi-reportaje	60.000	2	120.000
		n/a	Envío Newsletter con la noticia	21.000	2	42.000
	VINOS Y RESTAURANTES	Mensual		Página Publi-reportaje	88.000	3
			Página Publicidad	88.000	3	264.000
n/a			Publirreportaje web	tbc	3	68.162
				TOTAL	27	2.423.069

RESULTADOS AÑO 3
2.423.069 impactos



2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA

PRINT - ALEMANIA

FOOD SERVICE

Periodicidad: 11 números/año
Fecha portada: Noviembre
Fecha quiosco: 09/11/2020
Formato: Página publicreportaje
Nº inserciones: 1
Contactos: 45.000



GOUR-MED

Periodicidad: Bimestral
Fecha portada: Diciembre
Fecha quiosco: 10/12/2020
Formato: Página publicreportaje
Nº inserciones: 1
Contactos: 120.000
Nota: Conseguimos sin cargo mejorar el formato teniendo una doble página de publicreportaje en vez de una página





2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA

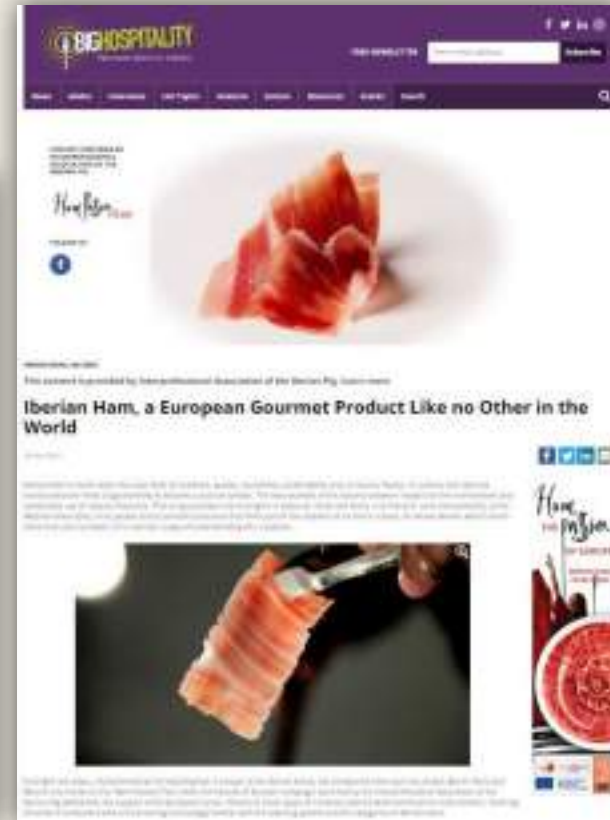
PRINT - UK

BIGHOSPITALITY

Periodicidad: -
 Fecha portada: Noviembre
 Formato: Publireportaje Web
 Nº inserciones: 1
 Contactos estimados: 30.700
 Contactos alcanzados: 667.327
Nota: Este soporte fue la alternativa a la revista Restaurant Magazine, ya que se dejó de publicar y Bighospitality es el site de esta revista.

IMPRESIONES SERVIDAS
 667.327

CLICS **CRT**
 12.315 1,85%



* En este caso, no podemos dar datos de crt óptimo



2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA

PRINT - UK

CHEF MAGAZINE

Periodicidad: Mensual

Fecha portada: Diciembre

Fecha quiosco: 26/11/2020

Formato: Página Publireportaje (mismo contenido print y revista digital)

Nº inserciones: 1

Contactos: 42.000 (print) + 26.000 (online)

Nota: Conseguimos mejorar el formato contratado pasando a ser dos dobles páginas de publireportaje sin cargo, además de la publicación del publireportaje en Facebook e Instagram





2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA

PRINT - UK

CHEF MAGAZINE

Publicaciones RRSS

- Facebook
- Instagram



THE CATERER

Periodicidad: Mensual
Fecha portada: Noviembre
Fecha quiosco: 13/11/2020
Formato: Página Publirreportaje
Nº inserciones: 1
Contactos: 28.000





2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA

PRINT - ESPAÑA

RESTAURADORES

Periodicidad: Trimestral
Fecha portada: Noviembre/Diciembre
Fecha quiosco: 13/11/2020
Formato: Doble Página Publirreportaje
Nº inserciones: 1
Contactos: 150.000

ORIGEN

Periodicidad: 5 Números/año
Fecha portada: Septiembre/Octubre
Fecha quiosco: 01/10/2020
Formato: Página Publirreportaje
Nº inserciones: 1
Contactos: 55.000



JAMÓN IBÉRICO
 "un producto gourmet europeo único en el mundo entero"

El jamón ibérico es un producto único en el mundo entero, un producto gourmet europeo que ha alcanzado un nivel de excelencia que lo convierte en un producto único en el mundo entero. Este producto es el resultado de un proceso de elaboración que requiere un conocimiento profundo de la crianza del cerdo ibérico y de la selección de la carne que se utilizará para la elaboración del jamón. El proceso de elaboración del jamón ibérico es un proceso que requiere un conocimiento profundo de la crianza del cerdo ibérico y de la selección de la carne que se utilizará para la elaboración del jamón. El proceso de elaboración del jamón ibérico es un proceso que requiere un conocimiento profundo de la crianza del cerdo ibérico y de la selección de la carne que se utilizará para la elaboración del jamón.

ORIGEN
 BENJAMIN LANA
 PRIORAT
 Salud Verde
 JOSÉ MARIA

Jamón Ibérico
 Un producto único en el mundo

El jamón ibérico es un producto único en el mundo entero, un producto gourmet europeo que ha alcanzado un nivel de excelencia que lo convierte en un producto único en el mundo entero. Este producto es el resultado de un proceso de elaboración que requiere un conocimiento profundo de la crianza del cerdo ibérico y de la selección de la carne que se utilizará para la elaboración del jamón. El proceso de elaboración del jamón ibérico es un proceso que requiere un conocimiento profundo de la crianza del cerdo ibérico y de la selección de la carne que se utilizará para la elaboración del jamón.

2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA



PRINT - ESPAÑA

RRR CATERNEWS

Periodicidad: Bimestral

Fecha portada: Septiembre/Octubre y Noviembre/Diciembre

Fecha quiosco: 30/11/20 y 30/12/20

Formato: Página publirreportaje + Página publicidad

Nº inserciones: 2

Contactos: 39.000

Nota: Conseguimos mejorar el formato pasando a ser una doble página de publirreportaje

Septiembre/Octubre



Noviembre/Diciembre



2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA



PRINT - ESPAÑA

SOBREMESA

Periodicidad: Bimestral
Fecha portada: Octubre/Noviembre y Diciembre/Enero
Fecha quiosco: 01/10/20 y 01/11/20
Formato: Doble Página publitreportaje y envío newsletter
Nº inserciones: 2
Contactos: 162.000

Octubre/Noviembre



SOBREMESA - Newsletters

Formato: Newsletter
Mails enviados: 20.490
Aperturas: 13.223
Clicks: 2.211

Octubre/Noviembre



2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA



PRINT - ESPAÑA

SOBREMESA

Diciembre/Enero



SOBREMESA - Newsletters

Formato: Newsletter
Mails enviados: 21.159
Aperturas: 14.130
Clics: 2.736

Diciembre/Enero



2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA



PRINT - ESPAÑA

VINOS Y RESTAURANTES

Periodicidad: Mensual

Fecha portada: Noviembre, Diciembre y Enero

Fecha quiosco: 05/11/20 y 05/12/20 + 05/01/21

Formato: Doble Página publicirreportaje, página publicidad, Publicirreportaje web y banner.

Nº inserciones: 3

Contactos: 352.000

Nota: Por un error cometido por el soporte, nos dan sin cargo la misma acción en la portada de Enero.



Noviembre

Jamón Ibérico
Un producto gourmet europeo único en el mundo

El Jamón Ibérico es mucho más que un alimento, es tradición, cultura, identidad, sabor único y, por supuesto, salud. Tradición en su concepto, una manera de entender la vida, una pasión. Una pasión como vendría local, como moda cultural, como cultura gourmet.

Un producto único en el mundo, un producto que ha sido reconocido por su calidad y su sabor único. Es un producto que ha sido reconocido por su calidad y su sabor único. Es un producto que ha sido reconocido por su calidad y su sabor único.

El Jamón Ibérico es mucho más que un alimento, es tradición, cultura, identidad, sabor único y, por supuesto, salud. Tradición en su concepto, una manera de entender la vida, una pasión. Una pasión como vendría local, como moda cultural, como cultura gourmet.

El Jamón Ibérico es mucho más que un alimento, es tradición, cultura, identidad, sabor único y, por supuesto, salud. Tradición en su concepto, una manera de entender la vida, una pasión. Una pasión como vendría local, como moda cultural, como cultura gourmet.

Precintos

- IBÉRICO: Jamón de Bellota (100% IBÉRICO)
- IBÉRICO: Jamón de Bellota (75% + 25% Nuez Bellota)
- IBÉRICO: Jamón de Cebo de Campo (100%)
- IBÉRICO: Jamón de Cebo (100%)





2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA

PRINT - ESPAÑA

VINOS Y RESTAURANTES - Web

Fecha Noviembre, Diciembre y Enero

Formato: Banner + Publireportaje

Nº inserciones: 3

Nº Impresiones Banner Nov: 14.127

Nº Páginas vistas Publireportaje Nov: 7.900

Noviembre





2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA

Diciembre

PRINT - ESPAÑA

VINOS Y RESTAURANTES



-PRODUCTOS GOURMET-

El Jamón, la Pasión de Europa

No todos los Jamones Ibéricos son iguales, pero poder identificarlos perfectamente es algo que debe existir en cualquier momento de presencia de un consumidor con el que reconozcamos al instante qué tipo de Jamón Ibérico tiene ante él. Lo debe saber en su momento, cada color, cada categoría, origen, tipo, variedad y calidad. Cada uno tiene para cuatro categorías diferentes de Jamón Ibérico.



Una experiencia total
Deseas de un Jamón Ibérico en casa que sea realmente excepcional. Es un placer que se disfrute momentos tan especiales y que sea también una experiencia de alto nivel, tanto a la hora de probarlo como al verlo.

4 pasos para que puedas gozar de su degustación al máximo:

- 1. OPCIÓN:** El origen, variedad y variedad son los factores que definen al Jamón Ibérico. Hay que tener en cuenta que el origen es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Por último, una variedad de un tipo de Jamón Ibérico puede ser una experiencia única y diferente.
- 2. OPCIÓN:** El origen es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Hay que tener en cuenta que el origen es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Por último, una variedad de un tipo de Jamón Ibérico puede ser una experiencia única y diferente.
- 3. OPCIÓN:** El origen es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Hay que tener en cuenta que el origen es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Por último, una variedad de un tipo de Jamón Ibérico puede ser una experiencia única y diferente.
- 4. OPCIÓN:** El origen es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Hay que tener en cuenta que el origen es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Por último, una variedad de un tipo de Jamón Ibérico puede ser una experiencia única y diferente.

EL ORIGEN: El origen es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Hay que tener en cuenta que el origen es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Por último, una variedad de un tipo de Jamón Ibérico puede ser una experiencia única y diferente.

LA PASIÓN: La pasión es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Hay que tener en cuenta que la pasión es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Por último, una variedad de un tipo de Jamón Ibérico puede ser una experiencia única y diferente.

LA CALIDAD: La calidad es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Hay que tener en cuenta que la calidad es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Por último, una variedad de un tipo de Jamón Ibérico puede ser una experiencia única y diferente.

LA EXPERIENCIA: La experiencia es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Hay que tener en cuenta que la experiencia es el factor más importante y que define el tipo de Jamón Ibérico. Por último, una variedad de un tipo de Jamón Ibérico puede ser una experiencia única y diferente.





PRINT - ESPAÑA

VINOS Y RESTAURANTES - Web

Fecha Diciembre

Formato: Banner + Publireportaje web

Nº inserciones: 1

Nº Impresiones Banner: 14.151

Nº Páginas vistas Publireportaje: 8.434



2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA

Diciembre





PRINT - ESPAÑA

VINOS Y RESTAURANTES - Web

Fecha Enero

Formato: Banner + Publireportaje web

Nº inserciones: 1

Nº Impresiones Banner: 14.820

Nº Páginas vistas Publireportaje: 8.730

2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas HORECA

Enero





2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

Actividad realizada AÑO 3

- PLAN DE BRANDED CONTENT en España.
- Nueva actividad en programa tras la adenda presentada al MAPA en junio de 2020, debido al COVID-19.

SOPORTE	FORMATO	KPI'S	ESTIMACIÓN IMPACTOS
PROGRAMÁTICA 20 SITES	Brand Content	Impresiones	23.259
GRUPO VOCENTO	Brand Content	Impresiones	5.000.000
ELLE + ESQUIERE	Brand Content	Impresiones	1.590.000

RESULTADOS AÑO 3
13.000.794 impactos

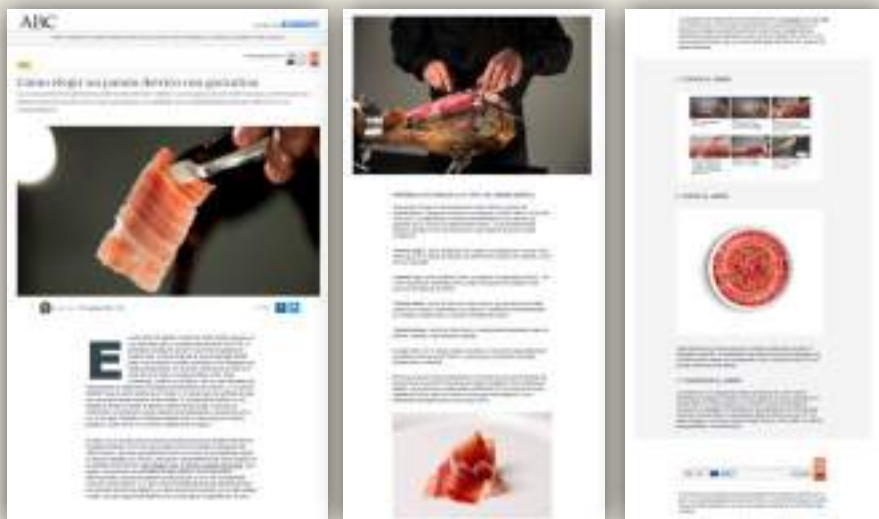


2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

GRUPO VOCENTO
- ABC -

PERIODO
23 nov.



[Ver artículo](#)

IMPRESIONES ESTIMADAS
5.000.000

IMPRESIONES SERVIDAS
11.271.555

CLICS
40.304

CRT
0,36%

+6.271.555
impressions
(125,4%)

* El CTR óptimo es de 0,24%

- LA VOZ DE GALICIA -

- CANARIAS 7 -

- DIARIO SUR -

- HOY -

- EL COMERCIO -

- EL CORREO -

- IDEAL -

- EL DIARIO MONTAÑÉS -

- EL DIARIO VASCO -

- LA VERDAD -

- EL NORTE DE CASTILLA -

- LAS PROVINCIAS -



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

ELLE + ESQUIRE



[Ver artículo en ELLE](#)



[Ver artículo en Esquire](#)

PERIODO

20 nov.- 21 dic.

IMPRESIONES ESTIMADAS

1.590.000

IMPRESIONES SERVIDAS

1.700.434

CLICS

7.535

CRT

0,44%

+110.434
impresiones
(6,94%)

* El soporte no facilita el CTR óptimo

2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España



BRAND CONTENT

ELLE

DISPLAY CO-BRANDED



REDES SOCIALES



DESTACADOS EDITORIALES

DESTACADO EN LA HOME



TOP PATHING



SECCIÓN LIVING



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España



BRAND CONTENT

ESQUIRE

DISPLAY CO-BRANDED



REDES SOCIALES

<p>IMPRESIONES 87.944 INTERACCIONES 8.044 CUIES 4.198</p>	<p>IMPRESIONES 1.075 INTERACCIONES 27 CUIES 17</p>	<p>IMPRESIONES 1.194 INTERACCIONES 4 CUIES 7</p>
---	--	--

DESTACADOS EDITORIALES

DESTACADO EN LA HOME

últimas noticias

TOP PATHING



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA

Nota: Como mejora de campaña hemos conseguido publicar el contenido en 26 sites, en vez de los 20 inicialmente programados

Nº	Medio Digital	Categoría
1	Cocina UnComo	Food
2	Recetas Gratis	Food
3	Con mucha Guña	Food
4	El Saber culinario	Food
5	Diego Coquinal	Food
6	Cocina con Arte	Food
7	Cocina con poco	Food
8	BCN Cool Hunter	Ocio
9	Estoy hecho un cocinillas	Food
10	The Gourmet Journal	Ocio
11	Secretos de Madrid	Ocio
12	Visitar Sevilla	Ocio
13	Love Valencia	Ocio
14	Madrid Diferente	Ocio
15	Descubrir.com	Ocio
16	El Viajero Feliz	Viajes
17	Salir por España	Ocio
18	Vive El Camino	Viajes
19	Europa Press Turismo	Viajes
20	Tourse Viajes (Público)	Viajes
21	Solo recetas	Food
22	Antojo en tu cocina	Food
23	Yummy Barcelona	Food
24	Cocina y aficiones	Food
25	Cocinate el mundo	Food
26	Valencia Gastronómica	Food



PERIODO

16 dic.- 15 enero

IMPRESIONES ESTIMADAS

24.873

IMPRESIONES SERVIDAS

28.805

+3.932
impresiones
(15,8%)

* Solo nos pueden proporcionar el dato de impresiones conseguidas.



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT PROGRAMÁTICA – UN COMO

Jamón ibérico, un producto europeo gourmet único en el mundo

El jamón ibérico es mucho más que un alimento exótico, valioso, tradicional, sostenible y puramente natural. En los últimos tiempos que trasciende los límites de la gastronomía para convertirse en una auténtica cultura y el mejor muestra del equilibrio entre el respeto al medio ambiente y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Delicioso, sano y ligero con el origen de un producto único, saludable y sostenible, es la dieta mediterránea a sus raíces y a una tradición ancestral que forma parte de la tradición de haber producido el jamón ibérico en nuestra tierra así el producto es un concepto, una manera de entender la vida, una pasión. Una pasión como bandera ibérica, como modo de vida, como cultura gourmet.

Por todo ello, en este artículo de UNCOMO queremos compartir contigo algunos datos: cómo se clasifica el producto de la carne ibérica, según su modo y duración; cómo se clasifican los tipos de jamón ibérico y cómo leer los colores de sus etiquetas para saber cómo escoger el mejor jamón ibérico según tus necesidades y las características de tu producción.

También te puede interesar: [Cómo cortar Jamón Ibérico](#)

El mejor jamón ibérico

Auténtico de la producción ibérica. Los jamones ibéricos son resultado del proceso de curación de la carne de cerdo ibérico, que lleva al menos de 18 a 24 meses en la elaboración de este alimento exquisito. Se curan en un proceso excepcional y sustentado por el ambiente propio de la zona ibérica que genera un sabor, aroma y aroma incomparables.

Es el resultado del trabajo que el **Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (AOCI)** ha desarrollado para garantizar el origen ibérico de todos los cerdos que se crían en España. El jamón ibérico es un producto único, saludable y sostenible, es la dieta mediterránea a sus raíces y a una tradición ancestral que forma parte de la tradición de haber producido el jamón ibérico en nuestra tierra así el producto es un concepto, una manera de entender la vida, una pasión. Una pasión como bandera ibérica, como modo de vida, como cultura gourmet.



Tipos de jamón ibérico - etiquetas y porcentajes

Este artículo aborda la clasificación de los jamones ibéricos y los porcentajes de carne ibérica que contienen. Los jamones ibéricos se clasifican en tres tipos: **Jamón Ibérico de Cebo de Montaña**, **Jamón Ibérico de Cebo de Campo** y **Jamón Ibérico de Cebo de Crianza**. Cada tipo tiene un porcentaje de carne ibérica diferente, que se indica en la etiqueta del producto.

- **Jamón Ibérico de Cebo de Montaña:** 100% carne ibérica.
- **Jamón Ibérico de Cebo de Campo:** 75% carne ibérica.
- **Jamón Ibérico de Cebo de Crianza:** 50% carne ibérica.

Además, se menciona la importancia de la denominación de origen protegida (DOP) y la certificación de la carne ibérica por el AOCI.



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – RECETAS GRATIS



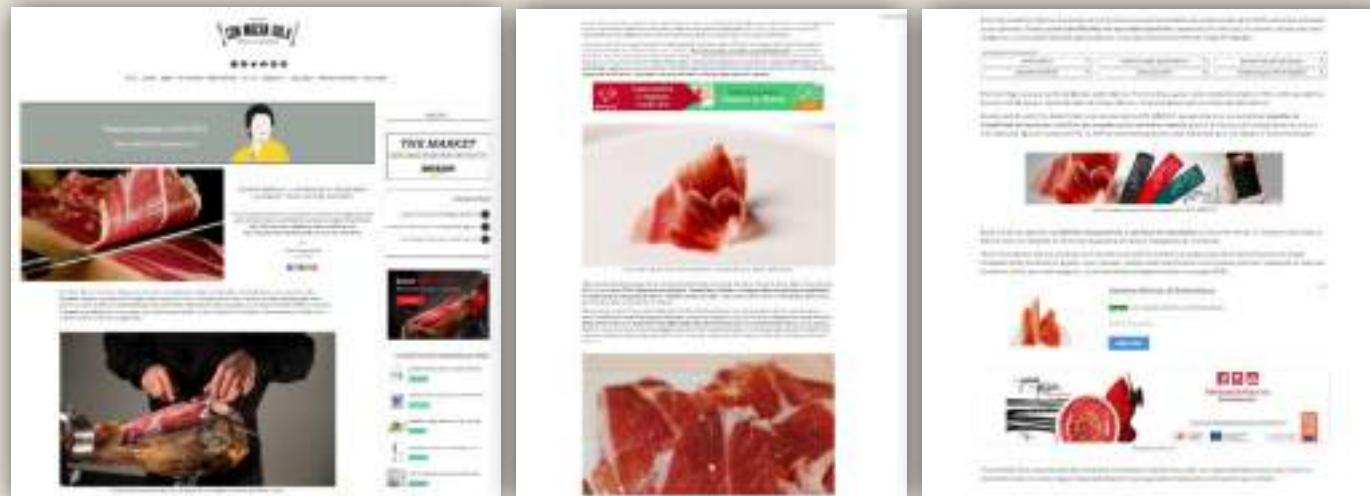
[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – CON MUCHA GULA



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – EL SABER CULINARIO



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – DIEGO COQUILLAT



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – COCINA CON ARTE



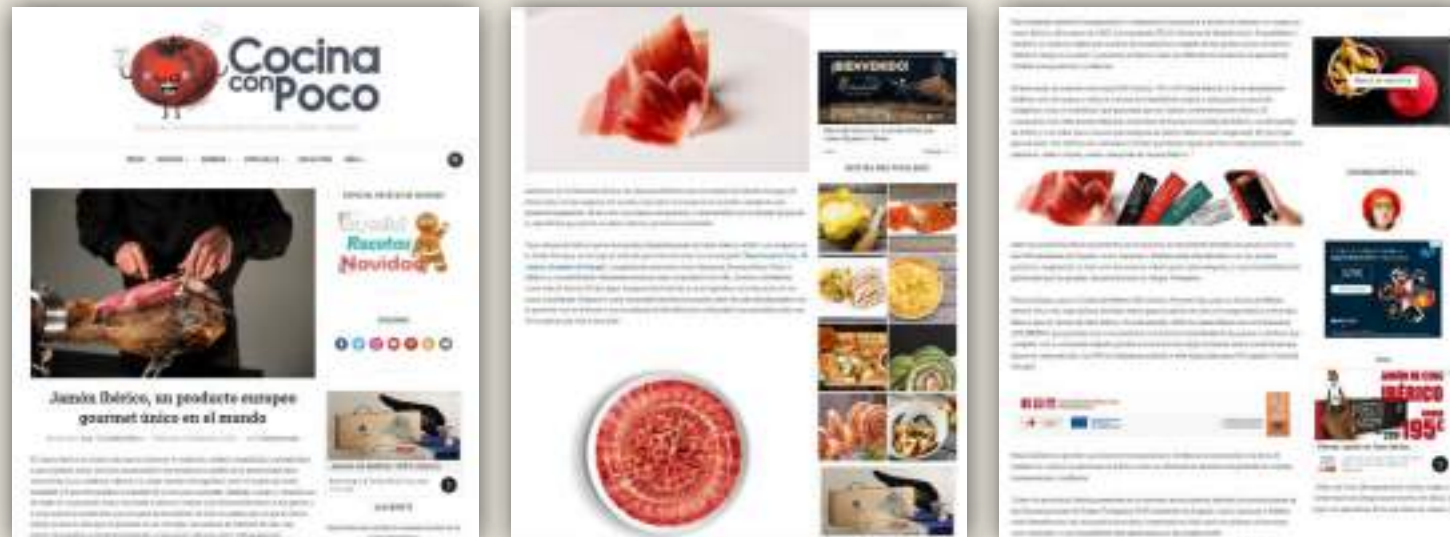
[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – COCINA CON POCO



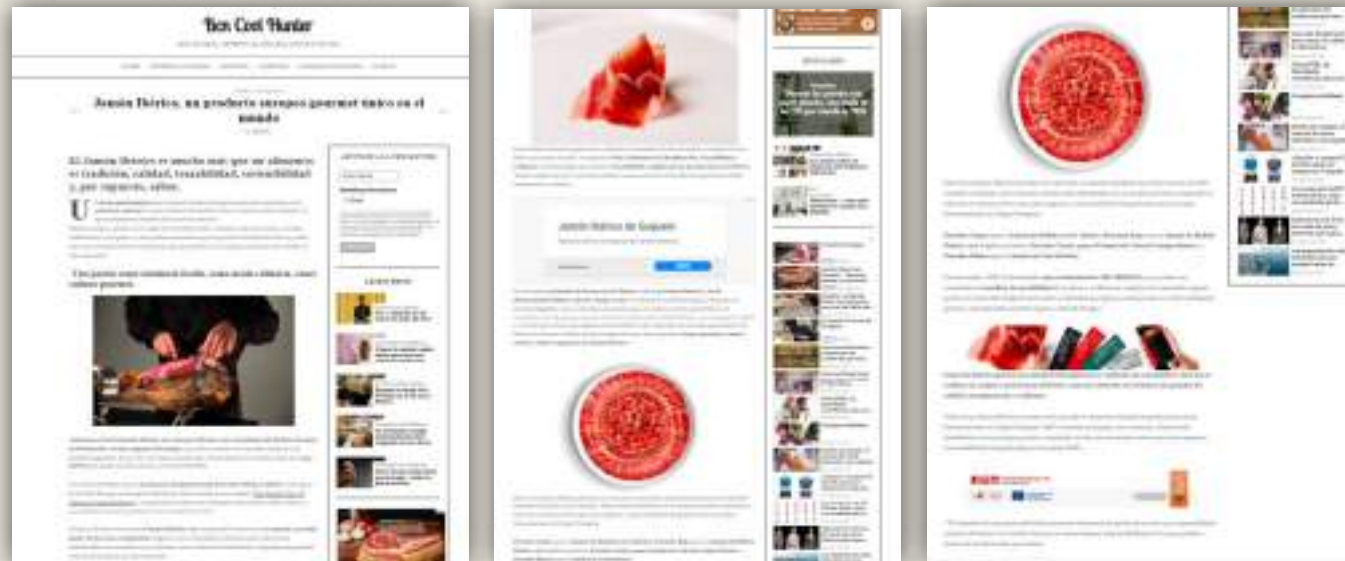
[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – BCN COOL HUNTER



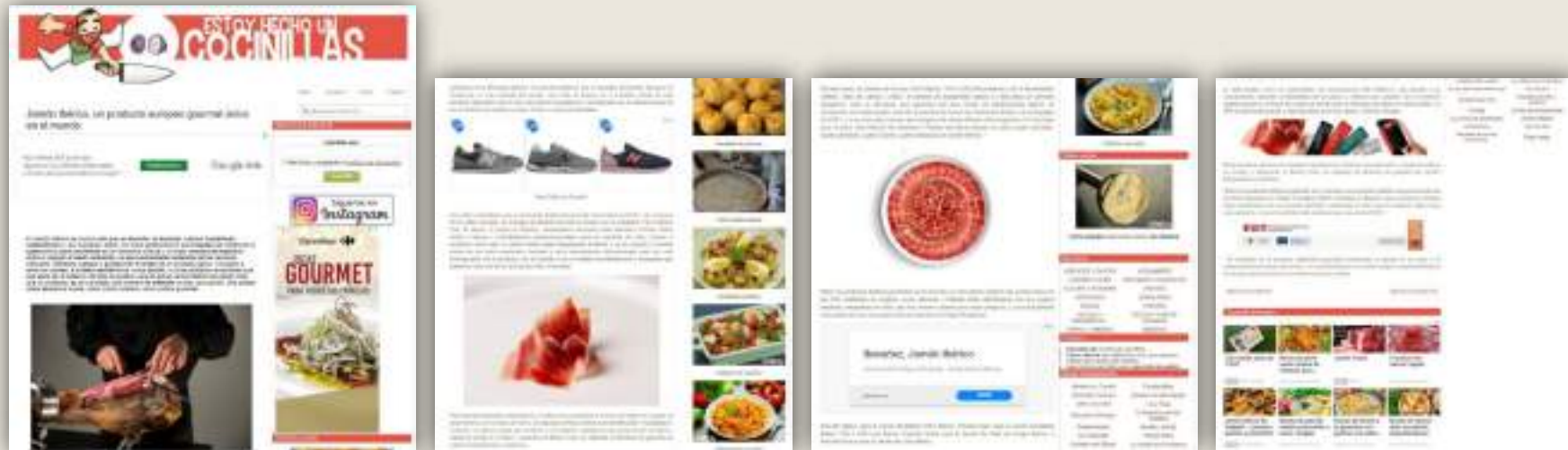
[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – ESTOY HECHO UN COCINILLAS



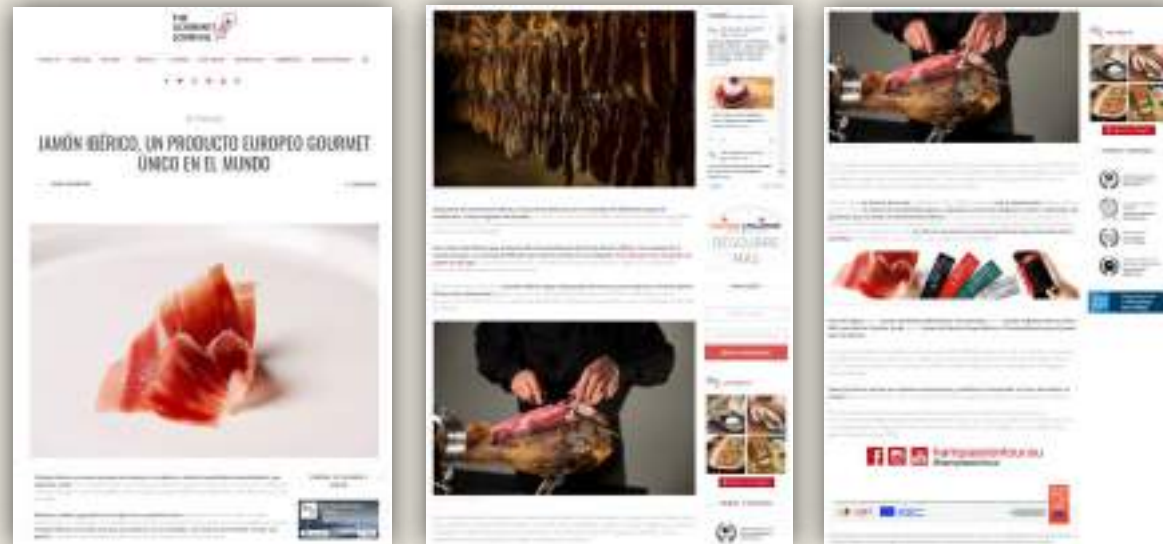
[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – THE GOURMET JOURNAL



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – SECRETOS DE MADRID



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – VISITAR SEVILLA



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – LOVE VALENCIA



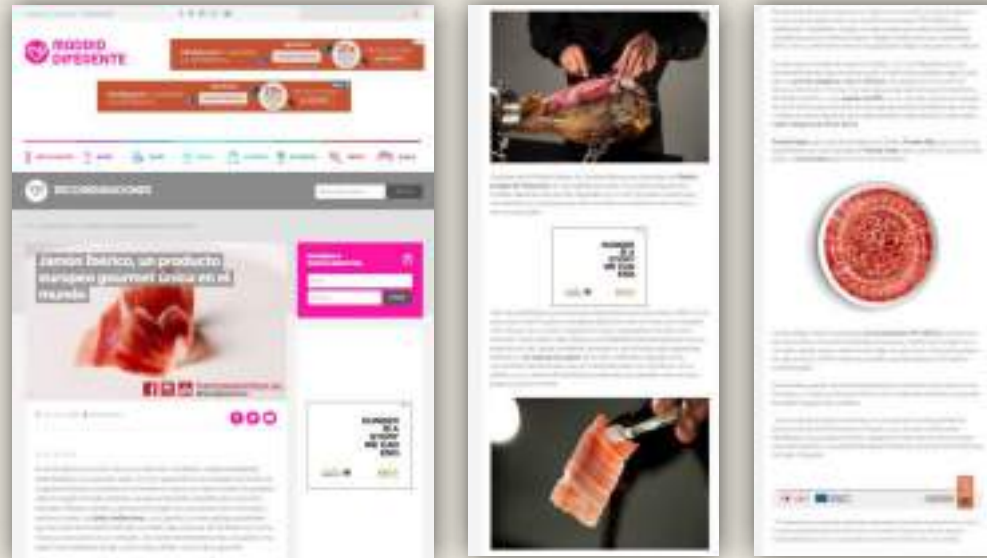
[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – MADRID DIFERENTE



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – DESCUBRIR



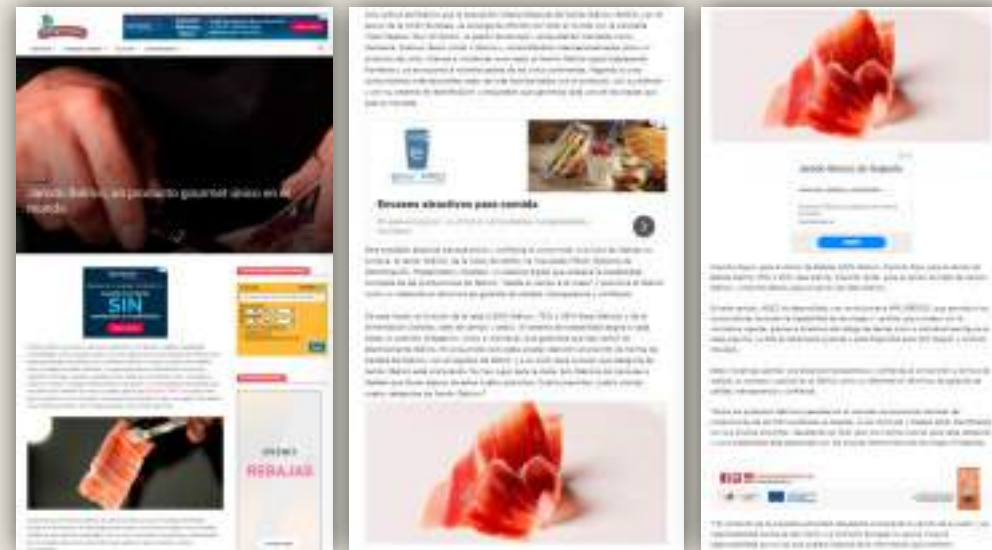
[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – EL VIAJERO FELIZ



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT PROGRAMÁTICA – SALIR



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – VIVE EL CAMINO



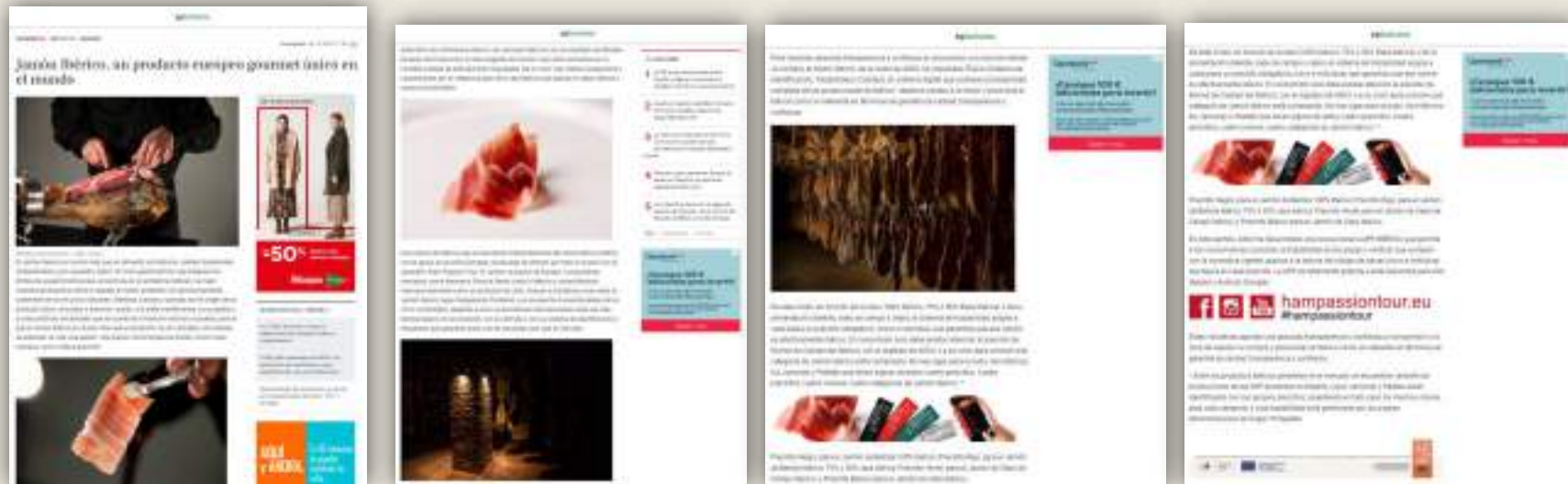
[Ver artículo](#)

2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España



BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – EUROPA PRESS TURISMO



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – TOURSE VIAJES



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – SOLO RECETAS



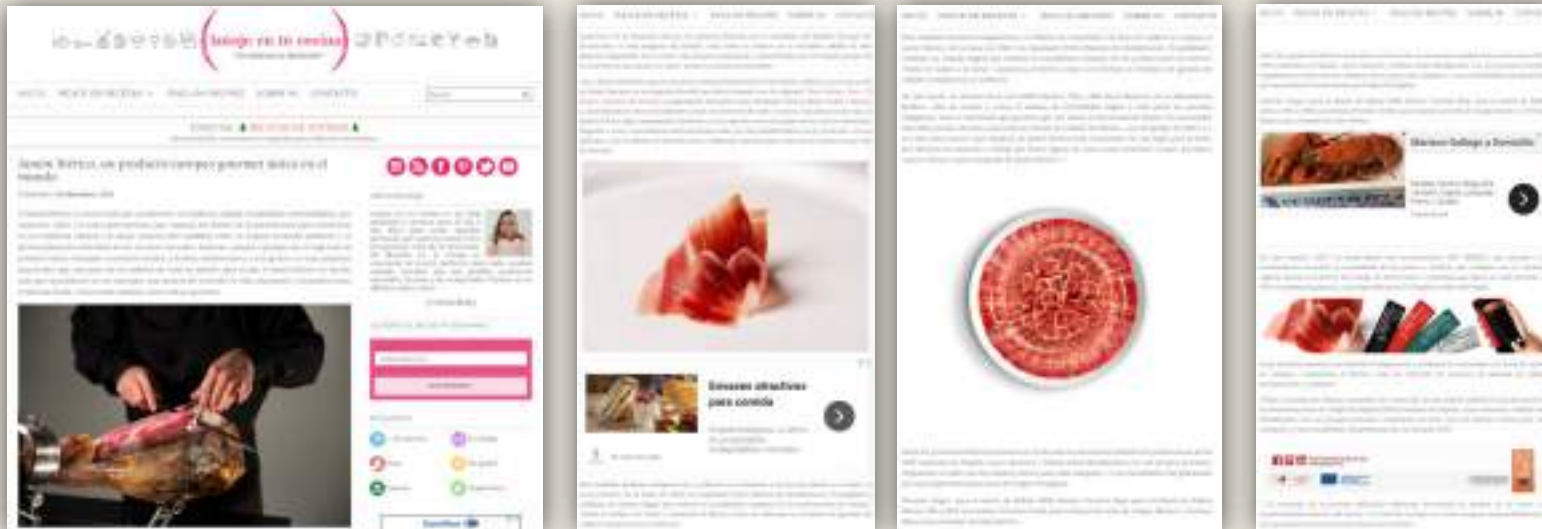
[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – ANTOJO EN TU COCINA



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – YUMMY BARCELONA



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – COCINA Y AFICIONES



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – COCÍNATE EL MUNDO



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

BRAND CONTENT

PROGRAMÁTICA – VALENCIA GASTRONÓMICA



[Ver artículo](#)



2.1. Actividad permanente de RR.PP. Acuerdo Branded content en España

RESUMEN Y RESULTADOS CAMPAÑA BRANDED CONTENT

SOPORTE	PAÍS	FORMATO	PERIODO CAMPAÑA	KPI	Previsto	Obtenido					SERVIDO
					#KPI	IMPRESIONES	CLICS	CTR	VIEWS	VTR 100%	
PROGRAMÁTICA 20 SITES	España	Brand Content	16 dic - 15 enero	Impresiones	24.873	28.805	-	-	-	-	116%
GRUPO VOCENTO	España	Brand Content	23-nov	Impresiones	5.000.000	11.271.555	40.304	0,36%	37.096	-	225%
ELLE + ESQUIRE	España	Brand Content	20nov - 21 dic	Impresiones	1.590.000	1.700.434	7.535	0,44%	-	-	107%
TOTAL					6.614.873	13.000.794	47.839	0,37%	37.096	0,3%	



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

INFLUENCERS	Total impressions for posts & stories	Total Followers
TOTAL UK	31.368	105.600

INFLUENCERS	Total impressions for posts & stories & views of blogs publications	Total Followers
TOTAL FRANCIA	52.849	798.520

INFLUENCERS	Total impressions for posts & stories & views of blogs publications	Total Followers
TOTAL ALEMANIA	61.220	76.178

Asistencia a los actos realizados en las Escuelas de Hostelería, a través de streaming, de 16 blogueros

AUDIENCIA	IMPRESIONES
980.298	145.437

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO



PUBLICATION: Sugar Pink Food (online)

DATE: 25th November 2020

REACH: 12,450

<https://www.latoyah.co.uk/2020/11/iberian-ham-masterclass-gifted.html>

IBERIAN HAM MASTERCLASS | GIFTED
BY LATOYAH CO. UK (SUGAR PINK FOOD) | 2020


"I was gifted the class and samples, however all thoughts are honest and my own!"

Have you heard of Iberian ham? Iberian ham is produced from black Iberian pigs using traditional and time-honoured methods.


This unique culinary gem is characterised by its beautiful ruby red colour meaning the most oily and tender, giving it the delicious melt-in-the-mouth flavour.

The Spanish Association has been set up by Iberian hams from Spain and the European Union to help promote this wonderful ham. I was invited to experience the masterclass which was being held at the University of West London via Zoom.


Iberian Ham is known for being the most expensive and premium ham and it is prized by top chefs and food lovers around the world for its high-quality and distinct flavour.



It is created within a sustainable production model, where food safety, animal welfare, traceability and environmental sustainability are fundamental factors.



One ham, multiple Iberian ham uses presented. The ham is still in its skin for 4-6 weeks using smoking, which helps create the distinctive flavour.



We may have seen a whole leg of ham displayed in top restaurants, where the ham is sliced off to serve. It is a unique experience at the table, as well as a wonderful addition.

The ham is sliced thin or normally and the leg ham is sliced the perfect size by a master chef. The more delicious the ham, the more you love to eat it.



The ham is a wonderful addition to your menu, and it is a great way to enjoy the ham. It is a great way to enjoy the ham. It is a great way to enjoy the ham.

The ham is a wonderful addition to your menu, and it is a great way to enjoy the ham. It is a great way to enjoy the ham.

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO

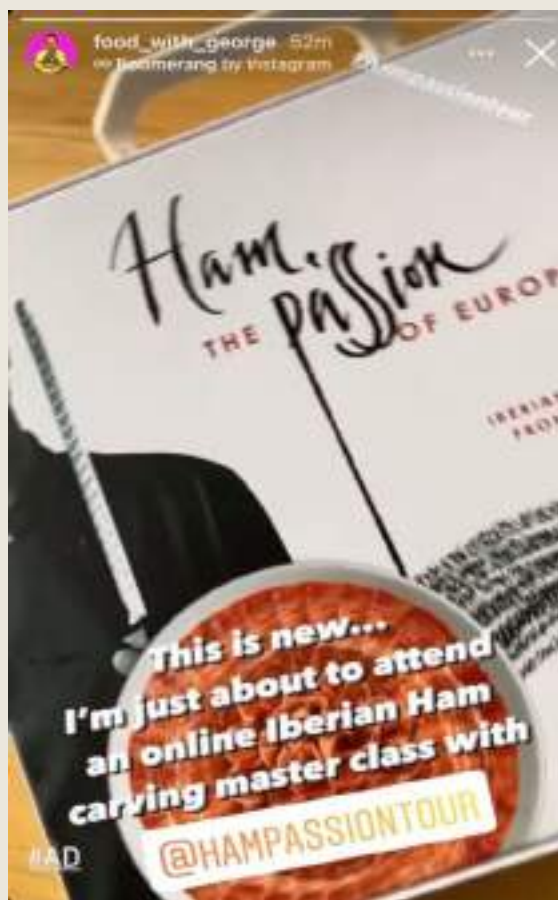


PUBLICATION: @food_with_george (instagram stories)

DATE: 25th November 2020

FOLLOWERS: 14,400

IMPRESSIONS: 813



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO



PUBLICATION: @food_with_george (instagram)

DATE: 27th November 2020

FOLLOWERS: 14,400

ENGAGEMENTS: 191

<https://www.instagram.com/p/CIEJehZiC/>

food_with_george Iberian Ham Croquettes...so yesterday I took a master class on how to carve the prestigious Iberian ham hosted by @hampassiontour and today I made a dish with it for lunch - #ad.

Here's what's going on: Croquettes stuffed with Iberian ham and sautéed leeks...they were absolutely delicious.

-
-
-
-
-
-

#food #foodporn #instafood #dinner #lunch #fresh #tasty #foodie #delicious #eating #foodpic #foodpics #eat #hungry #homemade #ukfood #buxton #peakdistrict #thepeakdistrict #foodblogger #foodblog #iberianham #jamoniberico #hampassiontour

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO



PUBLICATION: @food_with_george (instagram stories)

DATE: 27th November 2020

FOLLOWERS: 14,400

IMPRESSIONS: 962

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO

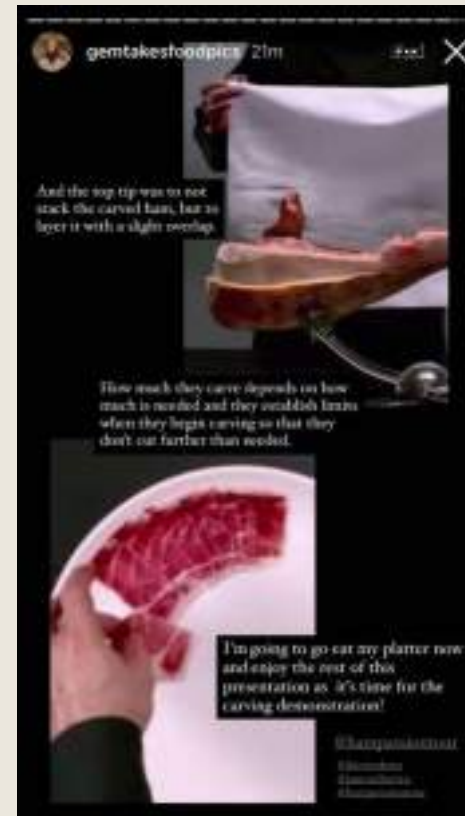
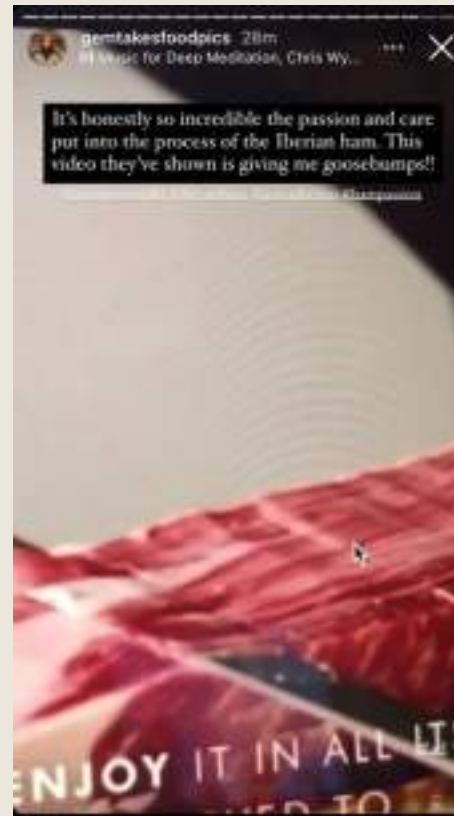


PUBLICATION: @gemtakesfoodpics (instagram stories)

DATE: 25th November 2020

FOLLOWERS: 14,800

IMPRESSIONS: 4,865



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO



PUBLICATION: @gemtakesfoodpics (instagram stories)

DATE: 26th November 2020

FOLLOWERS: 14,800

IMPRESSIONS:962

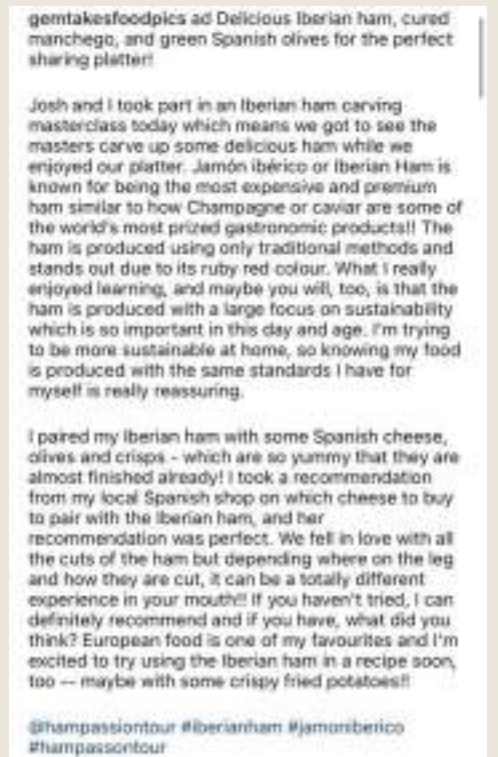
PUBLICATION: @gemtakesfoodpics (instagram)

DATE: 26th November 2020

FOLLOWERS: 14,800

ENGAGEMENTS: 621

<https://www.instagram.com/p/ClBev8BDIx/>



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO



PUBLICATION: @gourmelita (instagram stories)

DATE: 26th November 2020

FOLLOWERS: 13,200



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



REINO UNIDO



PUBLICATION: @gourmelita (instagram)
DATE: 26th November 2020
FOLLOWERS: 13,200
ENGAGEMENTS: 320

<https://www.instagram.com/p/CID8GflhtWq/>

gourmelita ~AD~ Can you say 'gourmet'? For me, Iberian Ham is the absolute definition of the word! I was lucky enough to attend @hampassiontour #jamoniberico carving Master Class online last evening, as well as physically @uniwestlondon last year (see stories!) and I can say I'm amazed with the passion behind every little detail of this exquisite product. 🌿 There's full focus on sustainability, animal welfare and respect for the environment, that you can feel with each- sublime- bite you take of this acorn-fed perfectly aged, ruby red iconic product! 🌲 Carving it is an art form in itself, that requires perfect slicing and excellent presentation. ❤️ #hampassiontour #iberico #ibericoham

PUBLICATION: @gourmelita (instagram stories)
DATE: 27th November 2020
FOLLOWERS: 13,200
IMPRESSIONS: 2,707



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO



PUBLICATION: @truffleandtoast (instagram stories)

DATE: 27th November 2020

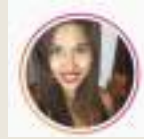
FOLLOWERS: 61,800

IMPRESSIONS: 7,987



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO



PUBLICATION: @truffleandtoast (Instagram)

DATE: 27th December 2020

FOLLOWERS: 61,800

ENGAGEMENTS: 5,220

<https://www.instagram.com/p/CJTLvbMhtnh/>



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO



PAID INFLUENCER COVERAGE
PUBLICATION: Mint & Rosemary
DATE: 14th December 2020
FOLLOWERS: 13,200

<https://www.instagram.com/p/ClyZ3eTFyMA/>

Post Results
Likes: 274
Comments: 19
Reach: 2,623
Impressions: 2,939



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO



mintandrosemary
Paid partnership with **hampassiontour**
Hertfordshire



mintandrosemary **AD** Dinner with a twist – and a Spanish one no less! We all love the classic combination of cod and lentils. Now add some slices of Iberian ham on the mix – and you’re in for a real treat. It’s cooked from Iberian pigs, jamon Iberico (or Serrano ham), is hand-selected and prized for its unique flavour. It has a beautiful ruby red colour, and it is dappled with white streaks of flavonoids too. [#hampassiontour](#) [@hampassiontour](#)

Ingredients:

- 2 cod filets
- 30g butter
- 150g cooked lentils
- 1 small onion, finely chopped
- 1 small shallot, finely chopped
- 1 clove garlic, finely chopped
- extra virgin olive oil
- lemon juice (1/2 lemon)
- Serrano ham
- sea salt
- black pepper

Method:

1. Place a pan over medium-high heat and add one tsp of olive oil. Put in the cod filets, season with salt and pepper and add to the pan. Cook for 2-3 minutes on each side, while basting with butter. Remove the fish from the pan and reserve the hot butter & olive oil mix.
2. Heat one tsp of olive oil in a saucisson and add the chopped vegetables. Season with salt and cook until soft. Add the cooked lentils, top with 150ml water and continue cooking for 5-10 minutes.
3. To serve, place half of the lentil mix on each plate, add the cod fillet and slices of Iberian ham. Season with brown juice and drizzle over some of the remaining butter & olive oil mix.

<https://www.instagram.com/p/CJHB1upIT0I/>

PAID INFLUENCER COVERAGE
PUBLICATION: Mint & Rosemary
DATE: 22nd December 2020
FOLLOWERS: 13,200

Post Results
Likes: 150
Comments: 13
Reach: 1,378
Impressions: 1,441



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

REINO UNIDO



PAID INFLUENCER COVERAGE
PUBLICATION: Mint & Rosemary
DATE: 1st January 2021
FOLLOWERS: 13,200
<https://www.instagram.com/p/C1bSLMJFN4S/>

Post Results
Likes: 150
Comments: 21
Reach: 1,558
Impressions: 1,779



mintandrosemary • Following
Paid partnership with hampassiontour
Hertfordshire

mintandrosemary #AD Treating myself – the Spanish edition! I might have put my holiday plans on hold this year, but this doesn't mean that I can't enjoy a Spanish feast at home. Starting with this elegant first course, featuring luxurious scallops, creamy pea puree and a rich, umami flavour given by the addition of the Iberian ham. The Iberian ham is a unique culinary gem, prized by top chefs and food lovers around the world and appreciated for its distinct flavour and exceptional quality.
#hampassiontour @hampassiontour
Ingredients:
2 large scallops
30g butter
200g fresh peas
fresh mint

Liked by meatthefoodie and 141 others

7 DAYS AGO

Add a comment...



@HAMPASSIONTOUR

Pan Fried Scallop

WITH PEA PUREE AND IBERIAN HAM

@HAMPASSIONTOUR

AD



@HAMPASSIONTOUR

FULL RECIPE IN MY LATEST POST

@HAMPASSIONTOUR



@HAMPASSIONTOUR

@HAMPASSIONTOUR

Large scallops, peas & Iberian ham

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

FRANCIA



audreycuisine Contactar 👤 📌 ☰

5 627 publications 24,1k abonnés 1 714 abonnements

Audrey - Ma P'tite Cuisine
Blogueur
Blogueuse & Influenceuse
www.audreycuisine.fr
Recettes quotidiennes, voyages et bonnes adresses
✉ Audrey.bourdin@gmail.com
www.audreycuisine.fr



audreycuisine • Abonné(e)
Bordeaux, France

audreycuisine C'est l'heure de l'après, ça vous dit de déguster une belle assiette de jambon ibérique ?

Cette semaine, j'ai eu la chance de pouvoir suivre à distance une masterclass passionnante pour découvrir toutes les subtilités de ce produit, à l'occasion du @hampassiontour, organisée par l'association interprofessionnelle du porc ibérique.

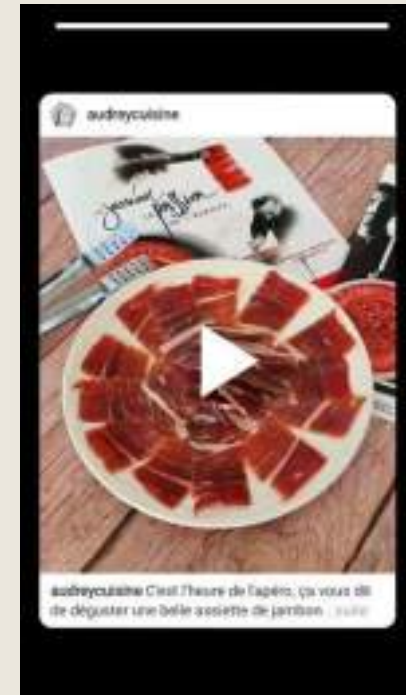
Je savais déjà que c'était un produit de top qualité, authentique, une fierté de la gastronomie européenne et qui est connue dans le monde entier. J'ai adoré voir travailler le sculpteur, ce professionnel du Jambon qui découpe

329 J'aime

INFLUENCERS CONTENTS

AUDREY CUISINE

Engagement rate: 1,88%
Post impression: 4230
Story impression: 550



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

FRANCIA



INFLUENCERS POST BLOG
AUDREY CUISINE

MA PETITE CUISINE

Date : 28/11/2020
Heure : 08:29:09

www.audreycuisine.fr
Page : France
Dynamisme : 1

Page 1/1
Chaque jour

Découvrir le Jambon Iberique



Mais attention ! le **Jambon Iberique** ! C'est un produit authentique et vraiment exceptionnel, une belle exception qui est connue dans le monde entier.

La première fois que j'ai goûté du **Jambon Iberique** c'était pendant mes vacances en Espagne, à Grenade, et mais après avoir dégusté avec plein d'autres types, sur le marché de la Boqueria ou dans restaurants bien à l'appart de la ville.

Depuis j'en achète pour agrémenter mes repas, à servir à l'heure de l'apéro, il plat figurent l'été l'automne, l'été et pendant l'hiver, et attention ! qui a besoin de temps pour être au top de sa saveur et qui fait appel à de nombreux experts tout au long de son séchage et de son affinage.

En ce 28 novembre cette semaine de promotion nous à obtenu une magnifique présentation pour découvrir toutes les subtilités de ce produit, à l'occasion de **Ham Festival Tour** organisé par l'IGPCE (association internationale de producteurs) qui propose l'Europe pour faire découvrir les saveurs du **Jambon Iberique**.

Carne c'est super intéressant je partage avec vous mes découvertes !


Vous êtes invités à l'heure
14/11/2020 08:29:09

MA PETITE CUISINE

Date : 28/11/2020
Heure : 08:29:09

www.audreycuisine.fr
Page : France
Dynamisme : 1

Page 2/1
Chaque jour

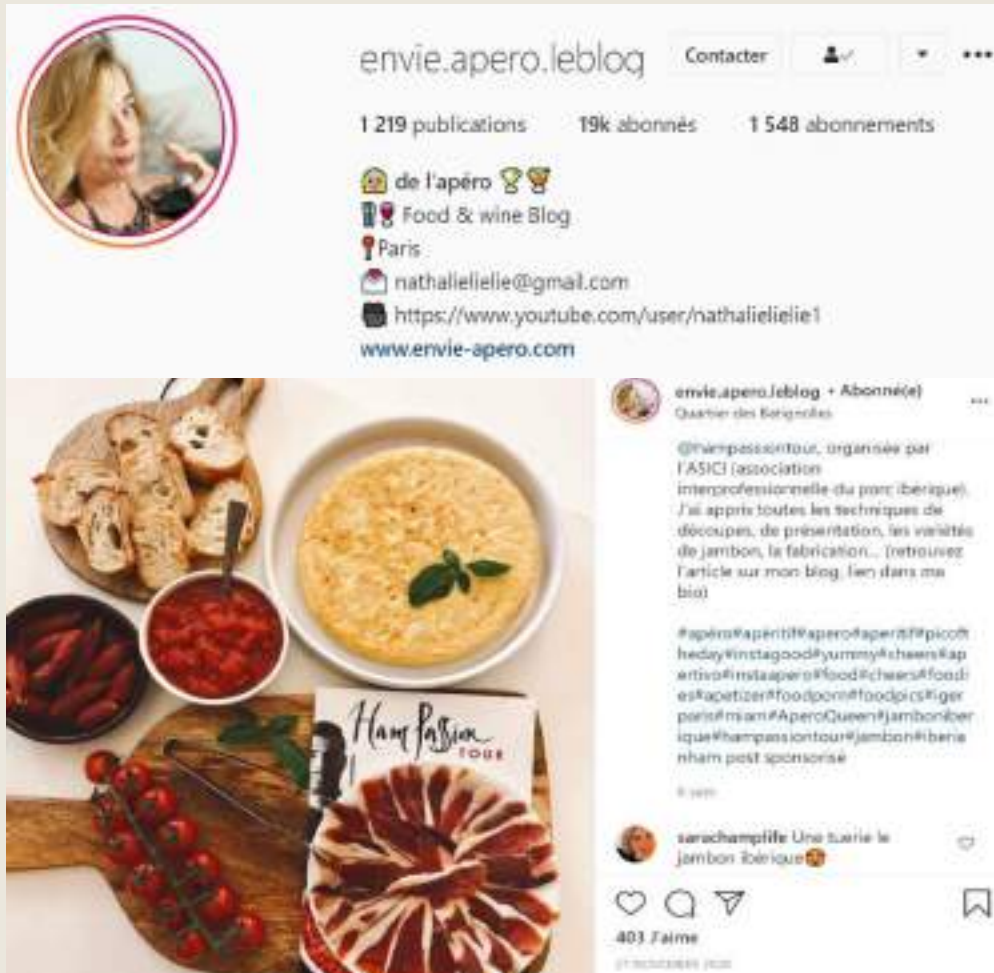


Vous êtes invités à l'heure
14/11/2020 08:29:09

<https://www.audreycuisine.fr/2020/11/28/decouvrir-le-jambon-iberique/>

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

FRANCIA



<https://www.instagram.com/p/CIGjZGDpg0n/>

INFLUENCERS CONTENTS

ENVIE D'APERO

Engagement rate: 2,93%
Post impression: 3708
Story impression: 388



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

INFLUENCERS POST BLOG

ENVIE D'APERU

FRANCIA



Envie d'apéro.com
Date: 2019/06/28
Heure: 13:46:54

www.envie-aperu.com
Pays: France
Dynamisme: 0

Jambon ibérique

Envie d'apéro.com

Envie d'apéro.com
Date: 2019/06/28
Heure: 13:46:54

www.envie-aperu.com
Pays: France
Dynamisme: 0

Jambon « Bellota » 100% Ibérique (noix vertes) : C'est celui qui a le plus de gras et le plus de sucre en quantité sur le cope ibérique à 100%, issu dans le type géographique, et qui pendant la phase d'engraissement le porc, a été élevé aux glands et dans des pâturages naturels de la chênaie.

Jambon « Bellota » Ibérique (noix rouges) : issu d'animaux de race ibérique à 75 % ou 50 %, nourri pendant la phase d'engraissement aux glands et dans des pâturages naturels de la chênaie.

Jambon « Coto de Campo » Ibérique (noix vertes) : issu d'animaux de race ibérique à 100 %, 75 % ou 50 %, élevés dans les champs et nourris à base de fourrage, essentiellement de céréales et légumes secs, et dans des pâturages naturels.

Jambon « Coto » Ibérique (noix blanches) : issu d'animaux de race ibérique à 100 %, 75 % ou 50 %, élevés dans les champs et nourris à base de fourrage, essentiellement de céréales et légumes secs.

Pour toute information, vous pouvez télécharger l'application gratuite "Envie" et accéder à toute l'offre de notre jambon pour tout savoir sur celui-ci. Elle permet aux consommateurs de vérifier que les jambons ibériques sont conformes à la norme en vigueur grâce aux étiquettes de la norme de qualité porc, rouge, noir ou blanc; toujours portant le logo d'AOC; qui identifie chaque porc au moyen d'un tatouage unique et individuel. Envie édite un page de qualité supplémentaire pour les consommateurs!

<https://www.jambonibérique.eu/fr/jambon-4-origines-100-iberique>

Le découpe
Une bonne découpe au couteau est fondamentale pour déguster le jambon ibérique dans toute sa splendeur, avec toutes ses textures, ses arômes et son goût incomparable. Apprenez à le découper correctement pour en tirer le meilleur parti à la table.

- « L'impalpable »
C'est une pièce unique. Elle se découpe en « table », « jambon », « maça », « bellota » ou « romberges » et « jamón ». Pour le savoir plus facilement, le jambon doit être parfaitement découpé, avec précision.
- « Les Osselets de la table »
Vous devez vous munir d'un large couteau pour faire une coupe propre, un couteau à jambon (jambon long et court), un couteau à jambon très aigu, long et souple, un fond à aigle, une pioche et un support à jambon.
- « Le romberges »
Les romberges sont des jambons ibériques qui sont coupés par le jambon. Jusqu'à obtenir la tranche parfaite qui découpe le jambon qui passe par le monde entier.
- « La table »
Il faut tout d'abord retirer la couche extérieure du jambon en le coupant juste au-dessus de la caille et en remontant jusqu'à la partie. À une température idéale entre 20° et 24° C, vous commencerez par couper la

Envie d'apéro.com

<https://www.envie-aperu.com/jambon-iberique/>

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

FRANCIA



INFLUENCERS CONTENTS

PANIER DESAISON

Engagement rate: 1,19%
Post impression: 3608
Story impression: 276



<https://www.instagram.com/p/CIND4bAsUhx/>

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

INFLUENCERS POST BLOG

PANIER DESAISON

FRANCIA



Date : 30/11/2020
Heure : 07:40

www.panierdesaison.com
Panier - France
Dynamisme - 0

Page 1/1
Visitez l'article

Pressé de pommes de terre au jambon ibérique.

Depuis un an, l'interprofessionnelle du **Jambon Ibérique** a été organisée avec Fran Passan Tour pour promouvoir cette merveille que sont les jambons ibériques. A cette occasion, j'ai pu assister à une Master Class et je révéle une petite recette spéciale M&P.



Allez à la recette

La jambonne délicate, j'ai eu la chance de goûter une master class en ligne autour du **jambon Ibérique** organisée par Fran Passan, Association Interprofessionnelle des Cerdans Ibériques (Association Interprofessionnelle des Jambons Ibériques). Créé en 1992, ce syndicat réunit tous les producteurs de **jambon Ibérique** et permet l'information, l'information, pour promouvoir le **jambon Ibérique** et les nouveaux labels de qualité. Ainsi a été il y a 1 an le Fran Passan Tour en Europe. Master class, démonstrations de découpe par un Maître, table d'invitation l'Espagne, la France, le Royaume-Uni et l'Allemagne.

Au début de la conférence sur **Jambon Ibérique**, organisé mais les nouveautés et l'innovation sont les points forts à l'occasion de ce Fran Passan Tour n'ont permis de passer mes connaissances, voici un récapitulatif pour que tu ne te déranges plus jamais que, quoi, où, quel ou faire au **jambon Ibérique**.

Qu'est-ce que le **jambon Ibérique**?

Tous droits réservés à l'éditeur. HAMBONIBERIQUE.COM

Date : 30/11/2020
Heure : 07:40

www.panierdesaison.com
Panier - France
Dynamisme - 0

Page 1/1
Visitez l'article



Le **jambon Ibérique** est le jambon produit sur le territoire ibérique à partir de porcs de race Ibérique. Tu trouveras donc du **jambon Ibérique** en Espagne et au Portugal.

Il existe 4 types de jambons ibériques classés selon le sexe du porc et leur alimentation, qui choisent porte généralement une étiquette de couleur pour être facilement repérables. C'est l'une des nouveautés mises en place et qui est très pratique.

Voilà l'indispensable :

A gauche, un porc 100% ibérique dit « **puer negro** » et à droite, un porc Duroc, à la robe rouge caractéristique.

Le **Jambon Bellota 100% Ibérique** (distingué par une étiquette noire) signifie à l'excellence de la paille du jambon, le « **Jambon Bellota 100% Ibérique** » est un jambon issu d'un porc de race 100% ibérique, élevé en forêt, nourri aux glands et élevés dans une « **dehesa** », un **patrimoine** en Espagne. Les porcs sont élevés en extérieur, ils parcourent ainsi des kilomètres pour graver les glands, « bellota » en espagnol et ce faisant, croquent plus lentement qu'un porc en stabularisé, ce qui permet à la graisse de pénétrer au cœur du muscle. Cela donne au final des jambons à la chair tendre, très parfumée et très goûteuse.

Le **Jambon Bellota Ibérique** (distingué par une étiquette verte) est un porc issu de race ibérique, il faut à 50% ou à 70%, croisé avec un porc **puer Duroc**, un porc à robe rouge de grosse corpulence.

Tous droits réservés à l'éditeur. HAMBONIBERIQUE.COM

<https://www.envie-apero.com/jambon-iberique/>

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

INFLUENCERS CONTENTS

FRANCIA

PEPITES2NOISETTE



pepites2noisette Contacter

2 261 publications 19,7k abonnés 1 711 abonnements

Les Pépites De Noisette | Food
Discover all about food, living, travelling, french touch. My best moments and recipes around the world #lifestyle #food #cooking #cuisine #recettes
linkin.bio/pepites2noisette



pepites2noisette Coucou tout le monde, alors vous passez un bon week-end? 😊 De mon côté j'alterne entre rangement et décorations de Noël 🎄🌲 D'ailleurs en parlant de fêtes, je vous ai mis sur le blog pas mal d'articles concernant des produits festifs et plein d'idées recettes. 🍷 Ça vous plaît? Ou aimeriez-vous d'autres? 📩📍

Id d'ailleurs c'est un très bon jambon ibérique dont je vous parle dans un article. Vous connaissez un petit peu? Vous avez déjà goûté? C'est une excellente idée à mettre à votre table de fêtes. Ça change du foie gras et du saumon, en entrée ou à l'apéritif... Je vous explique toutes les subtilités de

143 J'aime

Engagement rate: 1,58%
Post impression: 4033
Story impression: 322

<https://www.instagram.com/p/Clapi-ynAHw/>



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH

INFLUENCERS POST BLOG

PEPITES2NOISETTE

FRANCIA



Site : 21112026

LES PÉPITES DE NOISETTE

www.lespitesdenoisette.fr
Days : France
Durée : 1

Page 47
Chaque article

Comment déguster le jambon ibérique dans les règles de l'art ?



Avez-vous déjà goûté à un bon jambon ibérique ? Intéressé par les traditions méditerranéennes (Espagne et Portugal), il est une vraie pépite à redécouvrir ! D'ailleurs, pourquoi pas l'offrir à ses amis de fin d'année, à toute sa page. [ici](#)

J'ai voulu en savoir un peu plus afin de vous guider dans vos achats et votre expérience de dégustation. Du coup, il y a quelques jours, j'ai assisté à une Masterclass en ligne autour du Jamón Piernas Toc. Une expérience très intéressante et certainement remplie par un futur ami par un maître de l'art de la découpe du jambon ibérique.

RECONNAÎTRE LE JAMBÓN IBÉRICO.
L'élevage des porcs de race ibérique doit suivre un protocole assez strict qui garantit la qualité du jambon que vous achèterez. En fonction de l'abattoir de l'animal, de la zone de production et des procédés de salage et d'affinage (jusqu'à 2 ans d'affinage tout de même !), vous pourrez trouver différents types de qualité.

Tous droits réservés à l'auteur

RAMA@CCHARRI 2499021

Site : 21112026

LES PÉPITES DE NOISETTE

www.lespitesdenoisette.fr
Days : France
Durée : 1

Page 47
Chaque article



avec une bonne maîtrise de préparer le jambon ibérique.

La dégustation.
Mieux déguster, le jambon ibérique dans le consommé ou par un petit verre de (cognac blanc), quelques adresses sont à savoir.

Conservé votre jambon au frigo entre 2°C et 5°C (éviter le congélateur...)
Sortir le jambon au moins 2h avant de le consommer (selon jour). D'ailleurs il est conseillé de plonger l'emballage quelques minutes dans l'eau froide (emballage bien sûr séché).
Durant l'emballage 30 minutes avant de le consommer la graisse doit être bien tassée.
La température idéale de dégustation est de 24°C.
Il y a plus qu'à l'offrir à ses amis, je vous conseille de déguster le jambon nature, tel quel. Vous pouvez également le déguster sur des toasts déglacés et grillés avec un fil d'huile d'olive et du poivre.

Et puis le jambon de Noël... Évidemment, évitez de le servir en dégustant en dernier minute quelques heures avant de servir le jambon tout le monde !

Tous droits réservés à l'auteur

RAMA@CCHARRI 2499021

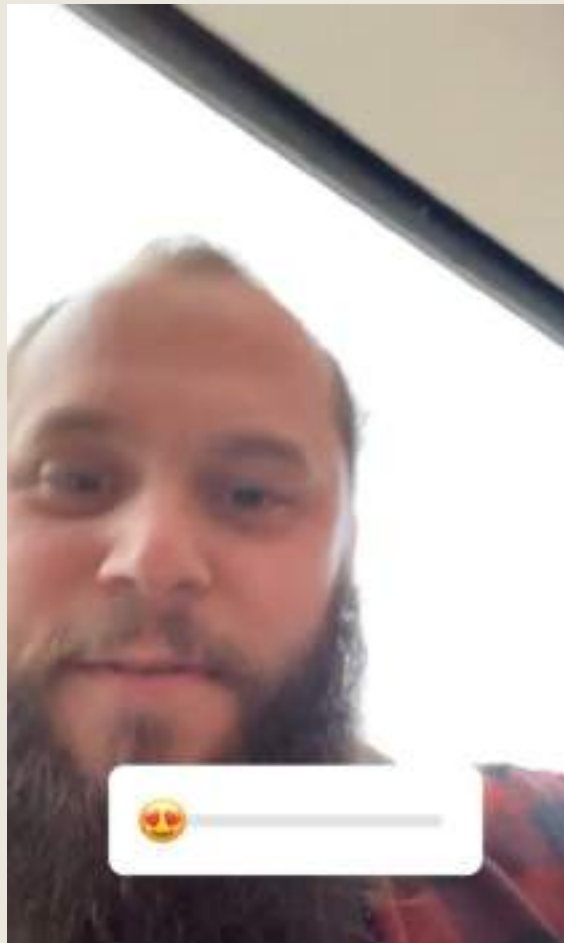
<https://www.lespitesdenoisette.fr/comment-deguster-le-jambon-iberique-dans-les-regles-de-lart/>

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



ALEMANIA

@bigmeatlove - Stories about masterclass



Date: 4 December 2020

Reach: 4.193

Clicked on @hampassiontour: 415

Impressions: 9.314

Website-Clicks: 14



Date: 12 December 2020

Reach: 4.073

Impressions: 4.248

Link-Klicks: 592 (Link to his
Blogarticle)

Clicked on @hampassiontour: 97

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



ALEMANIA

@bigmeatlove - Instagram Post

https://www.instagram.com/p/Clqa8bSn_o3/



Post-Date: 11 December 2020

Follower: 31.994

EN.-R.: 2,16 %

Reach: 7.900

Likes: 674

Comments: 29

Saves: 4

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



ALEMANIA

JAMON IBERICO - SPANIEN

Was ist das eigentlich? Jamon Iberico ist ein aus Spanien stammendes Fleisch aus der Schweinefleisch- und Fleischwarenindustrie. Es wird aus dem Schweinefleisch hergestellt und ist ein beliebtes Fleisch in Spanien. Es wird aus dem Schweinefleisch hergestellt und ist ein beliebtes Fleisch in Spanien.

- Ist ein Fleisch
- Ist ein Fleisch
- Ist ein Fleisch
- Ist ein Fleisch

WAS IST EIN CORTADO?

Ein Cortado ist ein Fleisch aus Spanien. Es wird aus dem Schweinefleisch hergestellt und ist ein beliebtes Fleisch in Spanien.

EIN PAAR FAKTEN ZUM THEMA

@bigmeatlove - Blogpost

www.bigmeatlove.de/jamon-iberico.html

Post-Date: 11 December 2020

Reach: 7.900

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



ALEMANIA

@kitcheridoo - Stories about masterclass



Date: 4 December 2020
Follower: 8.273
EN.-R.: 8,15 %
Reach: 233
Clicked on @hampassiontour: 10
Impressions: 234



https://www.instagram.com/p/ClqTJ_2F1UJ/

Post-Date: 11 December 2020
Follower: 8.273
EN.-R.: 8,15 %
Reach: 7.182
Likes: 575
Comments: 48

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



ALEMANIA

@kitcheridoo - Stories Part 2



Date: 11 December 2020
Reach: 263
Clicked on @hampassiontour: 10
Impressions: 265
Website-Clicks: 14

<https://www.instagram.com/reel/Ci8hUECoL0s/>

Post-Date: 18 December 2020
Likes: 269
Comments: 26



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



ALEMANIA



@kitcheridoo - Blogpost

<https://kitcheridoo.de/f/%E2%80%9Ejam%C3%B3n-ib%C3%A9rico%E2%80%9C-hier-trifft-tradition-auf-perfektion-und-genuss>

Post-Date: 11 December 2020

Reach: 107

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



ALEMANIA

@berlinfoodexplosion - Stories masterclass



Date: 4 December 2020
Follower: 7.880
EN.-R.: 4,07 %
Reach: 216
Impressions: 221

Date: 11 December 2020
Follower: 7.880
EN.-R.: 4,07 %
Reach: 371
Impressions: 386



https://www.instagram.com/p/ClqTJ_2F1UJ/

Post-Date: 11 December 2020
Follower: 7.880
EN.-R.: 8,15 %
Reach: 2.401
Likes: 253
Comments: 32
Saves: 6



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



ALEMANIA

@katrin_foodandbbq - Stories masterclass

Date: 4 December 2020
Reach: 6.566
Impressions: 6.898



<https://www.instagram.com/p/Cllcdo9B8LG/>

Post-Date: 9 December 2020
Follower: 13.132
EN.-R.: 5,62%
Reach: 4.451
Likes: 636
Comments: 113

2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



ALEMANIA



@cookingandbbq_with_tina - Instagram Post

https://www.instagram.com/p/Cliuc1pBs4y/?utm_source=ig_web_copy_link

Post-Date: 8 December 2020
Follower: 10.444
EN.-R.: 7 %
Reach: 3.025
Likes: 635
Comments: 115
Saves: 4



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



ALEMANIA



@cookingandbbq_with_tina - Instagram Post

https://www.instagram.com/p/Cl6J38vB15A/?utm_source=ig_web_copy_link

Post-Date:	17 December 2020
Follower:	10.444
EN.-R.:	7%
Reach:	2.985
Likes:	640
Comments:	99
Saves:	2



2.2. Eventos de prensa Convocatoria actos EEHH



ALEMANIA



@bastis_leckereien - Instagram

https://www.instagram.com/p/CJ6PSVuBZLk/?utm_source=ig_web_copy_link

Post-Date: 11 January 2021
Follower: 4.455
EN.-R.: 5.92 %
Reach Post: 1.852
Likes: 320
Comments: 26





2.2. Eventos de prensa

Viaje de prensa

Actividad SUSPENDIDA AÑO 3

No se realizará esta actividad tras la agenda presentada al MAPA en junio de 2020 debido al COVID-19.



<https://www.tagesspiegel.de/themen/genuss/100-gramm-kosten-30-euro-der-vermutlich-beste-schinken-der-welt/25493498.html>



RESULTADOS
45.300.000 impactos

* Los resultados mostrados reflejan las publicaciones obtenidas a raíz del Viaje de Prensa del Año 2 y que no se pudo integrar en el clipping del año 2 porque fue publicado más allá del 31-01-2020, fecha en la que cerramos la segunda anualidad de campaña.



3.1 Sitio web

Actividad realizada AÑO 3

Se han actualizado los siguientes apartados web en cada uno de los idiomas:

- Sección Somos Noticia (27/01/21)
- Festival Internacional de Cine de San Sebastián (15/10/20)
- Sección Prensa (15/10/20)
- Apartado Somos Noticia (15/10/20)
- Escuelas de hostelería (14/12/2020)

Se ha generado una nueva sección en cada uno de los idiomas:

- Degustación sensorial (15/10/2020)

RESULTADOS
97.454 impactos

3.1. Sitio web



SECCIÓN SOMOS NOTICIA
SITE EN ESPAÑOL:
<https://www.hampassiontour.eu/es/prensa/somos-noticia>



SECCIÓN SOMOS NOTICIA
SITE EN ALEMÁN:
<https://www.hampassiontour.eu/de/presse/wir-sind-die-nachricht>

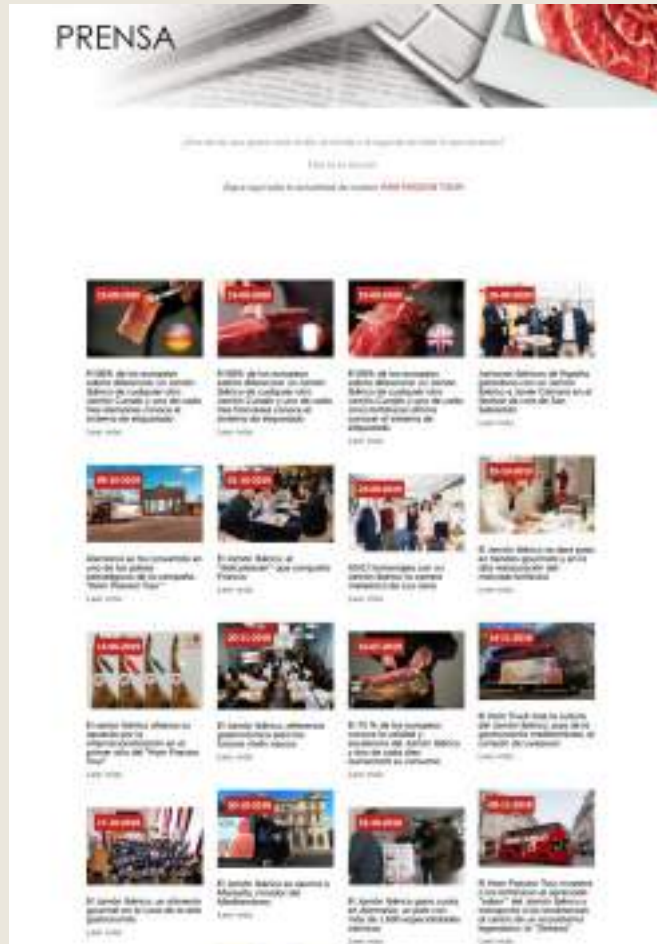


SECCIÓN SOMOS NOTICIA
SITE EN FRANCÉS:
<https://www.hampassiontour.eu/fr/presse/nous-sommes-les-nouvelles>



SECCIÓN SOMOS NOTICIA
SITE EN INGLÉS:
<https://www.hampassiontour.eu/en/press/we-are-the-news>

3.1. Sitio web



SECCIÓN PRENSA
SITE EN ESPAÑOL:
<https://www.hampassiontour.eu/es/prensa>

SECCIÓN FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN
SITE EN ESPAÑOL:
<https://www.hampassiontour.eu/es/hampassiontour/eventos/festival-de-san-sebasti%C3%A1n>



FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN 2020

EL ARTE DE NUESTRA GASTRONOMÍA, PATROCINADOR DEL SÉPTIMO ARTE

La Asociación Interprofesional del Cordero Ibérico (AICI) y la UE conmemoran la pasión por el cine y por vino, por sexto año consecutivo durante el Festival Internacional de Cine de San Sebastián, en un momento especialmente duro para la industria cinematográfica.

Una cita ineludible para los aficionados del séptimo arte y un marca inseparable para disfrutar al máximo siempre de una de las mejores obras de arte de nuestra gastronomía, el Cordero Ibérico.

Durante 9 días consecutivos, entre el 18 y 26 de septiembre, la pasión del Cordero Ibérico estará presente en San Sebastián a través del Ham Passion Tour, para vivir la cultura del mejor cine internacional y todas sus variedades, con la cultura y la tradición del Cordero Ibérico, la esencia de la gastronomía española y un producto gourmet apreciado en todas las regiones.

El sabor universal del Cordero Ibérico se podrá degustar de manera gratuita en el Estadio de Fútbol de San Sebastián. Un espacio exclusivo en el que el público podrá disfrutar con el deporte sustituido y el sabor rojo intenso de nuestra "carne" más representativa. Menú de platos con el arte del corte, y se informará de los valores diferenciados del producto.

También estaremos presentes en la Feria de Cine del Festival, donde los estudios del Cordero Ibérico se exhibirán en esta edición, se debatirá con su sabor y aroma de la mano de nuestros corraleros de primer nivel, que mostrarán la preparación del producto a ojos artísticos. Porque el arte y el espectáculo del Cordero Ibérico son todo un arte.

Además, el presidente de AICEI, Antonio Prieto, colaborará con el Cordero Ibérico a Javier Cámara, protagonista de "El chivito que se casó", la serie que estrenará en Dorematel. En esta ocasión colaborará con el Cordero Ibérico como José Comaral, Ricardo Dado o Luis Javis, ya que en esta edición, además de la feria mundial como Johnny Depp o Viggo Mortensen, han colaborado en esta feria gastronómica.

Todo ello, en feria que esta 68ª edición del Festival Internacional de Cine de San Sebastián y la pasión que lo vivimos en todo el mundo.



3.1. Sitio web

SECCIÓN ESCUELAS DE HOSTELERÍA
SITE EN ESPAÑOL:

<https://www.hampassiontour.eu/es/ham-passion-tour/escuelas-de-hosteler%C3%ADa>

SECCIÓN ESCUELAS DE HOSTELERÍA
SITE EN ALEMÁN:

<https://www.hampassiontour.eu/de/ham-passion-tour/kulinarische-schulen>

SECCIÓN ESCUELAS DE HOSTELERÍA
SITE EN FRANCÉS:

<https://www.hampassiontour.eu/fr/ham-passion-tour/ecoles-d-hotellerie>

SECCIÓN ESCUELAS DE HOSTELERÍA
SITE EN INGLÉS:

<https://www.hampassiontour.eu/en/ham-passion-tour/culinary-schools>





EL JAMÓN IBÉRICO, UN PLACER QUE SE DISFRUTA CON TODOS LOS SENTIDOS

Disfrutar del Jamón Ibérico es, sin duda, una **experiencia multisensorial**. Por eso queremos enseñarte todos los trucos para que puedas diferenciarlo y gozar de su **degustación** al máximo utilizando los **sentidos**.

Aquí aprenderás cómo realizar una **cata profesional de Jamón Ibérico** en tu casa, a través de **senecillos consejos**, basados en las enseñanzas de **profesionales expertos del SIPA** (Servicio de análisis e Innovación en Productos de origen Animal). ¿A qué esperas para emprender este **apasionante viaje a través de los sentidos**?



VISTA

La **VISTA** es el primero de los sentidos que entra en juego en una **degustación sensorial de Jamón Ibérico**. Con ella, apreciaremos la **apariencia exterior de la pieza**. Alzágado, estilizado y una capa muy fina son **aspectos visuales diferenciadores del Jamón Ibérico**.

A través de la vista también debemos fijarnos en la **grasa exterior que cubre la pieza**. Si posee una **textura amarillenta y se funde al tacto** con facilidad, entonces estamos ante un **Jamón Ibérico**.

Por último, hay otro matiz que no pasa desapercibido a nuestro vista: sus **flechones** aparecen dibujados por un **velado característico** y único del Jamón Ibérico. Unas **líneas brillantes y finas** venen blancas que contrastan perfectamente con el rojo intenso de la loncha y aportan ese **aroma, sabor e intensidad** tan exclusivos.



OLFATO

Trae la vista, toca haber del sentido del **olfato**. Con él apreciamos el **aroma**, uno de los aspectos del Jamón Ibérico más complejos de percibir, **pasa se capta tanto en la nariz como en la boca**. Si disfrutamos de un **aroma a curado, intenso, agradable y equilibrado**, estamos ante un **Jamón Ibérico**.

Un instante de **máximo disfrute** que da comienzo incluso antes de saborearlo, cuando empezamos a oler el Jamón Ibérico.

Un instante en la boca, un recuerdo eterno.



3.1. Sitio web



DER IBERICO-SCHINKEN IST EINE FREUDE, DIE MAN MIT ALLEN SINNEN GENIESSEN KANN

Der Genuss des **Berico-Schinkens** ist zweifellos eine **Erlebung für alle Sinne**. Deshalb möchten wir Ihnen die Tricks zeigen, damit Sie bei nächsten Besuch und die in jedem Fall mit allen Sinnen **verkosten und genießen** können.



SEHEN

SEHEN ist der erste Sinn, den Sie bei der **ästhetischen Verkostung von Berico-Schinken** in Spiel bringen. Mit dem Augen schauen Sie die **äußere Erscheinungsbild des Stücks** wahr. Länglich, schlank und mit einer sehr feinen **Textur**, die sich an optischen Merkmalen des **Berico-Schinkens**.

Mit dem Augen müssen wir uns auch für **äußere Fettschicht, die ein Stück **weich** erscheint**. Wenn es eine gelbliche Farbe hat und sich mit dem Finger leicht eindrücken lässt, haben wir einen **Berico-Schinken** vor uns.



RIECHEN

Nach dem Sehen gehen wir zum **Riechen** über. Mit der Nase erkennen wir das **Aroma** von einem der komplexesten und am besten **Schmecken**, die **schmeckt in der Nase wie im Mund **erwartet**** und **Wahr** ist ein **populäres, intensives, angenehmes und ausgewogenes Aroma** erleben, haben wir einen **Berico-Schinken** vor uns.

Ein Moment des **maximalen Genusses**, der sich sogar vor dem **Schmecken** beginnt, nämlich wenn wir den **Berico-Schinken** riechen.

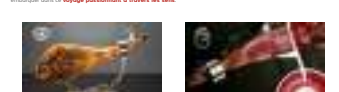


<https://www.hampassiontour.eu/de/geniessen-sie-die-leidenschaft/sensorische-verkostung>



LE JAMBON IBÉRIQUE, UN PLAISIR À SAVOURER AVEC TOUS LES SENS

La dégustation du **Jambon Ibérique** est sans doute toute une **expérience multisensorielle**. C'est pourquoi nous souhaitons vous montrer tous les secrets qui vous permettront de le déguster et de profiter pleinement de sa **savueur** en faisant attention à ses **sentiments**.



LA VUE

La **VUE** est le premier des sens entrés en jeu dans une **dégustation sensorielle de jambon Ibérique**. Elle vous permet d'apprécier l'**aspect extérieur de la pièce**. Allongé, élancé et une couche très fine sont des **aspect visuels caractéristiques** qui le **distinguent** et **font de un jambon Ibérique**.

En plus, il y a une autre nuance qui ne passe pas inaperçue à notre vue: les **flechones** sont dessinées par un **velado caractéristique** et unique du **Jambon Ibérique**. Des **lignes brillantes et fines** venant de blanc, contrastent parfaitement avec le rouge intense de la tranche et procurent une **savueur** qui est gage de sa **qualité** et de son **intérêt** exceptionnel.



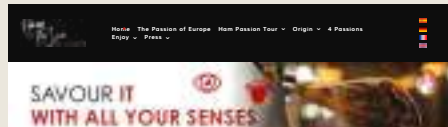
L'ODORAT

Après la vue, vient à l'**odorat**. C'est avec ce sens que nous apprécions l'**arôme**. C'est des aspects les plus complexes à percevoir du **Jambon Ibérique** et il est **capté à la fois par le nez et par la bouche**. Si **l'arôme nous est affiné, intense, agréable et équilibré**, nous le **Jambon** est **Ibérique**.

Un moment de **plaisir maximal** qui commence avant même la dégustation, au moment où l'on sent le **Jambon Ibérique**.

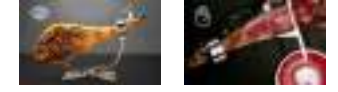


<https://www.hampassiontour.eu/fr/sentez-la-passion/dégustation-sensorielle>



IBERIAN HAM, A PLEASURE TO BE SAVOURED WITH THE SENSES

There is no doubt about it: savouring **Iberian Ham** is a **multisensory experience**. That's why we want to teach you all the tricks to help you recognise it and fully enjoy a **tasting** using your senses.



SIGHT

SIGHT is the first sense that comes into play during a **sensory tasting of Iberian Ham**. You use it to appreciate its **external appearance of the ham**. A long, slim shape and a fine coat are **visual features that distinguish Iberian Ham**.

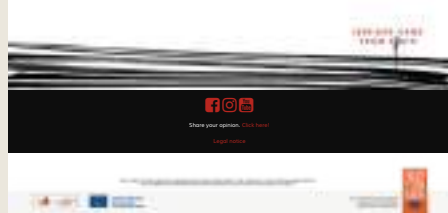
In fact, the characteristic **mapping of Iberian Ham** is responsible, for its **smooth, delicate texture**, thanks to the **finely interwoven fat**. In every slice that **exposes and melts in your mouth**.



SMELL

After sight and touch, it's time to talk about your sense of **smell**. You use it to appreciate the **aroma**, one of the aspects of Iberian Ham that is the most challenging to perceive, as it is **detected by both your nose and mouth**. If you discover it is **refined, intense, pleasant, and balanced aroma**, then it is **Iberian Ham**.

It's a moment of **utter enjoyment** that starts before you even taste it, and as soon as you begin to smell Iberian Ham, **a memory in your mouth, a memory that lasts forever**.



<https://www.hampassiontour.eu/en/enjoy-the-passion/sensory-tasting>



3.2 Medios sociales

Actividad realizada AÑO 3

- Definida estrategia online
- Mantenimiento perfil Facebook
- Mantenimiento perfil global Instagram
- Mantenimiento perfil Youtube
- Creados, planificados y publicados contenidos año 3: 124 posts
- 12 concursos Facebook e Instagram.
- Community Manager
- Realizados informes mensuales

ALCANCE

8.890.784 impactos
(orgánico + paid media)

3.2. Medios sociales



Información Ver todo

A 143 912 personas les gusta esto, incluido 3 de tus amigos

144 267 personas siguen esto

<https://www.hampassiontour.eu/>

Enviar mensaje

Cocina - Productos/Alimentos

Fotos Ver todo

Videos Ver todo

Ham Passion Tour EU
20 de enero a las 0:45

Pasión por sus matices. Pasión por sus texturas. Pasión por su sabor y su aroma. El Jamón, la PASIÓN de Europa. #HamPassionTour

Ham Passion THE PASSION OF EUROPE
IBERIAN HAM FROM SPAIN

Discover our passion now!

534 1 comentario 1 vez compartido

Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes

Escribe un comentario...

Para "toto" por parlor

Rafael Arda Rodríguez
Hay mucho jamón sin vender y hay que dejar sitio en los mercados para otra remesa.
Me gusta Responder 2 con

Ham Passion Tour EU
25 de enero a las 13:57

¿Habéis visto ya la deliciosa croqueta que ha preparado nuestro Chef Jam Esteve? Vale, no lo parece, pero ¡lo es! Y está para drapearse los dedos... (o la cuchara).

A true LOVER of Iberian Ham doesn't cut...

119 3707 reproducciones · hace 2 años

Perfil FACEBOOK:

<https://www.facebook.com/HamPassionTourEU>



Ham Passion THE PASSION OF EUROPE
IBERIAN HAM FROM SPAIN

Montana

GOURMET CULTURE

IBERIAN HAM FROM SPAIN

PLAY THE PLATE

PRESERVATION

A LOVER OF Ham

WE WANT TO KNOW YOUR OPINION!

Perfil INSTAGRAM

<https://www.instagram.com/hampassiontour/>

3.2. Medios sociales



The screenshot shows the YouTube channel page for 'Ham Passion Tour EU'. At the top, there is a banner image with the text 'Ham. THE Passion OF EUROPE' and 'IBERIAN HAM FROM SPAIN'. Below the banner, the channel name 'Ham Passion Tour EU' is displayed with '54 suscriptores'. The navigation menu includes 'INICIO', 'VIDEOS', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'CANALES', 'MÁS INFORMACIÓN', and a search icon. The main content area features a video titled 'El Jamón, la pasión de Europa' with a thumbnail showing a man eating ham. Below the video, there is a section for 'Listas de reproducción creadas' (Created Playlists) with four entries: 'Ham Passion Tour - English' (25 videos), 'Ham Passion Tour - Français' (25 videos), 'Ham Passion Tour - Deutsch' (27 videos), and 'Ham Passion Tour - Español' (26 videos).

Perfil YOUTUBE

https://www.youtube.com/channel/UCy_Ip-b81Ht-Sx4BlefZPng



4.4 Publicidad Online Redes Sociales

Actividad realizada AÑO 3

- Campaña de refuerzo de la inversión en reproducciones de video tras la adenda presentada al MAPA debido al COVID-19
- Realizada campaña captación nuevos fans.
- Realizada campaña engagement promocionando 118 posts.
- On air desde 08/08/18

REFUERZO Año 3:

Facebook vídeo Ads: 6.191.030 impresiones

RESULTADOS Año 3:

- Fans: 52.078
- Visualizaciones vídeo: 1.278.945
- Engagement: 311.679
- Reach: 8.890.784 (orgánico + paid)

PAÍS	OBJETIVO	REPRODUCCIONES	ALCANZADO	IMPRESIONES	REACCIONES	CLICS	CTR
ESPAÑA	3.250.000	3.259.748	100,30%	4.313.690	377	5.558	0,13%
FRANCIA	645.000	693.588	107,53%	709.410	1	23	0,00%
ALEMANIA	385.000	393.209	102,13%	435.287	8	113	0,03%
REINO UNIDO	560.000	696.521	124,38%	732.643	4	87	0,01%



4.4 Publicidad Online TV on demand

Actividad realizada AÑO 3

- Nueva actividad en programa tras la adenda presentada al MAPA en junio de 2020 debido al COVID-19.
- Aprobada y realizada campaña TV on demand



RESULTADOS Año 3:

Mitele

507.828 impresiones

Movistar+

18.099.945 contactos e impresiones

4.4 Publicidad Online

TV on demand

TV ON DEMAND



PERIODO

9 nov. – 6 dic.

IMPRESIONES ESTIMADAS

500.000

IMPRESIONES SERVIDAS

507.828

CLICS

1.222

CRT

0,24%

+7.828
impresiones
(1,56%)

* En este caso, no podemos dar datos de crt óptimo

4.4 Publicidad Online

TV on demand

TV ON DEMAND

movistar+ Spot 20"



PERIODO

9 nov. – 22 nov.

SPOT DIRECTO: 600 pases

- **CONTACTOS ESTIMADOS:** 5.800.000
- **CONTACTOS ALCANZADOS:** 5.768.845

SPOT ON DEMAND

- **IMPRESIONES ESTIMADAS:** 560.000
- **IMPRESIONES SERVIDAS:** 600.205

BANNER

- **IMPRESIONES ESTIMADAS:** 12.000.000
- **IMPRESIONES SERVIDAS:** 11.721.783
- **CLICS:** 9.112
- **CTR:** 0,08%

** En este caso, no podemos dar datos de crt óptimo*

4.4 Publicidad Online

TV on demand

RESUMEN Y RESULTADOS CAMPAÑA TV ON DEMAND

SOPORTE	PAÍS	FORMATO	PERIODO CAMPAÑA	Previstos		Alcanzados							SERVIDO
				KPI	#KPI	SPOTS	CONTACTOS	IMPRESIONES	CLICS	CTR	VEIEWS	VTR 100%	
MITELE	España	Pre-Roll	9 nov - 6 dic	Impresiones	500.000			507.828	1.222	0,24%	491.674	96,8%	102%
MOVISTAR+	España	Spot Directo	Del 9 al 15 de Noviembre	Spots	600	600							100%
				Contactos Estimados	5.800.000		5.768.845						99%
		Spot On Demand	Del 16 al 22 de Noviembre	Impresiones	560.000			600.205					107%
		Banner		Impresiones	12.000.000			11.721.783	9.112	0,08%			98%
TOTAL					18.860.600	600	5.768.845	12.829.816	10.334	0,08%	491.674	3,8%	



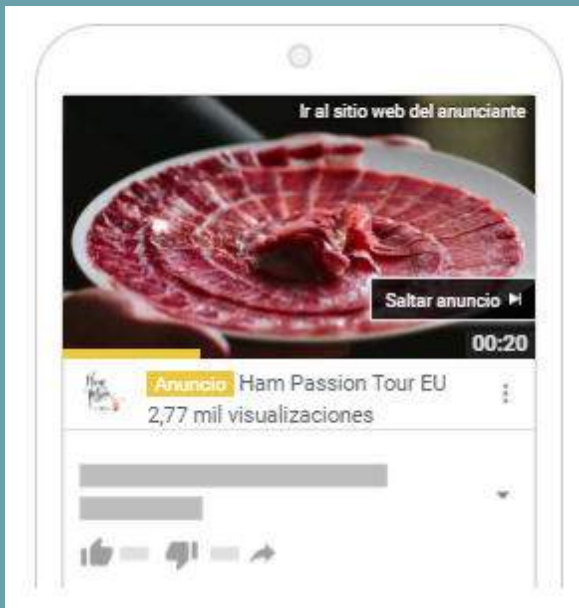
4.4 Publicidad Online Campaña YouTube

Actividad realizada AÑO 3

- Nueva actividad en programa tras la adenda presentada al MAPA en junio de 2020 debido al COVID-19.

Realizada la campaña en Youtube:

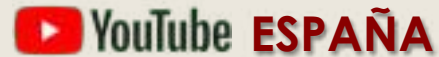
- True View Pre Roll 20" (no saltable)
- True View Pre Roll 30" (saltable)



RESULTADOS Año 3:
YouTube
4.273.744

4.4 Publicidad Online

Campaña YouTube



PREROLL TRUEVIEW IN STREAM 20"+30"



PERIODO

11 nov. – 13dic.

True View Pre Roll 30"

- **VIEWS ESTIMADAS:** 190.000
- **VIEWS SERVIDAS:** 200.209
- **CLICS:** 349
- **CTR:** 0,09%

<https://youtu.be/bBSXxVI8TU4>

+10.209
views
(5,37%)

True View Pre Roll 20"

- **IMPRESIONES ESTIMADAS:** 300.000
- **IMPRESIONES SERVIDAS:** 321.506
- **CLICS:** 348
- **CTR:** 0,11%

<https://youtu.be/zU-lzMwaxYw>

+21.506
impresiones
(7,16%)

** En este caso, no podemos dar datos de crt óptimo*

4.4 Publicidad Online

Campaña YouTube



YouTube ALEMANIA

PREROLL TRUEVIEW IN STREAM 20"+30"



PERIODO

16 nov. – 20dic

True View Pre Roll 30"

- **VIEWS CONTRATADAS:** 190.000
- **VIEWS ALCANZADAS:** .194.103
- **CLICS:** 143
- **CTR:** 0,03%

+4.103
views
(2,15%)

<https://youtu.be/m6-YH-EIJRI>

True View Pre Roll 20"

- **IMPRESIONES CONTRATADAS:** 300.000
- **IMPRESIONES ALCANZADAS:** 301.411
- **CLICS:** 85
- **CTR:** 0,03%

+1.411
impresiones
(0,47%)

<https://youtu.be/OTLQ600YxhM>

** En este caso, no podemos dar datos de crt óptimo*

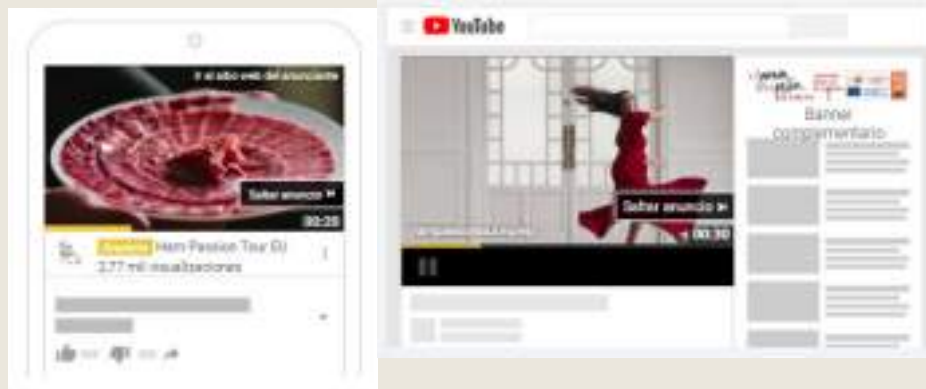
4.4 Publicidad Online

Campaña YouTube



 **YouTube FRANCIA**

PREROLL TRUEVIEW IN STREAM 20"+30"



PERIODO

16 nov. – 20-22dic.

True View Pre Roll 30"

- **VIEWS ESTIMADAS:** 190.000
- **VIEWS SERVIDAS:** 198.436
- **CLICS:** 196
- **CTR:** 0,05%

https://youtu.be/267qb_WxXKw

+8.436
views
(4,44%)

True View Pre Roll 20"

- **IMPRESIONES ESTIMADAS:** 300.000
- **IMPRESIONES SERVIDAS:** 302.981
- **CLICS:** 137
- **CTR:** 0,05%

<https://youtu.be/QP8Nq6mk1I4>

+2.981
impresiones
(0,99%)

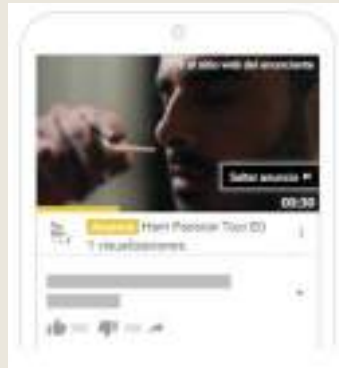
** En este caso, no podemos dar datos de crt óptimo*

4.4 Publicidad Online

Campaña YouTube



PREROLL TRUEVIEW IN STREAM 20"+30"



PERIODO

23 nov. – 27 dic.

True View Pre Roll 30"

- **VIEWS ESTIMADAS:** 190.000
- **VIEWS SERVIDAS:** 204.062
- **CLICS:** 43
- **CTR:** 0,01%

+14.062
views
(7,4%)

https://youtu.be/D1LR31am_Cc

True View Pre Roll 20"

- **IMPRESIONES ESTIMADAS:** 300.000
- **IMPRESIONES SERVIDAS:** 311.108
- **CLICS:** 30
- **CTR:** 0,01%

+11.108
impresiones
(3,7%)

<https://youtu.be/2GI7-7HR6k8>

* En este caso, no podemos dar datos de crt óptimo

4.4 Publicidad Online

Campaña YouTube



RESUMEN Y RESULTADOS CAMPAÑA YOUTUBE

SOPORTE	PAÍS	FORMATO	PERIODO CAMPAÑA	Previstos		Alcanzados					SERVIDO	
				KPI	#KPI	IMPRESIONES	CLICS	CTR	VEWS	VTR 100%		
YOUTUBE	Alemania	True View Pre-Roll	16 nov-20 dic	Views	190.000	448.862	143	0,03%	194.103	43,5%	102%	
		True View Pre-Roll		Impresiones	300.000	301.411	85	0,03%	140.171	46,8%	100%	
	Francia	True View Pre-Roll	16 nov-20-dic	Views	190.000	400.389	196	0,05%	198.436	50,0%	104%	
		True View Pre-Roll	16 nov-22dic	Impresiones	300.000	302.981	137	0,05%	150.076	49,9%	101%	
	UK	True View Pre-Roll	23 nov-27 dic	Views	190.000	391.326	43	0,01%	204.062	52,8%	107%	
		True View Pre-Roll		Impresiones	300.000	311.108	30	0,01%	165.270	53,6%	104%	
	España	True View Pre-Roll	11 nov-15 dic	Views	190.000	374.400	349	0,09%	200.209	53,9%	105%	
		True View Pre-Roll		Impresiones	300.000	321.506	348	0,11%	169.434	53,0%	107%	
					TOTAL	1.960.000	2.851.983	1.331	0,05%	1.421.761	49,9%	



4.4 Publicidad Online

Brand day / week

Actividad realizada AÑO 3

- Nueva actividad en programa tras la adenda presentada al MAPA en junio de 2020 debido al COVID-19.

Realizada la campaña:

- Brand week en **El Comidista**
- Brand day en **Marca**

RESULTADOS Año 3:

El Comidista

2.299.824 impresiones

Marca

9.848.050 impresiones

4.4 Publicidad Online

Brand day / week

BRAND WEEK



PERIODO

16 nov. – 22 nov.

IMPRESIONES ESTIMADAS

1.500.000

IMPRESIONES SERVIDAS

2.299.824

CLICS

9.286

CRT

0,40%

+799.824
impresiones
(53,3%)

* El CTR óptimo es de 0,10%

4.4 Publicidad Online Brand day / week

BRAND WEEK



Mobile



4.4 Publicidad Online

Brand day / week

BRAND DAY **MARCA**



PERIODO

16 nov.

IMPRESIONES ESTIMADAS

3.500.000

IMPRESIONES SERVIDAS

9.848.050

CLICS

24.938

CRT

0,25%

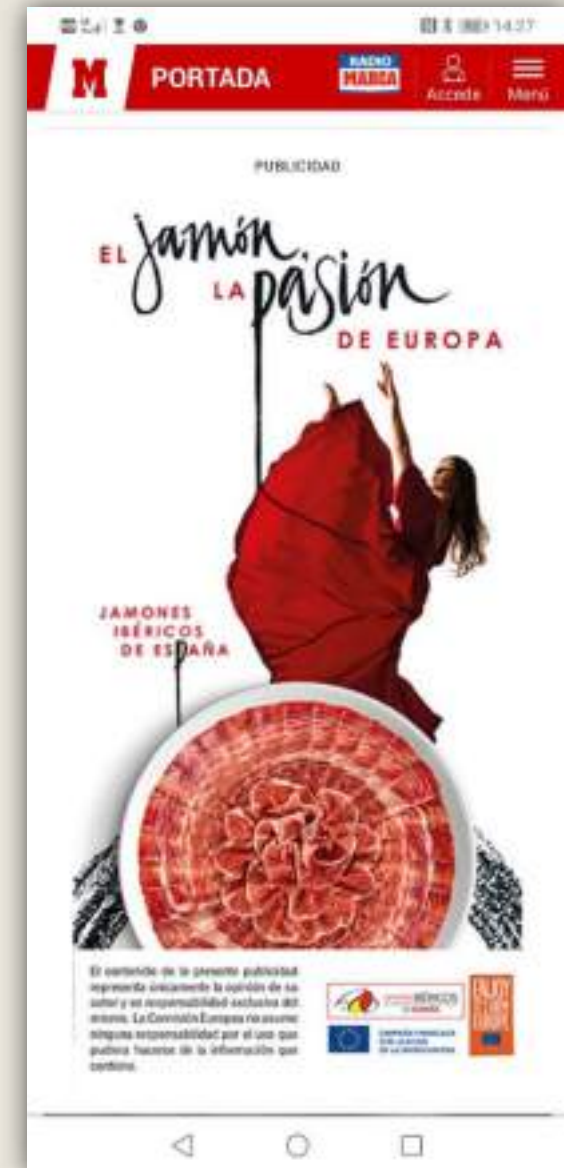
+6.348.050
impresiones
(181,3%)

* El CTR óptimo es de 0,15%

4.4 Publicidad Online Brand day / week

BRAND DAY **MARCA**

Mobile



4.4 Publicidad Online

Brand day / week



RESUMEN Y RESULTADOS CAMPAÑA BRAND WEEK/DAY

SOPORTE	PAÍS	FORMATO	PERIODO CAMPAÑA	KPI	#KPI	Previstos		Alcanzados			
						IMPRESIONES	CLICS	CTR	VIEWS	VTR 100%	SERVIDO
EL COMIDISTA	España	Brand Week	16 - 22 nov	Impresiones	1.500.000	2.299.824	9.286	0,40%	-	-	153%
MARCA	España	Brand Day	16-nov	Impresiones	3.500.000	9.848.050	24.938	0,25%	-	-	281%
TOTAL					5.000.000	12.147.874	34.224	0,28%	0	0,0%	



4.5 Campaña Exterior

Actividad realizada AÑO 3

Tras la adenda presentada al MAPA en junio de 2020 debido al COVID-19, se ha llevado a cabo la campaña de publicidad exterior en:

- España: Door media / alarms en grandes superficies
- Francia: Campaña de Paris Move
- Alemania: Tranvías en Berlín
- Reino Unido: se modificó el cambio de autobuses de Londres aprobado por campaña en estaciones de tren, aprobado por MAPA el día 16/12/20

RESULTADOS Año 3:
123.530.359 contactos

4.5 Campaña Exterior

ESPAÑA

PUNTO DE VENTA 

Periodo: Del 11 al 24 noviembre

Formato: Door Media

Nº centro: 18

Nº soportes: 68

Contactos alcanzados: 3.888.000



4.5 Campaña Exterior

ESPAÑA

PUNTO DE VENTA Carrefour 

Periodo: Del 11 al 24 noviembre

Formato: Alarmas

Nº centro: 180

Nº soportes: 1.480

Contactos alcanzados: 19.440.000



4.5 Campaña Exterior

ESPAÑA

PUNTO DE VENTA



Periodo: Del 11 al 24 noviembre

Formato: Alarmas

Nº centro: 53

Nº soportes: 203

Contactos alcanzados: 4.771.761



4.5 Campaña Exterior

ESPAÑA

PUNTO DE VENTA



Periodo: Del 11 al 24 noviembre

Formato: Alarmas

Nº centro: 64

Nº soportes: 183

Contactos alcanzados: 2.196.500



4.5 Campaña Exterior

ALEMANIA

Ciudad: Berlín

Soporte: 2 Tranvías vinilados

Periodo: del 15 noviembre al 14 de Diciembre 2020

Contactos alcanzados: 5.000.000



4.5 Campaña Exterior

FRANCIA

Ciudad: París

Soporte: 100 paneles de 8m2

Periodo: del 16 al 22 de noviembre

Contactos alcanzados: 28.700.000



4.5 Campaña Exterior

REINO UNIDO

Ciudad: Londres

Soporte: (sustituye a la acción prevista en autobuses)

- 140 mupis digitales, con video de 5"
- 17 pantallas de gran formato con video 20"

Periodo: del 28 diciembre al 3 enero

Contactos alcanzados: 59.259.859

Nota: Conseguimos sin cargo la ampliación de la campaña de las 17 pantallas de gran formato del 3 al 10 de Enero.



4.5 Campaña Exterior

RESUMEN CAMPAÑA EXTERIOR

PAÍS	CIUDAD	SOPORTE	N ^a SOPORTES	PERIODO	CONTACTOS ALCANZADOS
ESPAÑA	Varias	Door Media y Alarmas	1.934	11 al 24 noviembre (2 Semanas)	30.570.500
ALEMANIA	Berlín	Tranvías	2	15 nov.- 14 dic (4 Semanas)	5.000.000
FRANCIA	París	Paris Move	100	16 al 22 noviembre (1 Semana)	28.700.000
UK	Londres	Mupis Digitales SOV 15% Vídeo 5"	140	28 dic. - 3 enero (1 Semana)	59.259.859
		Pantallas Motion gran formato SOV 20% Vídeo 20"	17	28 dic. - 10 enero (2 Semanas)	
TOTAL			2.193		123.530.359

5.1 Artículos de promoción

Actividad realizada AÑO 3

110 unid kits de prensa (36 por país)
compuestos por:

- Folleto – Carpeta – USB – Obsequio – 3 blíster Jamón

40 unid kit concurso online (10 por país)
compuestos por:

- Folleto – bolsa – obsequio – 3 blister Jamón

520 unid kit escuelas hostelería (130 por país)
compuestos por:

- 120 unid.: Sales folder – display – USB – 6 folletos – 6 blister Jamón
- 400 unid.: Folleto – obsequio – blister Jamón



Caja maletín
Carpeta
Folletos
Sales Folder

Blísters
USB
Obsequio pinza



5.2 Vídeos promocionales

Actividad realizada AÑO 3

- Renovación derechos.
- Adaptación del spot a formatos 30" y 20".

Nueva actividad año 3:

- Locución y nuevas versiones 30" y 20" para campaña en YouTube



Vídeo genérico inglés

https://youtu.be/qtXVza_p-Z0_Z



Vídeo genérico francés

<https://youtu.be/3Ib3dAHkixg>



Vídeo genérico español

<https://youtu.be/ZIUDvDEAwg>



Vídeo genérico alemán

<https://youtu.be/JR5KQawPANA>



Vídeo El Arte del Corte inglés

<https://youtu.be/57cnYPDgPCo>



Vídeo El Arte del Corte francés

<https://youtu.be/39L-Y0Fnab0>



Vídeo El Arte del Corte español

<https://youtu.be/RUBk5xCn2IM>



Vídeo El Arte del Corte alemán

<https://youtu.be/L30GN5C9zRg>



5.2 Vídeos promocionales



Vídeo foodie inglés

<https://youtu.be/kWC-XwMHTys>



Vídeo foodie francés

<https://youtu.be/VOGthJ59X0s>



Vídeo foodie español

<https://youtu.be/bzI7dkgDDLk>



Vídeo foodie alemán

https://youtu.be/_WnX9EED8nY



Vídeo sensorial a inglés

https://youtu.be/_w21oSNLYiw



Vídeo sensorial a francés

<https://youtu.be/H9zTKszYvSE>



Vídeo sensorial a español

<https://youtu.be/IRABQdz8308>



Vídeo sensorial a alemán

<https://youtu.be/5kFH71TBfew>



5.2 Vídeos promocionales



Vídeo sensorial b inglés
<https://youtu.be/IKRNbCkEvPc>



Vídeo sensorial b francés
https://youtu.be/vivJx7V_qSk



Vídeo sensorial b español
<https://youtu.be/SLOLkdOulAE>



Vídeo sensorial b alemán
<https://youtu.be/YiHWRZTKuKY>



Vídeo sensorial c inglés
<https://youtu.be/YaQMSOujWh0>



Vídeo sensorial c francés
<https://youtu.be/etKNgeua9gg>



Vídeo sensorial c español
<https://youtu.be/oP2AdZMaEDA>



Vídeo sensorial c alemán
<https://youtu.be/vt-2K9686gI>



5.2 Vídeos promocionales



Vídeo proceso producción inglés
<https://youtu.be/l37lNnjbkUU>



Vídeo proceso producción francés
<https://youtu.be/25cKnKjHcZY>



Vídeo proceso producción español
<https://youtu.be/Y99zJEPmS4o>



Vídeo proceso producción alemán
<https://youtu.be/SlsSpwsgOKM>



ESPAÑOL
<https://youtu.be/bBSXxVI8TU4>
FRANCÉS
https://youtu.be/267qb_WxXkw
INGLÉS
https://youtu.be/D1LR31am_Cc
ALEMÁN
<https://youtu.be/m6-YH-EIJRI>



ESPAÑOL
<https://youtu.be/zU-lzMwaxYw>
FRANCÉS
<https://youtu.be/OP8Ng6mk1I4>
INGLÉS
<https://youtu.be/2GI7-7HR6k8>
ALEMÁN
<https://youtu.be/0TLO600YxtM>



6.2 Escuelas de hostelería

Actividad realizada AÑO 3

Se han realizado las Master Class en streaming y con entornos de realidad virtual en los siguientes países:

- FR,DE,UK: aprobado por MAPA el día 19/11/20
- En España se ha realizado la Master class extendida (streaming + presencial + conexión con otras 4 escuelas) aprobada por MAPA el día 16/12/20
- Grabación en streaming de cada una de las master class y disponibles en el perfil de Youtube.

RESULTADOS Año 3:

120 profesores

540 alumnos

6.2 Escuelas de Hostelería



Calendario de Master Class en Escuelas de Hostelería

Noviembre	Noviembre	Noviembre	Diciembre	Diciembre
M	X	J	V	L
24	25	26	4	21
<i>Ensayo en plató para la master class en streaming del 25 y 26 de noviembre</i>	<i>Master Class en streaming para University of West London, Londres</i>	<i>Master Class en streaming para Lycée Jean Drouant y Belliard Culinary School, Paris</i>	<i>Master Class en streaming en la Brillat Savarin Schule, Berlín</i>	<i>Master Class en la Escuela de Hostelería de Mérida y retrasmisión en las escuelas hostelería de Cáceres, Badajoz y Orellana</i>

6.2 Escuelas de Hostelería



- ❖ 25 de Noviembre
- ❖ University of West London
- ❖ Master Class

Objetivo: A raíz del Covid-19, no pudimos desarrollar esta actividad de manera presencial. Para no alterar la dinámica del programa, manteniendo el alcance y la calidad de esta actividad, llevamos a cabo la master class de manera virtual: en streaming y con entornos de realidad virtual.

ESTRUCTURA DE LA MASTER CLASS

Formación de producto

- Presentación ASICI y Campaña Europea
- Producto y proceso de producción
- Presentación videos de campaña
- Identificación, etiquetado, categorías y APP Ibérico.

Formación del arte del corte

- Curso de corte profesional
- Curso de emplatado profesional



Intervención del director de la University of West London, James Edmund

6.2 Escuelas de Hostelería



- ❖ 26 de Noviembre
- ❖ Lycée Jean Drouant
- ❖ Masterclass

Objetivo: A raíz del Covid-19, no pudimos desarrollar esta actividad de manera presencial. Para no alterar la dinámica del programa, manteniendo el alcance y la calidad de esta actividad, llevamos a cabo la master class de manera virtual: en streaming y con entornos de realidad virtual.

Mejora: La master class fue retransmitida también en la escuela Belliard Culinary School de París.

ESTRUCTURA DE LA MASTER CLASS

Formación de producto

- Presentación ASICI y Campaña Europea
- Producto y proceso de producción
- Presentación videos de campaña
- Identificación, etiquetado, categorías y APP Ibérico.

Formación del arte del corte

- Curso de corte profesional
- Curso de emplatado profesional



6.2 Escuelas de Hostelería



- ❖ 4 de Diciembre
- ❖ Brillat-Savarin-Schule
- ❖ Masterclass

Objetivo: A raíz del Covid-19, no pudimos desarrollar esta actividad de manera presencial. Para no alterar la dinámica del programa, manteniendo el alcance y la calidad de esta actividad, llevamos a cabo la master class de manera virtual: en streaming y con entornos de realidad virtual.

ESTRUCTURA DE LA MASTER CLASS

Formación de producto

- Presentación ASICI y Campaña Europea
- Producto y proceso de producción
- Presentación videos de campaña
- Identificación, etiquetado, categorías y APP Ibérico.

Formación del arte del corte

- Curso de corte profesional
- Curso de emplatado profesional



6.2 Escuelas de Hostelería

- ❖ 21 de Diciembre
- ❖ Escuela Superior de Hostelería y Agroturismo de Extremadura
- ❖ Curso de Formación Intensivo



Objetivo: A raíz del Covid-19, adaptamos la formación para cumplir con los protocolos sanitarios. Para no alterar la dinámica del programa, manteniendo el alcance y la calidad de esta actividad, llevamos a cabo la master class de manera presencial y virtual: en streaming y con entornos de realidad virtual.

Mejora: Este curso se retransmitió vía streaming para las **escuelas de hostelería de Cáceres, Badajoz y Orellana**, apoyado por un maestro cortador, producto y materiales de campaña presente en cada una de ellas.

ESTRUCTURA DE LA MASTER CLASS

Formación de producto

- Presentación ASICI y Campaña Europea
- Producto y proceso de producción
- Presentación videos de campaña
- Identificación, etiquetado, categorías y APP Ibérico.

Formación del arte del corte

- Curso de corte profesional
- Curso de emplatado profesional

Degustación sensorial

Showcooking



6.2 Escuelas de Hostelería

MASTERCLASS EN STREAMING



- ❖ 25 de Noviembre
- ❖ University of West London
- ❖ Master Class



- ❖ 26 de noviembre
- ❖ Lycée Jean Drouant
- ❖ Master Class



- ❖ 4 de diciembre
- ❖ Brillat-Savarin-Schule
- ❖ Master Class



- ❖ 21 de diciembre
- ❖ Escuela Superior de Hostelería y Agroturismo de Extremadura
- ❖ Master Class



<https://youtu.be/fy1JoX-8oM>



<https://youtu.be/w6gGkA2gcfk>



<https://youtu.be/KEjn-4i85gQ>



<https://youtu.be/pHyJ27NfrEA>



6.4 Sponsorización de eventos

Festival de San Sebastián

Actividad realizada AÑO 3:

Nueva actividad en programa tras la adenda aprobada por MAPA debido a las consecuencias del COVID-19.

Prestaciones más destacadas:

- 2 córner para la cena de clausura
- Stand en el boulevard
- Welcome Pack para celebrities
- Acción especial: Entrega de 1 Jamón Ibérico a una personalidad
- Difusión de spot en pantallas del Festival
- ½ a color en uno de los números del Diario Oficial del Festival.
- Logotipado en distintos soportes utilizados por la organización

RESULTADOS Año 3:

Integrados en la actividad
*2.1 Actividad permanente
de Relaciones Públicas*

6.4 Sponsorización de eventos Festival de San Sebastián



ESTRUCTURA DEL PATROCINIO

- **Media página a color** en uno de los números del Diario Oficial del Festival, una tirada aproximada de 8.000 ejemplares diarios
- **Difusión de un spot publicitario** en el Canal Oficial del Festival (Telefestival),
- **Logotipado en distintos soportes**
- **Welcome pack** en el hotel Maria Cristina para 60 invitados del Festival.
- **Acción especial:** entrega de producto a Javier Cámara
- **2 Puntos de corte con un stand en el Boulevar en frente del Ayuntamiento de San Sebastián**
 - Desde el viernes 18 de septiembre hasta el sábado 26 de septiembre.
 - Entrega de bolsas promocionales de campaña a los participantes: misma creatividad que el Welcome Pack.
 - Entrega de folletos de campaña a los participantes.
- **Fiesta de Clausura en el Hotel Maria Cristina**
 - Sábado 26 de septiembre.
 - 2 cenas privadas con los premiados del festival (60px cada una)
 - Se dispuso de dos corners que incluían dos puntos de corte.
 - Se les entregó un obsequio a los invitados (120px) con la imagen de campaña: mismo contenido que el Welcome Pack.

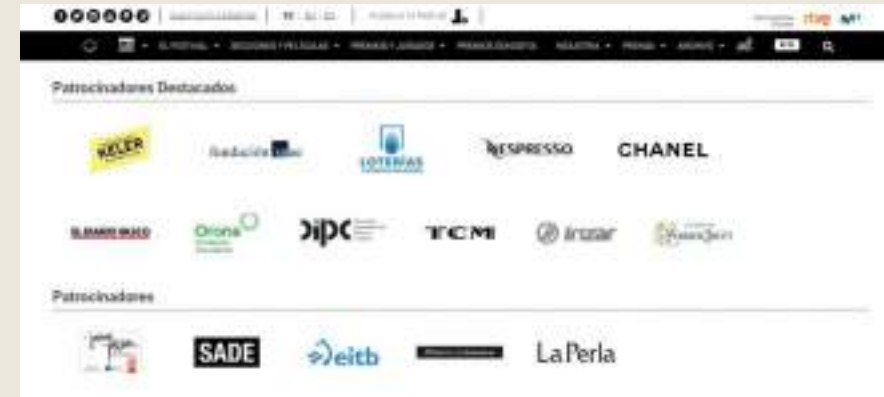
6.2 Sponsorización de eventos Festival de San Sebastián

Stand
Exterior



6.2 Sponsorización de eventos Festival de San Sebastián

Logotipo
Web



Agradecimiento patrocinadores

Logotipo
Publicación



Guía Película a Película

6.2 Sponsorización de eventos Festival de San Sebastián

Logotipo
Valla



Agradecimiento a Patrocinadores

Logotipo
Pantallas



Sinfín Audiovisual Ruedas de Prensa

6.2 Sponsorización de eventos Festival de San Sebastián

Logotipo
Displays



Agradecimientos Patrocinadores



Publicidad
Spot



Telefestival

6.2 Sponsorización de eventos Festival de San Sebastián

Publicidad
Publicación

The image shows a page from the newspaper 'El País' with the date '10' and the word 'ESPRESSO' in the top right corner. The main article is titled 'Un sabroso bocado de cine gastronómico'. The article text is partially visible on the left and right sides of the page. In the center, there is a photograph of a chef in a kitchen and a red book titled 'COCINA'. Below the article, there is a large advertisement for 'El Jamón LA pasión DE EUROPA'. The advertisement features a large image of a ham and a woman in a red dress. The text in the advertisement includes 'El Jamón LA pasión DE EUROPA', 'Países por los TERTULIA, los SERENA y los MATEOS', 'Países por los CULTURA, que se come hasta los ANOS', and 'Países por los SASON, que hasta sea el más sano'. At the bottom of the advertisement, there are logos for 'JAMONES IBERICOS DE ESPAÑA' and 'EUROPEAN UNION'.

Festival de San Sebastián – Pool de imágenes





7.1 Puntos de Venta: Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica

Actividad realizada AÑO 3

ALEMANIA: Asociación Deuche Fleischer – Verbans

- 1 Publiirreportaje
- 2 Banners y 1 megabaner

FRANCIA: Confederation Nationale des Charcutiers – Traiteurs et Traiteurs

- Post RRSS
- 1 Publiirreportaje

REINO UNIDO: National Federation of Meat & Food Traders

- 1 Publiirreportaje
- 1 Inserción

ESPAÑA: Cedecarne/Carnimad

- Banners
- Post RRSS
- Acción en 500 carnicerías/charcuterías

RESULTADOS Año 3:
222.361 impactos
profesionales

7.1 Puntos de Venta: Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica

1
6
3



CARNIMAD – Revista “la Carne”

Periodicidad: Trimestral
Fecha portada: Diciembre
Formato: Página Publireportaje
Nº inserciones: 1
Contactos: 5.000 ejemplares



EL "ESculpido", PASO A PASO

Los jamones ibéricos son piezas únicas y son desfiladas en su maduración dentro de una cuidadosa casaca que protege y guía. Se ven, se escuchan y se huelen. Se disfrutan en el momento oportuno. Se acompañan en cualquier momento. Se disfrutan en cualquier momento. Se disfrutan en cualquier momento.

EL SECTOR IBÉRICO MUESTRA SU APOYO INCONDICIONAL AL COLECTIVO DE CHARCUTEROS Y CARNICEROS

Los Interprofesionales del Cerdo Ibérico (IACI) contamos con la Confederación Española de屠夫 de la Carne (Carniceros) para poner en marcha el programa de promoción de productos de proximidad y carácter ibérico.

El sector ibérico se ha puesto en marcha una serie de acciones representativas en 2018 orientadas a promover y sustituir de todo punto la oferta de información, promoción y venta entre los clientes, con el objetivo de fortalecer y mejorar los canales de comercialización en estos mercados. Este canal de comercialización, uno de los más importantes para la producción ibérica, aglutina a 34.000 establecimientos y a más de 40.000 profesionales en todos los geografías nacionales.

Acordamos de colaboración como una serie de acciones para mejorar la difusión y el conocimiento por el consumidor. Entre ellas, se lleva a cabo una campaña de difusión de este tipo, donde el sector ibérico tiene puesto muchos ejemplares. Este tipo de acción, donde se muestra al consumidor los productos ibéricos por el consumo de los productos.

¡Compartiendo la nuestra, lo que nos une. ¡Dale! ¡Resúndala!

7.1 Puntos de Venta: Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica

164



CARNIMAD - Newsletter

PERIODO

29 noviembre 2020



SOCIOS

PORCENTAJE DE APERTURA
21,70%
CLICS EN ENLACES
3,20,10%

ENTREGAS EXITOSAS
1.234

SUSCRIPTORES

PORCENTAJE DE APERTURA
27,90%
CLICS EN ENLACES
6,70%

ENTREGAS EXITOSAS
179

7.1 Puntos de Venta: Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica

1
6
5



CARNIMAD - Instagram



PERIODO
16 diciembre 2020

IMPRESIONES
533

ALCANCE
481

LIKES
32

INTERACCIONES
34

CARNIMAD - Facebook



PERIODO
16 diciembre 2020

REACCIONES
4

CLICS
2

IMPRESIONES
275

7.1 Puntos de Venta:

Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica

1
6
6



CEDECARNE – Banner Web

PERIODO

Nov.-Dic 2020

VISITAS A LA WEB

313



*El soporte no nos puede facilitar los datos de impresiones ni clics del banner, solo las vistas a la home, por que su sistema de estadísticas no lo reporta.

7.1 Puntos de Venta:

Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica

1
6
7



CEDECARNE - Newsletter

PERIODO

30 nov. 2020

PORCENTAJE DE APERTURA
21,33%

CLICS EN ENLACES
3,25%

ENTREGAS EXITOSAS
678



7.1 Puntos de Venta:

Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica

Acción en 500 puntos de venta



Entrega de material promocional e informativo



- Caja contenedora
- Folletos
- Sales folder
- Cartelería



7.1 Puntos de Venta:

Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica



CRAFT BUTCHER

Periodicidad: Mensual
Fecha portada: Enero
Formato: Página publicirreportaje y Página Publicidad
Nº inserciones: 2
Contactos alcanzados: 2.000



ADVERTORIAL

IBERIAN HAM, A EUROPEAN GOURMET PRODUCT LIKE NO OTHER IN THE WORLD

Iberian Ham is much more than just food: it's tradition, quality, traceability, sustainability and, of course, flavour. A culinary icon that has transcended the limits of gastronomy to become a cultural symbol. The best example of the balance between respect for the environment and sustainable use of natural resources. This unique product has its origins in pastures, fields, and farms. It is linked to rural environments, to the Mediterranean Diet, to its people and to ancestral practices that form part of the tradition of an entire culture, for whom Iberian Ham is much more than just a product: it's a concept, a way of understanding life, a passion.



The traceability system assigns each piece with a standard, unique and individual seal, which guarantees that it is Iberian Ham based on the breed (DOP Iberian, DOP or DOP Iberian) and the designation, ratio de carne and color. Just by consulting the Iberian Quality Standard seal (Sistema de Calidad del Serrano) with the ASIC logo and its colour, the consumer can find out what category of Iberian Ham they are buying – there's no room for doubt. The Iberian Ham or shoulder ham (paleta) will carry any one of three four seals. Four seals, four colours, four categories of Iberian Ham.

The Black Seal, for the DOP Iberian Duro Ham, the Red Seal for the DOP or DOP Iberian Duro Ham, the Green Seal for the Cerdo de Campo Iberian Ham and the White Seal for the Serrano Cerdo Iberian Ham.

For the systems ASIC has also developed an interactive app, iASIC, which allows consumers to view the traceability of the pieces and check that they comply with current regulations when they scan the unique, individual barcode contained in each seal. The app is completely free and is available for iOS (Apple) and Android (Google).

These initiatives provide complete transparency and confidence to the consumer when they make their purchase and position Iberian Ham as a leader in terms of quality assurance, transparency, and traceability.

With the help of ASIC, the Iberian Ham sector launched ENCA (Identification, Traceability and Quality System), a digital system that keeps track of the complete traceability of Iberian products, from the farm to the table. The aim of this system is to ensure absolute transparency and provide the consumer with confidence as they make their purchase.

hampassiontour.eu
#hampassiontour

ENJOY THE PASSION OF EUROPE



7.1 Puntos de Venta: Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica



FLEISCHER-HANDWERK

Periodicidad: 6 números/año
Fecha portada: Enero
Formato: Página publicirreportaje
Nº inserciones: 1
Contactos: 7.500



iberico – eine europäische Leidenschaft

Qualität, Rückverfolgbarkeit, Umweltverträglichkeit und natürlicher Geschmack machen den Iberico-Schinken zu einem unverwundlichen Produkt, das nicht nur die Gastronomie, sondern auch unsere Kultur prägt.

Digitale Rückverfolgbarkeit

Im Jahr 2014 hat die DGS (Deutscher Güter-Sicherheitsrat) ein System zur digitalen Rückverfolgbarkeit entwickelt, das die vollständige Rückverfolgbarkeit von Fleischprodukten ermöglicht. Dieses System ist ein Schritt in die Zukunft, um die Sicherheit und Qualität von Fleischprodukten zu gewährleisten. Die DGS hat ein System entwickelt, das die vollständige Rückverfolgbarkeit von Fleischprodukten ermöglicht. Dieses System ist ein Schritt in die Zukunft, um die Sicherheit und Qualität von Fleischprodukten zu gewährleisten.

Schritt für Schritt „Schweißarbeit“

Die Iberico-Schinken sind ein Produkt der Leidenschaft. Sie sind ein Produkt der Leidenschaft, das in Spanien hergestellt wird. Die Iberico-Schinken sind ein Produkt der Leidenschaft, das in Spanien hergestellt wird.

ENJOY IT WITH EUROPE

Das Europäische Parlament hat die Iberico-Schinken als Produkt der Qualität und der Nachhaltigkeit anerkannt. Die Iberico-Schinken sind ein Produkt der Leidenschaft, das in Spanien hergestellt wird.

7.1 Puntos de Venta: Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica



FLEISCHWIRTSCHAFT.DE

PERIODO

Enero

FORMATO

Content Banner (Advertorial)

Nº INSERCIONES

1

IMPRESIONES SERVIDAS

55.991

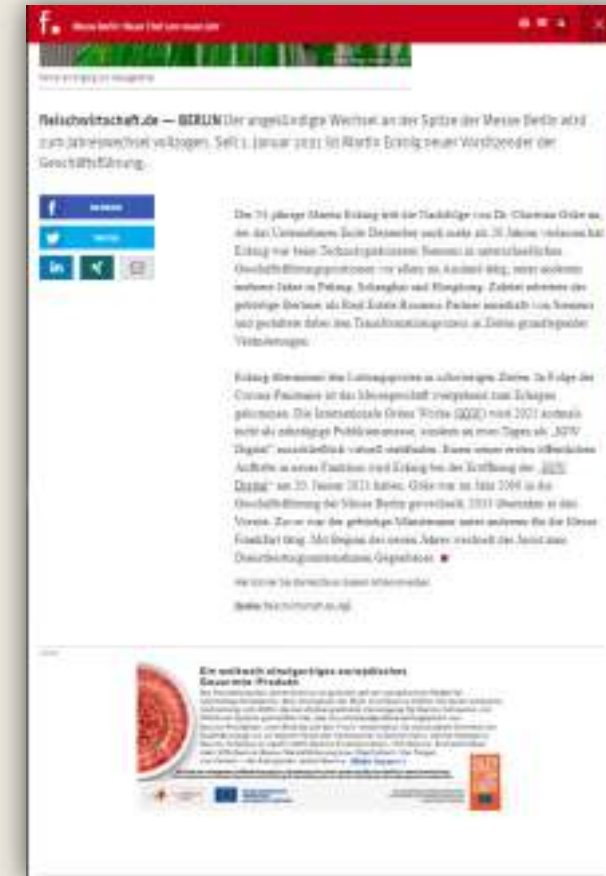
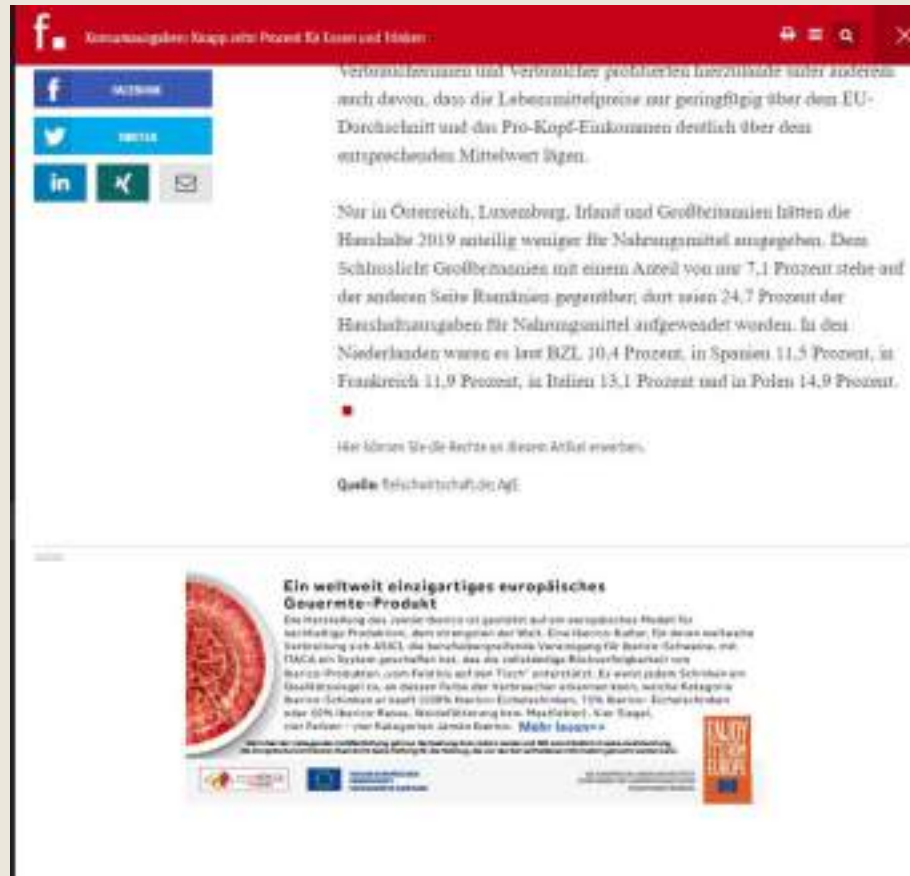
CLICS

110

CRT

0,20%

* En este caso, no podemos dar datos de crt óptimo



7.1 Puntos de Venta: Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica



FLEISCHWIRTSCHAFT.DE

PERIODO

Enero

FORMATO

Superbanner 980x150px

Nº INSERCIONES

1

IMPRESIONES SERVIDAS

66.957

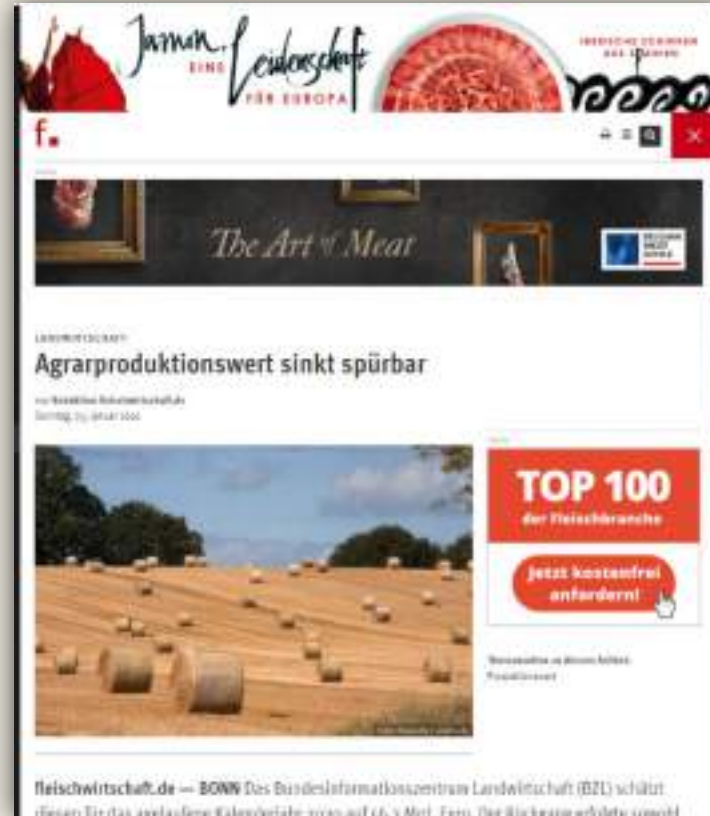
CLICS

90

CRT

0,13%

* En este caso, no podemos dar datos de crt óptimo



PERIODO

Enero

FORMATO

Banner newsletter

Nº INSERCIONES

1

IMPRESIONES SERVIDAS

5.145

CLICS

14

CRT

0,27%

* En este caso, no podemos dar datos de crt óptimo

7.1 Puntos de Venta:

Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica



**LES BOUCHERS, BOUCHERS –
CHARCUTIERS DE FRANCE**

Soporte: Facebook

Formato: Post

Nº inserciones: 2



PERIODO

21

diciembre

IMPRESIONES

4.394

ALCANCE

4.251

LIKES

36

INTERACCIONES

43

** En este caso, no podemos dar datos de crt óptimo*

7.1 Puntos de Venta:

Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica



**LES BOUCHERS, BOUCHERS –
CHARCUTIERS DE FRANCE**

Les bouchers, bouchers-charcutiers de France
Publié par Victor Boucher · 8 janvier ·

Afin de renforcer les garanties de qualité et de transparence, l'Ibérico a combiné tradition et technologie avec le lancement du PPP "Ibérico". Une application gratuite pour téléphones portables qui permet aux consommateurs de vérifier la traçabilité du jambon ibérique qu'ils s'appêtent à acheter, grâce à la lecture du sceau obligatoire sur tous les jambons ibériques qui arrivent sur le marché. Plus d'informations sur [Ham Passion Tour EU](#)

Jambon
LA PASSION
DE L'EUROPE

PERIODO

8 enero

IMPRESIONES

4.162

ALCANCE

4.061

LIKES

31

INTERACCIONES

31

7.1 Puntos de Venta:

Acciones con Asociaciones Profesionales de la Industria Cárnica



RESUMEN CAMPAÑA REVISTAS SECTORIALES

PAÍS	SOPORTE	MEDIO	PERIODICIDAD	FORMATO	AUDIENCIAS	Nº INSERCIONES	TOTAL IMPACTOS
ESPAÑA	CARNIMAD "LA CARNE"	Print	Trimestral	Página Publi-reportaje	5.000	1	5.000
	CARNIMAD	Digital	n/a	Newsletter	n/a	1	1.413
	CARNIMAD	Digital	n/a	Post Instagram	n/a	1	533
	CARNIMAD	Digital	n/a	Post Facebook	n/a	1	275
	CEDECARNE	Digital	n/a	Banner Web 600*250px	n/a	1	313
	CEDECARNE	Digital	n/a	Newsletter	n/a	1	678
UK	CRAFT BUTCHER	Print	Mensual	Página Publi-reportaje	1.000	1	1.000
				Página Publicidad	1.000	1	1.000
ALEMANIA	FLEISCHER-HANDWERK	Print	6 nº/año	Página Publi-reportaje	7.500	1	7.500
	FLEISCHWIRTSCHAFT.DE	Digital	n/a	Content Banner (advertorial)	n/a	1	55.991
	FLEISCHWIRTSCHAFT.DE	Digital	n/a	SuperBanner 980 x 150 px	n/a	1	66.957
	FLEISCHWIRTSCHAFT.DE	Digital	n/a	Newsletter	n/a	1	5.145
FRANCIA	LE BOUCHERIE FRANÇAISE	Print	n/a	Página Publi-reportaje	68.000	1	68.000
	BOUCHERS – CHARCUTIERS DE FRANCE	Digital	n/a	Post Facebook	n/a	1	4.394
	BOUCHERS – CHARCUTIERS DE FRANCE	Digital	n/a	Post Facebook	n/a	1	4.162
TOTAL						15	222.361



8.1 Sesión fotográfica

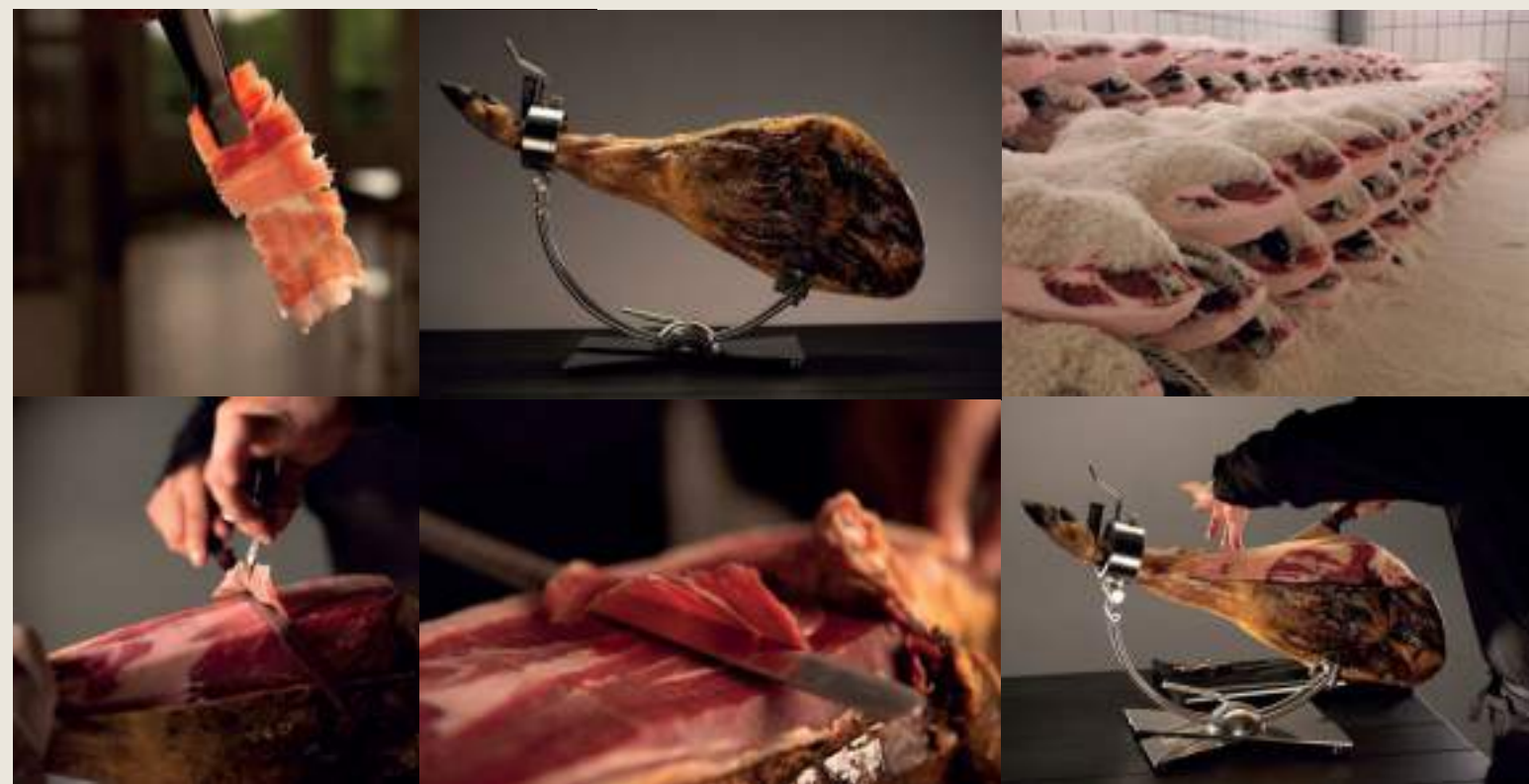
Actividad realizada AÑO 3

- Renovación derechos shooting fotográfico
- Gestionadas imágenes de banco de imagen
- Renovación de derechos



8.1 Sesión fotográfica

Shooting fotográfico



8.1 Sesión fotográfica

Shooting fotográfico



8.1 Sesión fotográfica

Banco de imágenes

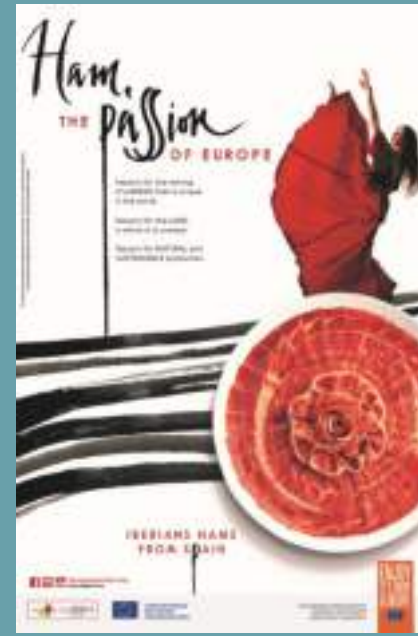
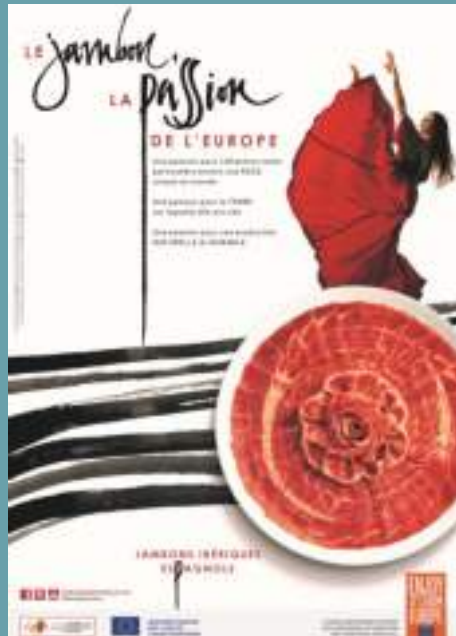




8.2 Producción

Actividad realizada AÑO 3

- Desarrollada creatividad.
- Realizados artes finales y adaptaciones de todas las piezas.



Ham Passion TOUR



AÑO 3

**Programa promoción e información del JAMÓN IBÉRICO
Terceros Países. MÉXICO**

IBERIANS HAMS
FROM SPAIN



**TERCEROS
PAÍSES
MÉXICO:**
Acciones,
resultados
e inversión

ACCIÓN	IMPACTOS	INVERSIÓN
RRPP – Gabinete de Prensa	16.146.571	31.043,05€
RRPP – Advertorials en Revistas	4.927.500	34.307,43€
VIAJES DE PRENSA	30.117.500	___ €
SITIO WEB	40.081	2.300,00€
MEDIOS SOCIALES	14.588.981	15.697,50€
PUBLICIDAD EN PRENSA	11.111.830	83.349,00€
PUBLICIDAD ONLINE (RRSS)	17.171.730	35.948,00€
PUBLICIDAD ONLINE – Campaña YOUTUBE	6.608.171	29.393,74€
ARTÍCULOS DE PROMOCIÓN	Incluído en RRPP	4.284,33€
VÍDEOS PROMOCIONALES	Incluído en RRPP	5.750,00€
SEMANAS EN RESTAURANTES	22.500	53.817,36€
DÍAS DE PRUEBA (producido materiales)	SUSPENDIDA	3.305,33€
SESIÓN FOTOGRAFICA	—	6.900,00€
PRODUCCIÓN	—	11.756,05€
COSTES DE PERSONAL	—	17.888,43€
OTROS COSTES (dietas, aval,...)	—	2.983,96€
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	—	25.000€
COSTES INDIRECTOS	—	715,54€

TOTAL 100.734.864 364.439,72€

ÍNDICE

2.1 Actividad permanente de RR.PP

- Gabinete de prensa
- Advertorials en revistas

2.2 Eventos de prensa

- Viaje de prensa (resultados año 2)

3.1 Página web

3.2 Medios sociales

4.1 Publicidad prensa

4.4 Publicidad Online

- Redes sociales (+refuerzo)
- Campaña YouTube

5.1 Artículos promocionales

5.2 Vídeos promocionales

6.3 Semanas en restaurantes

7.1 Días de prueba

8.1 Sesión fotográfica y banco de imagen

8.2 Producción



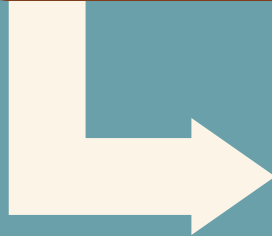
2.1. Actividad permanente de RR.PP. Gabinete de prensa



39 artículos
publicados



16.146.571
contactos



AVE
142.823€

Actividad realizada AÑO 3:

- Actividad continua de Gabinete de Prensa
- 4 notas de prensa
- Clipping prensa mensual

RESULTADOS AÑO 3
16.146.571 contactos

2.1. Actividad permanente de RR.PP. Gabinete de prensa



LA GASTRONOMÍA EUROPEA IRRUMPE EN LA COCINA MEXICANA CON SABOR, VERSATILIDAD Y DISFRUTE DE LA MANO DEL JAMÓN IBERICO

Gracias a la globalización y al intercambio cultural entre distintos países que genera, el universo gastronómico ofrece en nuestros días un abanico casi infinito de platos que nacen de la diversidad de los ingredientes, sus múltiples combinaciones y sus distintas formas de elaboración. Las cocinas sobrepasan fronteras para enriquecerse y fusionarse entre sí creando nuevas artes culinarias.

Uno de los mejores ejemplos es el de la gastronomía mexicana, sin duda, una de las más complejas y diversas por su amplia variedad de ingredientes y por su vasta tradición, que construye la amplia diversidad gastronómica en el país. Patrimonio intangible de la Humanidad desde el 2010, la cultura de México continúa hoy en día explotando y enriqueciéndose con productos de otros orígenes que puedan aportar y enriquecer con su cocina tradicional.

La cocina mexicana ha encontrado en los últimos años un exquisito aliado en el Jamón Ibérico, producto que además de ser emblema de la gastronomía española, es artesanal, sostenible y con un sabor que se adapta perfectamente al saber hacer mexicano. Desde licores hasta mole ibérico, cocinado a partir del clásico de la región San Pedro Atocpan mezclado con jugo de cocón sustituido del caldo del Jamón, las propuestas son infinitas dentro de una cocina que no se limita a lo tradicional y busca llevar la experiencia gastronómica a nuevos horizontes que permitan fusionar la tradición con la modernidad.

En este contexto, México es uno de los mercados objetivos del programa de promoción "Ham Passion Tour. El Jamón, la pasión de Europa" que puso en marcha ABO (Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico) con la colaboración de la Unión Europea en 2018. Una iniciativa <https://www.abo.es/>, la más ambiciosa lanzada hasta la fecha en México, con una verdadera dimensión global de promoción e información del Jamón Ibérico con el objetivo de acercar este producto al consumidor mexicano y aumentar la presencia de esta joya culinaria en México. En los dos primeros años de campaña, el Ham Passion Tour ha superado los 94.000.000 millones de contactos y ha alcanzado en 410 artículos.

El Jamón Ibérico vive una época dorada en México, consolidado como uno de los primeros consumidores mundiales más allá de la Unión Europea, junto a EE. UU. Actualmente, este producto gourmet abunda en los restaurantes de moda de las principales ciudades del país, especialmente México DF, y en cadenas de alimentación capitalinas.

Algunos otros ejemplos que retratan esta fusión cultural y gastronómica son:

Arroz de aguileña con caldo ibérico y queso azul
Este plato a base de arroz chorizo sofrito con cebolla y caldo compuesto por sopa quemada y faveles ibéricos, incorpora este producto gourmet desde la base hasta la decoración, complementando el sabor de los espárragos de estufa baby con una emulsión de grasa ibérica, sazonados con epazote. La decoración, el toque final, incluye queso pimentado y trozos de Jamón Ibérico.

Guatita de Ibérico con camarones y gazpacho de Triasas
Con un fondo ibérico clarificado y de textura homogénea, la gelatina elaborada en caldo de huesos de Jamón Ibérico incorpora un toque de camarón acompañado de gazpacho de tomates y fresas, decorado con cebas de camarón y virutas. Este plato logra una fusión inigualable de sabores y texturas difíciles de olvidar.

Frutas tropicales especiadas con helado en sinergia con bocanchos ibéricos
Incorporando bocanchos que en su proceso de elaboración resquebrajan el uso de manzanilla por grasa ibérica, helado y frutas tropicales, podemos ofrecer un postre único y de sabor extraordinario. El secreto está en incluir frutas azúcares, como piña, que permitan fusionar el sabor ahumado con la naturaleza azúcares de los bocanchos a base de Jamón Ibérico, elementos que a su vez se fundirán con el helado y al que podremos incluir ingredientes crujientes como palanquetas.

El Jamón Ibérico es un producto excepcional, natural y de la más alta calidad, características que le aportan la versatilidad necesaria para formar parte de las diferentes cocinas internacionales, sin olvidar la propuesta básica más usual -sus tradicionales cortes en lonchas- pero sin dejar atrás la alta gastronomía.

Notas de
Prensa

2.1 Actividad permanente de RR.PP. Advertorials en revistas



Actividad realizada AÑO 3

- 1 Publiirreportaje en Aire
- 1 Publiirreportaje en Robb Report
- 2 Publiirreportaje en Estilo DF (noviembre y diciembre)

RESULTADOS AÑO 3
4.927.500 contactos

2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas



- País: México
- Soporte: Aire
- Fechas portada: Diciembre 20
- Fechas quiosco: 1 diciembre
- Formato: Publireportaje

- País: México
- Soporte: Robb Report
- Fechas portada: Diciembre20 / Enero 21
- Fechas quiosco: 1 diciembre
- Formato: Publireportaje





2.1. Actividad permanente de RR.PP Acuerdo advertorials en revistas

- País: México
- Soporte: Estilo DF
- Fechas portada: Noviembre 20 / Diciembre 20
- Fechas quiosco: 1 noviembre / 1 diciembre
- Formato: Publiirreportaje



EstiloDF • BUEN COMER

Un deleite al paladar

Jamón Ibérico, un producto gastronómico europeo que te ofrece una experiencia inolvidable







El jamón ibérico es un producto gastronómico europeo que te ofrece una experiencia inolvidable. Este producto es el resultado de un proceso de curación que dura entre 18 y 36 meses. El jamón ibérico se caracteriza por su sabor único y su textura suave. Es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día. El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día. El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día.

El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día. El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día. El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día.

El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día. El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día. El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día.



Una experiencia gastronómica

El jamón ibérico, un producto gastronómico europeo que te ofrece una experiencia inolvidable





La gastronomía ibérica es un producto gastronómico europeo que te ofrece una experiencia inolvidable. Este producto es el resultado de un proceso de curación que dura entre 18 y 36 meses. El jamón ibérico se caracteriza por su sabor único y su textura suave. Es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día. El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día.

El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día. El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día. El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día.

El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día. El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día. El jamón ibérico es un producto que se consume frío y que se puede disfrutar en cualquier momento del día.

2.2. Eventos de prensa Viaje de prensa

Actividad SUSPENDIDA AÑO 3

No se realizará esta actividad tras la adenda presentada al MAPA en junio de 2020 debido al COVID-19.



RESULTADOS
30.117.500 impactos

* Los resultados mostrados reflejan las publicaciones obtenidas a raíz del Viaje de Prensa del Año 2 y que no se pudo integrar en el clipping del año 2 porque fue publicado más allá del 31-01-2020, fecha en la que cerramos la segunda anualidad de campaña.

EXCELSIOR
www.excelsior.com.mx

Una empresa de
GRUPO IMAGEN



3.1 Sitio web

Actividad realizada AÑO 3:

Se han actualizado los siguientes apartados web:

- Sección Restaurantes (22/01/21)
- Sección Somos Noticia (22/01/21)
- Sección Somos Noticia (28/10/20)

Se ha creado un nuevo apartado:

- Sección degustación (28/10/20)



RESULTADOS
40.081 impactos

3.1. Sitio Web



SECCIÓN RESTAURANTES
SITE MÉXICO:

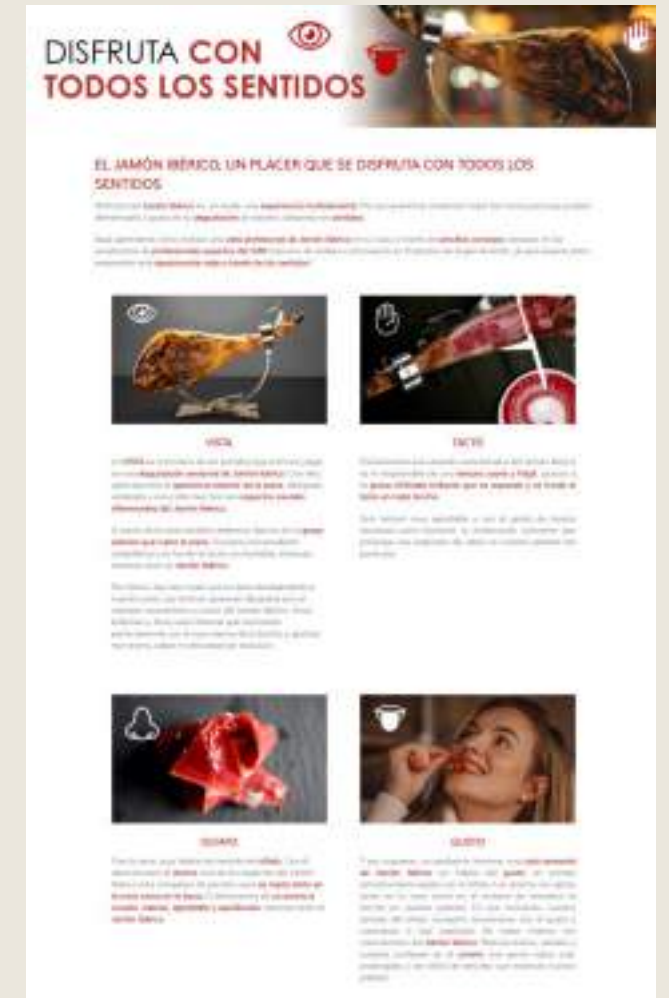
<https://hampassiontour.com/ham-passion-tour/restauracion>

SECCIÓN SOMOS NOTICIA
SITE MÉXICO:

<https://hampassiontour.com/prensa/somos-noticia>

SECCIÓN DEGUSTACIÓN
SITE MÉXICO:

<https://hampassiontour.com/disfruta/degustaci%C3%B3n-sensorial>



3.2 Medios sociales

Actividad realizada AÑO 3

- Definida estrategia
- Mantenimiento perfil Facebook
- Mantenimiento perfil global Instagram
- Mantenimiento perfil Youtube
- Creados, planificados y publicados contenidos año 3
- Número total de posts publicados: 103
- Informes mensuales
- Community manager

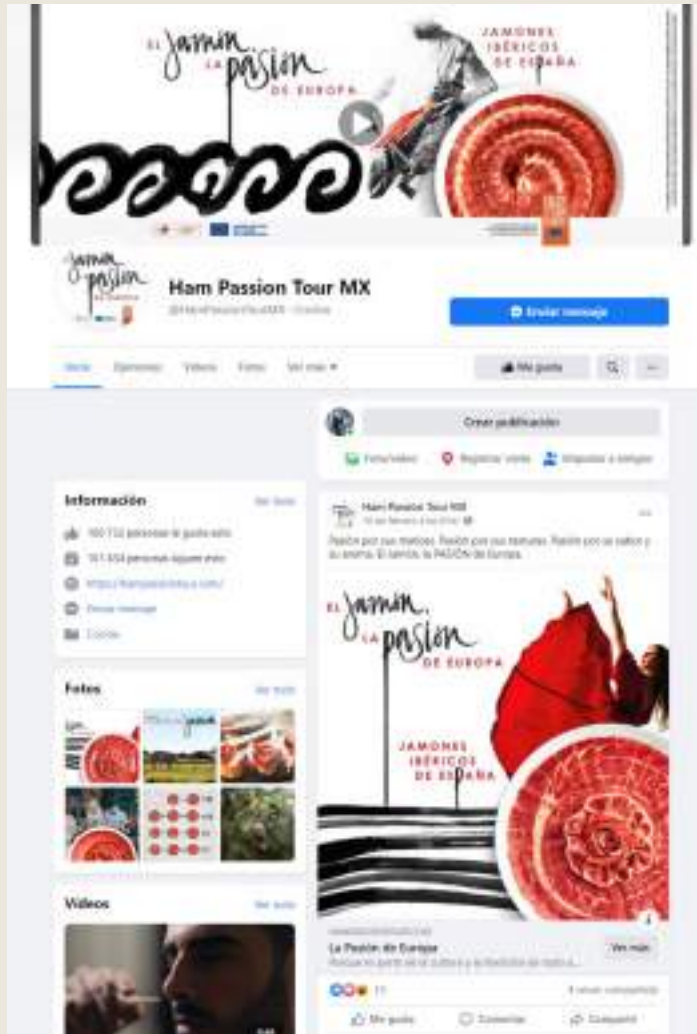
Incluyendo la campaña de refuerzo de captación, alcance, engagement y views aprobado en adenda aprobada por MAPA el 22/01/2021

Alcance: 7.000.000 (incluye la suma del alcance orgánico descrito en el punto 3.2 + paid media descrito en el punto 4.4)

ALCANCE
14.588.981 impactos
(orgánico + paid media)

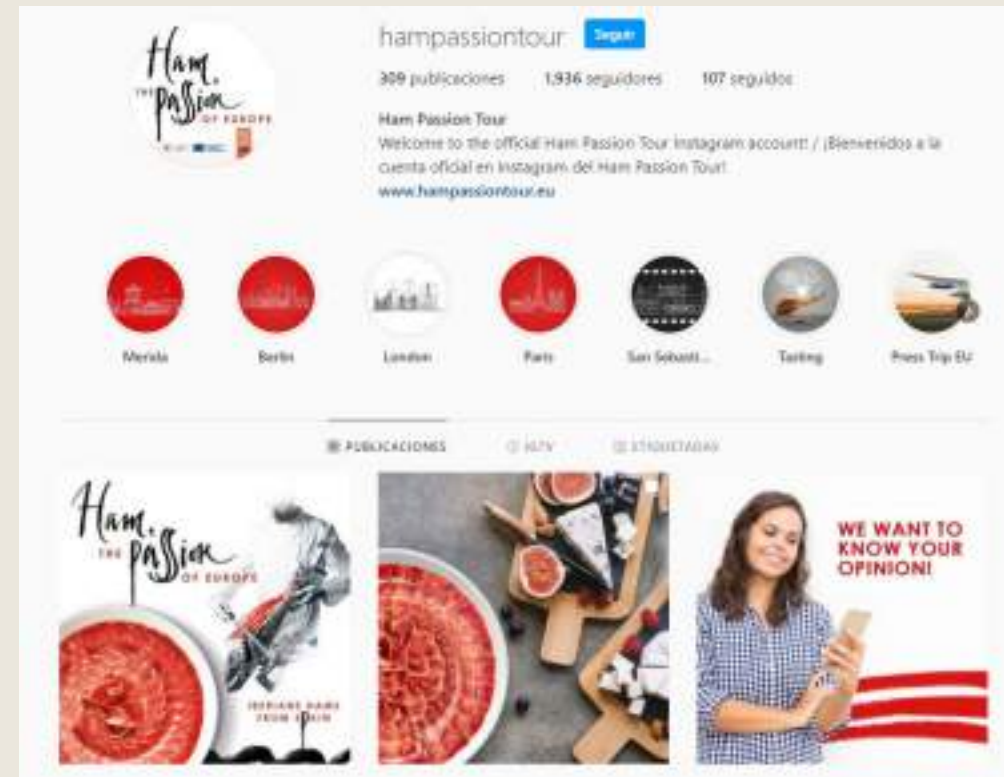


3.2. Medios sociales



Perfil FACEBOOK:

<https://www.facebook.com/HamPassionTourMX>



Perfil INSTAGRAM

<https://www.instagram.com/hampassiontour/>

3.2. Medios sociales



The screenshot shows the YouTube channel page for 'Ham Passion Tour MX'. The channel banner features the text 'El Jamón LA PASIÓN DE EUROPA' and 'IBÉRICO DE ESPAÑA' above a large image of a ham. The channel name 'Ham Passion Tour MX' is displayed with 84 subscribers and a 'SUSCRÍBETE' button. Navigation tabs include 'Inicio', 'Videos', 'Listas de reproducción', 'Canales', and 'Más información'. Below the navigation, there are options to 'Subir' and 'Reproducir todo'. The main content area displays a grid of 20 video thumbnails, each with a title, duration, and view count. The videos cover various aspects of Iberian ham, from its history and production to specific types like 'Tiempo de Disfrute', 'Tiempo de Colada', and 'Tiempo de Afeitado'.

Thumbnail	Title	Duration	Views
1	Spot de campaña (30'') El Jamón, la Pasión de Europa.	0:28	24
2	Ham Passion Tour Workshop Aftermovie.	1:00	84
3	Entrevista a chef Miguel Alonzo - Ham Passion Tour	0:27	30
4	01 El Tiempo lo es todo	0:38	16
5	Proceso de producción del Jamón Ibérico	2:04	0
6	El Jamón ibérico, la pasión de Europa.	0:48	49
7	05 Tiempo de Disfrute	0:38	75
8	06 Tiempo de Colada	0:28	27
9	04 Tiempo de Maduración	0:43	35
10	03 Tiempo de Afeitado	0:28	22
11	02 Tiempo de Salado	0:33	16
12	El Arte del Corte	0:36	192
13	3 El escultor	0:30	19
14	4 El escultista	0:48	22
15	7 La pasión	0:31	18
16	5 La conservación	0:24	17
17	6 La patera	0:33	25
18	1 La inspiración	0:33	30
19	2 El cinto y la base	0:25	26
20	El Jamón ibérico, la pasión de Europa 2	0:19	107

Perfil YOUTUBE

https://www.youtube.com/channel/UCXDMwNOAQVrs_GBE3xgl35g/videos/

4.1 Publicidad Prensa

Actividad realizada AÑO 3

- 3 páginas a color en la revista Aire
- 2 páginas a color en la revista Quien
- 3 páginas a color en la revista Estilo DF
- 1 páginas a color en la revista Life&Style
- 1 páginas a color en la revista GQ

PAÍS	SOPORTE	PERIODICIDAD	FORMATO	Nº INSERCIONES	TOTAL AUDIENCIA
MÉXICO	Aire	Mensual	Página Color	3	5.040.000
	Quien	Quincenal	Página Color	2	912.000
	Estilo DF	Semanal	Página Color	3	4.500.000
	Life&Style	Mensual	Página Color	1	234.000
	GQ	Mensual	Página Color	1	425.830
TOTAL				10	11.111.830

RESULTADOS
11.111.830 impactos





4.1. Publicidad Prensa

- País: México
- Soporte: Aire
- Fechas portada: Octubre 20 / Noviembre 20 / Diciembre 20
- Fechas quiosco: 1 octubre / 1 noviembre / 1 diciembre
- Formato: Página color

Octubre 20



Noviembre 20



Diciembre 20





4.1. Publicidad Prensa

- País: México
- Soporte: Quien
- Fechas portada: Noviembre 20 / Diciembre 20
- Fechas quiosco: 1 noviembre / 1 diciembre
- Formato: Página color





4.1. Publicidad Prensa

- País: México
- Soporte: Estilo DF
- Fechas portada: Diciembre 20
- Fechas quiosco: 7, 14 y 18 de Diciembre
- Formato: Página color





4.1. Publicidad Prensa

- País: México
- Soporte: Life&Style
- Fechas portada: Diciembre 20
- Fechas quiosco: 1 Diciembre
- Formato: Página color





4.1. Publicidad Prensa

- País: México
- Soporte: GQ
- Fechas portada: Diciembre – Enero 19
- Fechas quiosco: 28 Noviembre
- Formato: Página color



4.4 Publicidad Online

Redes Sociales



Actividad realizada AÑO 3

- Realizada campaña captación fans.
- Realizada campaña engagement promocionando 95 post.
- On air desde 08/08/18.
- Realizado refuerzo de la inversión de paid media en campaña de captación, views, alcance y engagement.

RESULTADOS Año 3:

- Fans: 68.453
- Visualizaciones vídeo: 2.431.052
- Engagement: 83.244
- Reach: 14.588.981 (orgánico + paid)

4.4 Publicidad Online Campaña YouTube

Actividad realizada AÑO 3

- Nueva actividad en programa tras la adenda presentada al MAPA debido al COVID-19.
- Campaña video pre-roll true view 20" en YouTube

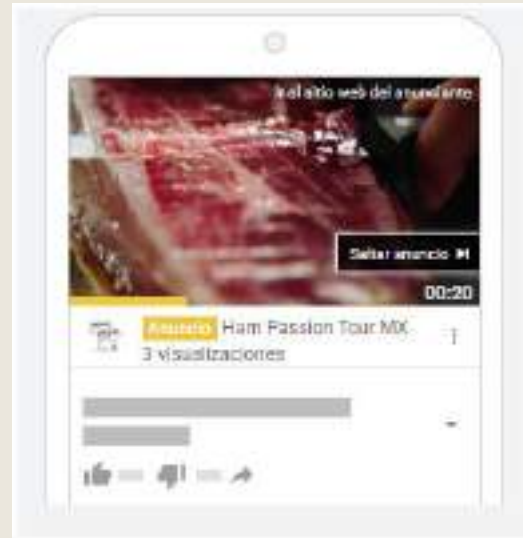


RESULTADOS Año 3:
YouTube
6.608.171
(impresiones + views)



4.4 Publicidad Online

Campaña YouTube



PERIODO

Del 22 al 30 de enero

True View Pre Roll 20"

- **VEWS ESTIMADAS:** 560.000
- **VEWS SERVIDAS:** 2.420.462
- **CLICS:** 3.394
- **CTR:** 0,08%

+1.860.462
views
(332%)

• **ALCANCE:** 4.172.386

SOPORTE	PAÍS	FORMATO	PERIODO CAMPAÑA	KPI	#KPI	IMPRESIONES	CLICS	CTR	VEWS	VTR 100%	SERVIDO
YOUTUBE	México	Preroll 20"	22/01 - 30/01	Views	560.000	4.172.386	3.394	0,08%	2.435.785	58,71%	435%
					TOTAL	4.172.386	3.394	0,08%	2.435.785	58,4%	

https://youtu.be/rm_pykysLmQ

5.1 Artículos de promoción

Actividad realizada AÑO 3

50 kits de prensa compuestos por:

- 50 maletines
- 150 blísters de Jamón
- 50 Folleto
- 50 Carpeta
- 50 USB
- 50 Obsequio (pinzas)

NOTA: Tal y como queda reflejado en el Anexo 1 incorporado al contrato firmado entre ASICI y el MAPA, fue eliminada la asignación presupuestaria dedicada a “refuerzo de prensa española en Viaje de Prensa”, siguiendo las indicaciones del Informe de Evaluación de la propuesta emitido por la CHAFEA (criterio 2.c). Tal y como se comunicó al MAPA el pasado 16-01-2018, esta partida ha sido reasignada año 1, 2 y 3 del programa para la producción de materiales de prensa que no estaban contemplados inicialmente.



- | | |
|--------------|----------------|
| Caja maletín | Blísters |
| Carpeta | USB |
| Folleto | Obsequio pinza |

5.2 Vídeos promocionales

Actividad realizada AÑO 3

- Gestionados derechos de imagen.



Vídeo genérico MX

https://youtu.be/_1HtypkQCcU



Vídeo El Arte del Corte MX

https://youtu.be/gIavWx_ttpc



Vídeo foodie MX

<https://youtu.be/vq9QfDTGoKk>



Vídeo sensorial a MX

<https://youtu.be/YD3XUUJUZO>



Spot de campaña (20''): El Jamón, la Pasión de Europa.

2,4 M de visualizaciones •

https://youtu.be/rm_pykysLmQ



Vídeo sensorial b MX

<https://youtu.be/gP3Si3fyKdc>



Vídeo sensorial c MX

<https://youtu.be/9C4VsyLK1UE>



Vídeo proceso producción MX

<https://youtu.be/KyLeihKrpJE>



6.3 Semanas en Restaurantes

Actividad realizada Año 3:

- Se han realizado 30 jornadas de activaciones en restaurantes
- Utilizados 30 Jamones Ibéricos
- Entregados 24 Ham Passion Kits



RESULTADOS Año 3:
22.500 contactos

6.3 Semanas en Restaurantes



Ham Passion Kit restaurantes



Folleto



USB

Sales Folder



6.3 Semanas en Restaurantes

Noviembre

DOM	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB
15	16	17	18	19	20	21
			Casa Hevia	Casa Hevia		Castilla Revolución
22	23	24	25	26	27	28
Castilla Revolución					Broka	Centro Cast. Satélite
29	30					
Centro Cast. Satélite						

Diciembre

DOM	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB
		1	2	3	4	5
		Blanco Colima	Blanco Colima	Blanco Colima	Blanco Colima	Broka
						PH Perisur
6	7	8	9	10	11	12
PH Perisur		Casa Bell	Casa Bell	Casa Bell	Casa Bell	Luanco
						Luanco
						PH Santa Fe
13	14	15	16	17	18	19
PH Santa Fe		Lur	Lur	Blanco Castelar	Blanco Castelar	Blanco Castelar
						Blanco Castelar
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Enero

DOM	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	28	30
						PH Polanco
31						
PH Polanco						



6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 4

Blanco Castelar

Fecha:

17 y 18 de diciembre 2020

Horario:

13:00 horas a 17:00 horas

17:00 horas a 21:00 horas





6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 4

Blanco Colima

Fecha:

01 y 02 de diciembre 2020

Horario:

13:00 hrs a 17:00 hrs

18:00 hrs a 22:00 hrs





6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 2

Broka

Fecha:

27 de noviembre

04 de diciembre 2020

Horario:

17:30 hrs a 21:30 hrs





6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 4

Casa Bell

Fecha:

08 y 09 de diciembre 2020

Horario:

13:00 hrs a 17:00 hrs

17:00 hrs a 21:00 hrs





6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 2

Casa de Castilla

Fecha / horario:

21 y 22 de noviembre de 2020

Horario:

14 a 16 hrs





6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 2

Casa Hevia

Fecha:

18 y 19 de noviembre 2020

Horario:

13:00 hrs a 17:00 hrs





6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 2

**Centro Castellano
Satélite**

Fecha:

28 y 29 de noviembre 2020

Horario:

14:30 hrs a 18:30 hrs





6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 2

Luanco

Fecha:

10 y 11 de DICIEMBRE 2020

Horario:

17:00 hrs a 21:30 hrs





6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 2

La Cantina El Palacio de Hierro (Perisur)

Fecha:

05 y 06 de diciembre 2020

Horario:

13:00 hrs a 17:00 hrs





6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 2

La Cantina El Palacio de Hierro (Santa Fe)

Fecha:

12 y 13 de diciembre 2020

Horario:

13:00 hrs a 17:00 hrs





6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 2

Lur

Fecha:

15 y 16 de noviembre 2020

Horario:

14:00 hrs a 18:00 hrs





6.3 Semanas en Restaurantes

Número de Jornadas: 2

**La Cantina El Palacio de
Hierro Polanco**

Fecha:

30 y 31 de ENERO 2021

Horario:

13:00 hrs a 17:00 hrs



7.1 Días de prueba

Actividad prevista Año 3:

- 3 tiendas gourmet
- 3 Ham Passion Corner
- 3 cortadores y 3 azafatas
- 6 jamones
- 7.500 dípticos

ACTIVIDAD ANULADA por el COVID-19, tal y como recoge la adenda del 22/01/2021 presentada y aprobada por MAPA.

Se realizo la producción de materiales previa a la anulación de la actividad:

- 18 Folletos
- 7.500 Dípticos tiendas gourmet
- 18 Sales folder
- 8.000 Platos para las degustaciones



7.1 Días de prueba



Dípticos de mesa



Sales Folder



Folleto



Plato individual



8.1 Sesión fotográfica

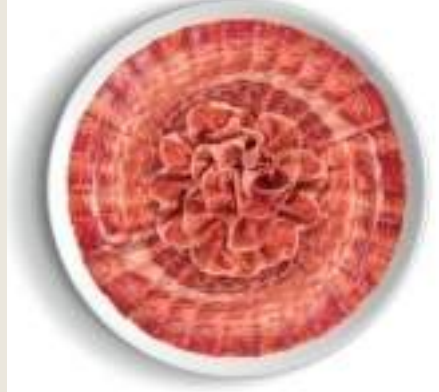
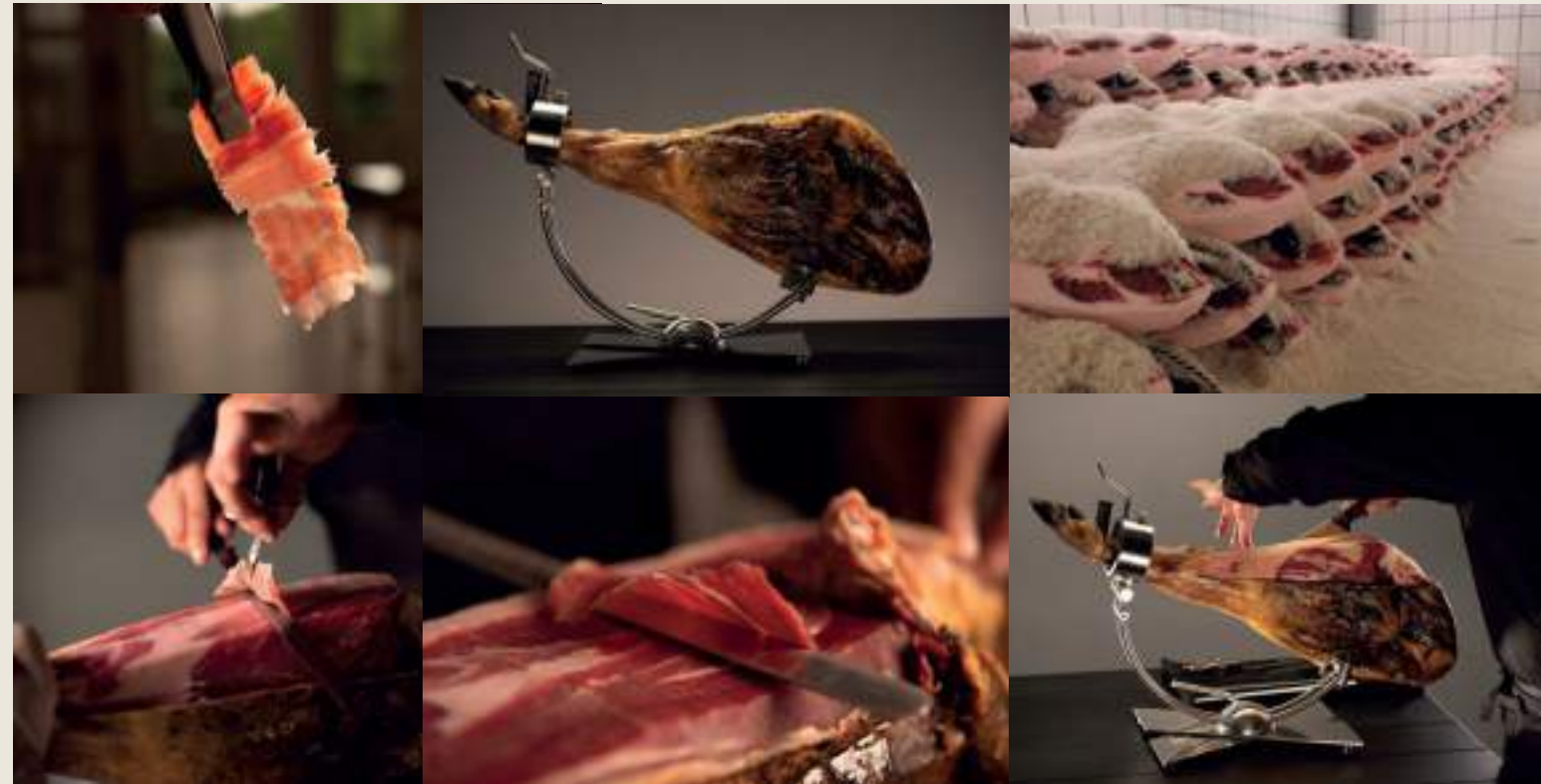
Actividad realizada AÑO 3

- Renovación derechos shooting fotográfico
- Gestionadas imágenes de banco de imagen
- Renovación de derechos



8.1 Sesión fotográfica

Shooting fotográfico



8.1 Sesión fotográfica

Shooting fotográfico



8.1 Sesión fotográfica

Banco de imágenes



8.2 Producción

Actividad realizada AÑO 3

- Desarrollada creatividad.
- Realizados artes finales y adaptaciones de todas las piezas.





• **#elRestaurante**
iberico



ACCIÓN	IMPACTOS	INVERSIÓN	COSTE/IMPACTO
RUTA DEL IBÉRICO	44.514.019	261.912,80€	0,008
DETALLISTAS DE LA CARNE		126.257,92€	
ACUERDO EUROTOQUES		18.000€	
CONTACTOS PROFESIONALES (CEHE, CEDECARNE y EUROTOQUES)	2.369 restaurantes 1.000.000 degustaciones 1.000 charcuterías 250.000 consumidores		
PLATAFORMA INSTAGRAM (contenidos, dinamización, community,...)		14.500€	
REDES SOCIALES (IG y FB)	39.919.340	60.000€	0,001
Pieza AUDIOVISUAL		3.640€	
Gabinete de PRENSA (notas, clippings, relaciones públicas,...)		2.852,10€	
CAMPAÑA DE INFLUENCERS	1.660.050	71.803,43€	0,04
MEDIOS DIGITALES (Youtube, TV on demand, branded content,...)	59.981.851	202.560€	0,003
CONCURSO 100 JAMONES IBÉRICOS	14.389	9.690,77€	—
NEWSLETTERS INDUSTRIAS	4.800	545,00€	—
COSTE AGENCIA		38,234,87€	—
TOTAL		809.996,89€	

* Más del 32% de la inversión se ha destinado a la compra de producto (260.333,47€)



1. **RELACIONES PÚBLICAS Y EVENTOS (prensa):**
 - a. **RUTA DEL IBÉRICO (Hostelería de España - CEHE)**
 - b. **VÍNCULO CON PARADORES Y HOTELES**
 - c. **Acuerdo con EUROTOQUES**
 - d. **DETALLISTAS DE LA CARNE (CEDECARNE)**
 - e. **Plan de RELACIONES PÚBLICAS Profesionales**
2. **REDES SOCIALES (IG Y FB)**
 - **Campaña de INFLUENCERS**
3. **CAMPAÑA MEDIOS DIGITALES**
 1. **Medios digitales nacionales y regionales**
 2. **Campaña Youtube**
4. **LANDING PAGE (concurso 100 Jamones Ibéricos)**
5. **NEWSLETTER PARA EL SECTOR**



#elRestauranteIbérico: RRPP - RUTA DEL IBÉRICO



Acuerdo de Colaboración anual con CEHE



2.369 paletas ibéricas repartidas en bares y restaurantes para la reactivación del canal HORECA

1.000.000 degustaciones de tapas ibéricas

2.369 bares/restaurantes de toda España



La Interprofesional del Cerdo Ibérico (Asica) ha suscrito un acuerdo con la CEHE para dinamizar el consumo • El porcino titánico [Interporc] lanza una campaña audiovisual

El ibérico inicia la reconquista del canal Horeca

El porcino titánico [Interporc] lanza una campaña audiovisual para dinamizar el consumo. El acuerdo con la CEHE permitirá repartir 2.369 paletas de jamón ibérico en 2.369 bares y restaurantes de toda España.

280.000

degustaciones de jamón ibérico





MEDIOS ASISTENTES

La Razón, Ondacero, RNE
Agrosfera (TVE2)
Radio Exterior
20 Minutos
El País
Ondacero (Julia en la Onda)
RNE
Qcom
Madrid Directo
Madrid Directo
Europa Press
Europa Press
El Economista
Canal Extremadura
Canal Extremadura
IPROTV
Asífue
Cárnica2000

59 ARTÍCULOS

11.986.945 IMPACTOS

287.486€



José Miguel Herrero
Director General de la Industria
Alimentaria



**cede
carne**



María Sánchez Ruíz
Directora General de Cedecarne



José Luíis Yzuel
Presidente Hostelería de España



#elRestauranteIbérico: RRPP - RUTA DEL IBÉRICO – Evento de presentación



Diario Sur:
Valoración económica - 4.064,82€
Alcance - 144.300
[Link Diario Sur](#)



Televisión Española – La 1 :
Valoración económica - 43.500€
Alcance - 1.878.000
[Link TVE](#)



ABC:
Valoración económica - 5.625,86€
Alcance - 2.104.272
[Link ABC](#)



Fuera de Serie:
Valoración económica - 4.941,96€
Alcance - 515.965
[Link Fuera de Serie](#)



Canal 24h:
Valoración económica - 1.040€
Alcance - 110.000



Madrid Directo:
Valoración económica - 46.460€
Alcance - 349.540
[Link Madrid Directo](#)



Canal Extremadura:
Valoración económica - 1.950€
Alcance - 20.000
[Link Canal Extremadura](#)



PARADORES DE
TURISMO (88)

MELIÁ (28)



ACCOR (53)

Eurostars (80)





ACTO DE PRESENTACIÓN DEL ACUERDO con la firma entre ambas entidades, representadas por el reconocido chef **Andoni Luis Aduriz** y **Antonio Prieto**.

Comunicación directa y continua con todos sus socios, 800 cocineros.

Estrategia de contenidos para su difusión entre sus asociados, con un máximo de dos publicaciones al mes.

Participación de sus cocineros en el “**Restaurante Virtual Ibérico**” (8).

Interacción y comunicación en sus RRSS

Apoyo y colaboración de Euro-Toques en eventos o actividades propios de la marca.

Presencia de nuestro LOGOTIPO como patrocinador en:

- Web y APP
- Periódico “Papeles de Cocina”
- Papel y sobres de correspondencia.
- Carteles que acompañan cualquier acto de Euro-Toques.





ACUERDO CON CEDECARNE

Incentivar el consumo nacional y potenciar su presencia en uno de los principales canales de comercialización

ACTO PRESENTACIÓN ACUERDO en el Mercado Central de Valencia



- 1.000 charcuterías
- 8 CCAA / 15 ciudades
- 500.000 flyers informativos
 - 200.000 rasca y gana
- 50.000 blíster de Jamón Ibérico



Elegir nuestro Ibérico tiene premio



POR LA COMPRA DE UN PRODUCTO IBÉRICO

Te puedes llevar un **BLISTER DE JAMÓN IBÉRICO** de regalo y entrar en el **SORTEO* DE 100 JAMONES IBÉRICOS. Fácil, ¿verdad?**



#elRestauranteIbérico



Elegir nuestro Ibérico tiene premio

¡RASCA Y PRUEBA SUERTE!

¡FELICIDADES! HAS GANADO UN BLISTER DE JAMÓN IBÉRICO (1 PERDIZO Y 11 CHARCUTERÍA CARNEIRO)



Te puedes llevar un **BLISTER DE JAMÓN IBÉRICO** de regalo y además entrar en el **SORTEO* DE 100 JAMONES IBÉRICOS. Fácil, ¿verdad?**

¡Mira las condiciones en el dorsal!

¿Sigues con ganas de más productos ibéricos, verdad?

¡Participa en el **SORTEO DE 100 JAMONES IBÉRICOS!** Escanea este código y mucha suerte.



iberico
El punto de encuentro digital para los amantes de la gastronomía ibérica.



*Sorteo ante notario el 22 de diciembre de 2020



NEWSLETTER

BANNER WEB

RRSS – IG y FB



LA CARNE



SOCIOS

PORCENTAJE DE APERTURA

26,60%

CLICS EN ENLACES

5,10%

ENTREGAS EXITOSAS

1.075

SUSCRIPTORES

PORCENTAJE DE APERTURA

31,80%

CLICS EN ENLACES

6,70%

ENTREGAS EXITOSAS

179

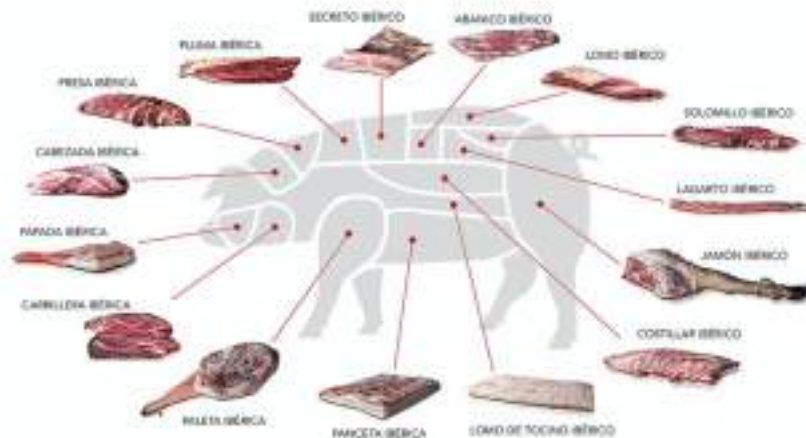


CALENDARIOS DE PUBLICACIONES PARA PROFESIONALES CON CEHE, EUROTOQUES Y CEDECARNE

COMUNICADO 1	COMUNICADO 2	COMUNICADO 3	COMUNICADO 4
<p>Origen, raza y alimentación, valores diferenciales del Jamón Ibérico</p> <ul style="list-style-type: none">- Vinculación del producto con la Península Ibérica.- Emblema y seña de identidad cultural- Sostenibilidad- Alternativa de futuro para el mundo rural, ayudando a combatir el reto demográfico y la cohesión territorial.	<p>Identificación y etiquetado de los Jamones y Paletas Ibéricos</p> <ul style="list-style-type: none">- Garantías- ÍTACA- Sistema de identificación con precintos (significado y diferencia con etiqueta o vitola)- APP Ibérico	<p>Ibérico, más allá del Jamón, Paleta y Lomo</p> <ul style="list-style-type: none">- Poner en valor los múltiples cortes de una carne excepcional.- Hablar del sabor, textura, versatilidad, son carnes tiernas, sabrosas y jugosas.- Propiedades saludables por la gran cantidad de magro y por el alto contenido en ácido oleico de su grasa.- Infografías con los diferentes cortes de carne.	<p>Partes de un Jamón Ibérico y el Arte del Corte a cuchillo</p> <ul style="list-style-type: none">- Partes del Jamón Ibérico- Infografía del Arte del corte, para facilitar su comprensión.- Consejos de conservación del producto (fuera del calor y los olores de la cocina, sitios frescos, sin la incidencia directa de la luz,...).- Recomendaciones de consumo (emplatados, loncheados al vacío, temperatura,...)



¿Conoces los cortes gourmet del Cerdo Ibérico?



Una carne fresca y sublime

La Carne Ibérica fresca es tan sublime que puede brillar con la misma fuerza que los productos curados. Los diferentes cortes de carne de cerdo Ibérico son cada vez más demandados y se han posicionado como productos gourmet de referencia en el mundo de la alta gastronomía.



Hablamos de carnes nobles que no necesitan prácticamente ningún ingrediente adicional para alcanzar la cota culinaria. **Piezas frescas y tiernas, especialmente sabrosas, jugosas, versátiles y de gran interés culinario y nutricional**, que se comportan de manera excelente en la cocina y tienen un sabor tan especial que las convierte en un auténtico manjar.

Además, poseen excelentes propiedades nutricionales, son fuente de nutrientes esenciales, aportan aminoácidos del grupo B, minerales como hierro, magnesio y fósforo, aminoácidos esenciales y proteínas de alto valor biológico. Asimismo, numerosos estudios científicos han demostrado que presentan **contenidos elevados en ácido oleico**, ácido graso monoinsaturado con reconocidas propiedades cardiovasculares.

No cabe duda de que el cerdo Ibérico se aprecian hasta los huesos y estas piezas de alto valor culinario evidencian que **hay productos Ibéricos exquisitos más allá de los reconocidos Jamones, Paletas y Lomos curados**.

Carrillera Ibérica

Es la pieza de carne magra que se extrae de los dos lados inferiores de la mandíbula, lo que le proporciona unas características especiales de disposición fibrosa con fibras entrecruzadas que confiere una textura singular.

Se caracteriza por su melosidad, rodeado de grasa intramuscular y jugosidad, debido a que son músculos muy ejercitados durante el periodo de alimentación.

La carrillera admite múltiples modos de preparación, asada y a la brasa, aunque principalmente se suele elaborar guisada. En algunos lugares, es conocido también como carrillada o presa de cara.



Carrillera Ibérica en su propia salsa con ensalada



Cabezada Ibérica con patata confitada

Cabezada Ibérica

Pieza de morfología triangular que se localiza a continuación del lomo en dirección craneal, en la parte baja del cuello, junto a la paila. Comparte con el lomo los mismos músculos, lo que le confiere gran firmeza.

Caracterizada por ser la pieza más vetada de grasa intramuscular y de aspecto marmóreo, destaca por ser muy sabrosa y tierna. Idónea para preparar a la brasa, plancha, frita o asada.



RESULTADOS RRPP

188 artículos publicados

44.514.019 impactos

900.857€ valor económico



TVE- La 1 :

[Link TVE](#)



2020	VOLUMEN	CONTACTOS	AVE
NdP CEHE	26 artículos	5.006.000	82.520 €
Clipping Día de la Tapa	16 artículos	119.682	34.334 €
Clipping Ruta del Ibérico	59 artículos	11.986.945	287.486 €
NdP Paradores	13 artículos	397.219	26.839 €
NdP Eurotoques	18 artículos	499.603	31.152 €
NdP Cedecarne	33 artículos	7.309.332	115.051 €
Clipping Diciembre	23 artículos	19.195.238	323.475 €
TOTAL	188 artículos	44.514.019 impactos	900.857 €

Madrid Directo:

[Link Madrid Directo](#)

ESTRATEGIA DIGITAL (RRSS)

¿Te imaginas un **RESTAURANTE DIGITAL** con todos los consejos e información posible sobre el **Jamón Ibérico** y cientos de recetas de chefs de toda España utilizando **presa, pluma, secreto, abanico, lomo o solomillo** de Cerdo Ibérico?
Nosotros no solo lo imaginamos... Sino que lo hemos hecho.



#elRestauranteIbérico: REDES SOCIALES (IG Y FB)



elrestauranteiberico #Chuletaiberica con salsa de mostaza y miel, esta es la receta que nos prepara hoy @elblogdecelestee en e#elRestauranteIbérico.Videoreceta completa en IGTV.

#elrestauranteiberico #restauranteiberico #iberico #jamoniberico #carnesibericas #cerdoiberico #jamon #foodie

84.598 reproducciones

17 DE SEPTIEMBRE



- 164.806 reproducciones
- 435 likes



- 162.400 reproducciones
- 749 likes

#elRestauranteIbérico: REDES SOCIALES (IG Y FB)





INSTAGRAM:	197 POSTS	OBJETIVOS	ALCANZADO	%
INSTAGRAM	REACH	6.000.000	26.309.702	438,50%
	INTERACCIONES	25.000	106.656	426,62%
	REPRODUCCIONES VÍDEO	5.000.000	5.367.322	107,35%
FACEBOOK	NUEVOS FANS	15.000	15.886	105,91%
	REACH	2.000.000	5.214.510	260,73%
	REPRODUCCIONES VÍDEO	2.500.000	2.780.099	111,20%
	CLICKS SITE	25.000	32.786	131,14%

FACEBOOK: 122 POSTS



OBJETIVO

Potenciar el consumo de ibéricos en todo el territorio español



RED SOCIAL

Instagram



INFLUENCERS

50 perfiles



CONTENIDO

1 vídeoreceta por perfil

1 story para sorteo



RESULTADOS CONSEGUIDOS

Datos	Conseguido
Influencers publicados	35
Likes Totales IG	86,3 K
Stories	114
Posts	35
Comentarios	3,9 K
Engagement rate medio	4,26 %



LAURA LOPEZ MON



Report Influencer

[@laura.lopezmon](https://www.instagram.com/laura.lopezmon)

Número de contenidos: 1 Post + 1 story

Likes totales: 9,8K

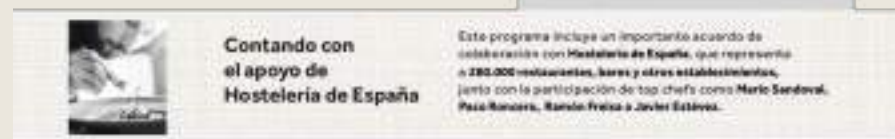
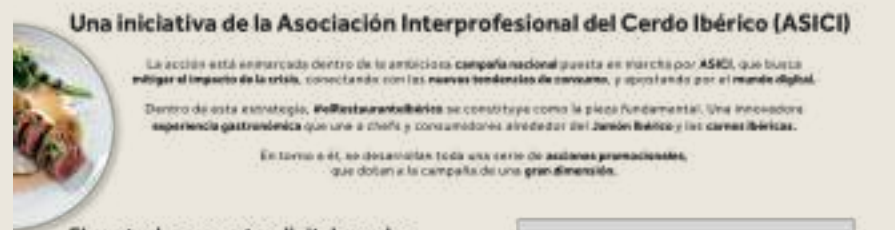
Comentarios totales: 171

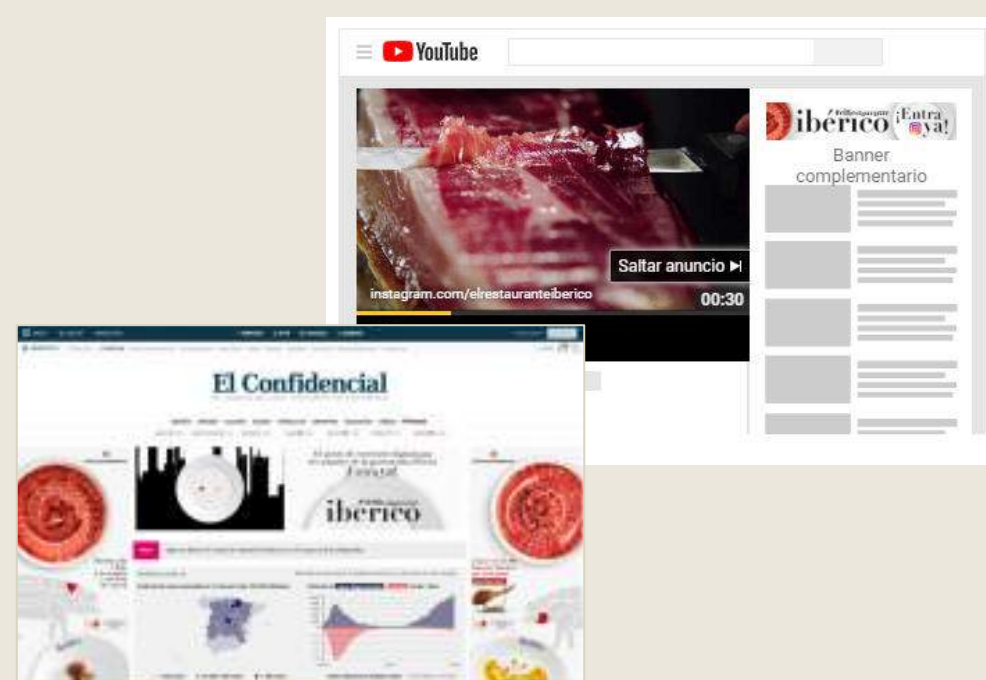




Resumen de campaña

- **TV On Demand**
 - MiTele
 - Movistar +
- **YouTube**
 - Pre-roll 30"
 - Pre-roll 15"
- **Brand Week**
 - El comidista
 - Buenavida
 - El País (Sección Economía + 5Días)
 - EPS (El País Semanal)
- **Brand Day**
 - El Confidencial
 - Marca
 - Vocento News (ABC + Regionales)
 - XL Semanal + Código Único + Summun
- **Regionales**
 - Gaceta de Salamanca
 - Diario de Sevilla
 - Diario de Huelva
 - Agrodigital
 - Ganadería
 - Hostelería
 - Diario de Córdoba
 - Hoy Extremadura







RESULTADO GLOBAL DE CIERRE CAMPAÑA

Hemos **superado los KPI's iniciales en todas las líneas de actuación.**
Menos Movistar+, Agrodigital y Diario de Huelva, que eran estimados.

Destaca: Brand Day en Marca/Vocento News, Youtube y Ganadería que superan con creces los resultados estimados inicialmente.

SOPORTE	CREATIVIDAD	FORMATO	KPI	#KPI	SPOTS	CONTACTOS	IMPRESIONES	CLICS	CTR	VEWS	VTR 100%	SERVIDO
MITELE	Spot 20"	Pre- Roll	Impresiones	500.000			525.458	1.679	0,32%	507.796	96,6%	105%
MOVISTAR+	Spot 20"	Spot Directo	Spots	300	300							100%
			Contactos Estimados	2.900.000		2.820.031						97%
	Spot 20"	Spot On Demand	Impresiones	300.000			300.122					100%
YOUTUBE	1290x258px	Banner	Impresiones	6.000.000			5.720.943	4.125	0,07%			95%
	Hasta 30"	True View Pre-Roll	Views	400.000			1.005.039	1.433	0,14%	630.386	62,7%	251%
EP (S.Economía) + 5Días	Hasta 30" no saltable	True View Pre-Roll	Impresiones	900.000			951.542	4.092	0,43%	825.528	86,8%	106%
	-	Brand Week	Impresiones	3.000.000			2.187.202	6.998	0,32%			
	-	Brand Day Secciones	Impresiones	-			2.696.778	7.371	0,27%			163%
BUENA VIDA	-	Brand Week	Impresiones	1.000.000			1.140.617	3.801	0,33%			114%
EL COMIDISTA	-	Brand Week	Impresiones	1.500.000			2.654.290	8.511	0,32%			177%
EPS	-	Brand Week	Impresiones	1.200.000			1.473.260	7.461	0,51%			123%
EL CONFIDENCIAL	-	Brand Day	Impresiones	4.000.000			4.956.090	7.458	0,15%			124%
MARCA	-	Brand Day	Impresiones	3.500.000			12.692.401	31.124	0,25%			363%
VOCENTO (ABC+ Regionales)	-	Brand Day	Impresiones	10.000.000			16.626.375	67.033	0,40%			166%
XL SEMANAL+C.ÚNICO+SUNMUN	-	Brand Day	Impresiones	375.000			415.945	1.927	0,46%			111%
LA GACETA DE SALAMANCA	-	Careta	Impresiones	250.000			255.601	852	0,33%			102%
DIARIO DE SEVILLA	Roba Doble 300x600px	Banner	Impresiones	300.000			300.050	1.055	0,35%			100%
DIARIO DE HUELVA	300X200px	Banner fijo	Impresiones estimadas	500.000			227.000	12	0,01%			45%
DIARIO DE CÓRDOBA	300X600px / 980X250px	Banner	Impresiones	250.000			250.501	545	0,22%			100%
HOY EXTREMADURA	Roba Doble 300x600px	Banner	Impresiones	180.000			180.034	618	0,34%			100%
AGRODIGITAL	350X130px	Banner fijo	Impresiones estimadas	500.000			325.979	967	0,30%			65%
GANADERÍA	1128x120px	Megabanner	Impresiones	5.000			123.707	258	0,21%			2474%
HOSTELERIA	300X250px	Banner	Impresiones	30.000			31.780	76	0,24%			106%
TOTAL				37.590.300	300	2.820.031	55.040.714	157.396	0,29%	1.963.710	3,6%	



MOVISTAR



PERIODO

28 sept. – 4 oct.

SPOTS: 300

SPOT DIRECTO

- CONTACTOS ESTIMADOS: 2.900.000
- CONTACTOS ALCANZADOS: 2.820.031

SPOT ON DEMAND

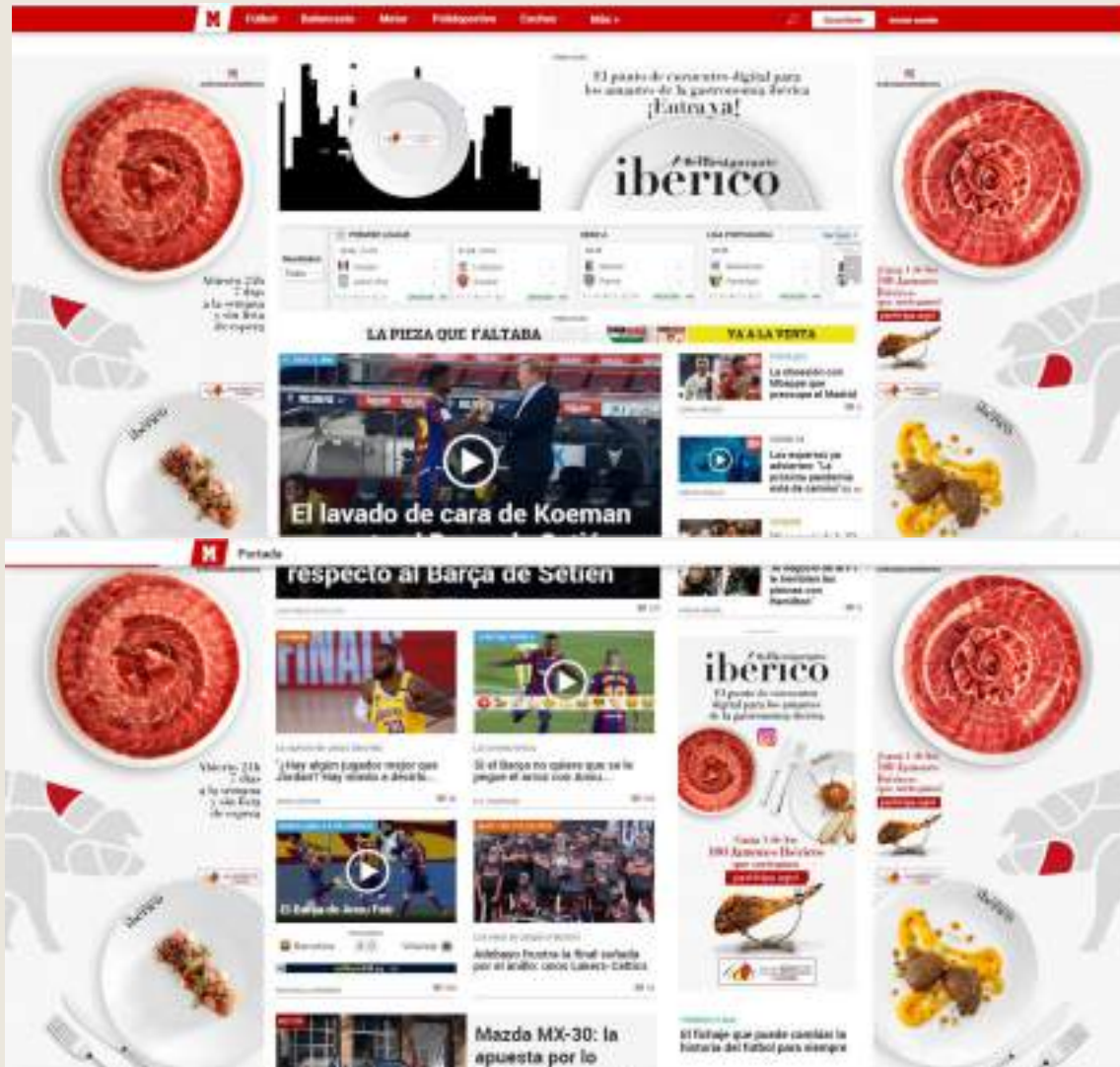
- IMPRESIONES CONTRATADAS: 300.000
- IMPRESIONES ALCANZADAS: 300.122

BANNER

- IMPRESIONES CONTRATADAS: 6.000.000
- IMPRESIONES ALCANZADAS: 5.720.943
- CLICS: 4.125
- CTR: 0,07%



MARCA



PERIODO

28 Septiembre

IMPRESIONES ESTIMADAS

3.500.000

IMPRESIONES SERVIDAS

12.692.401

CLICS

31.124

CRT

0,25%

* El CTR óptimo es de 0,15%

+9.192.401
impresiones
(262,6%)



VOCENTO NEWS (ABC + regionales)

PERIODO

22 Octubre

IMPRESIONES ESTIMADAS

10.000.000

IMPRESIONES SERVIDAS

16.626.375

CLICS

CRT

67.033 0,40%

+6.626.375
impresiones
(66,2%)





PERIODO

15 al 31 julio / 21 sept. - 4 oct.

VIEWS CONTRATADAS

400.000

CLICS

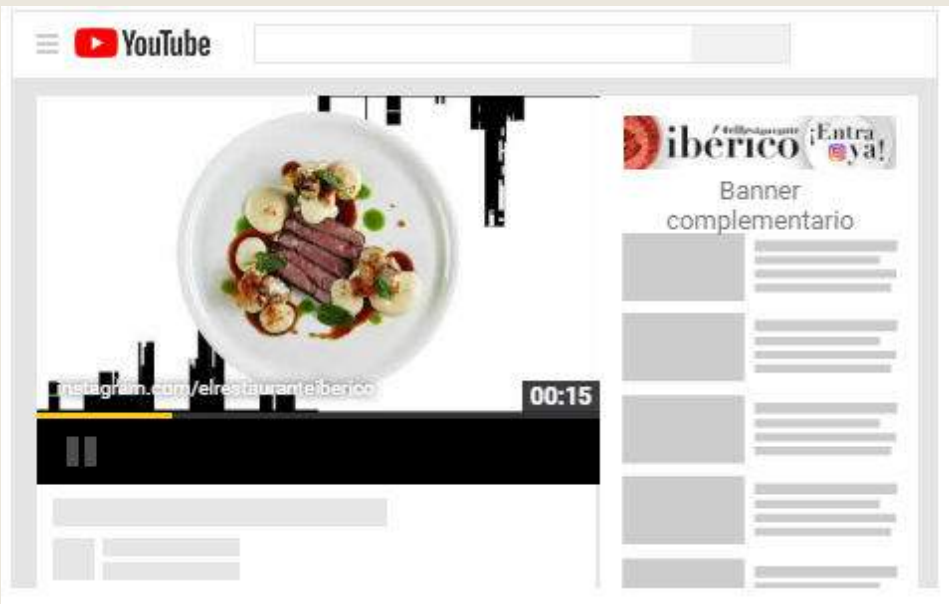
5.527

VIEWS ALCANZADAS

629.280

VIEWS COMPLETAS

62,7%.



PERIODO

15 al 31 julio / 21sept – 11oct

IMPRESIONES CONTRATADAS

900.000

IMPRESIONES SERVIDAS

951.542



14.389 inscritos

- LANDING PAGE
- Creación y desarrollo de BASE DE DATOS
- EMAIL MARKETING (boletines informativos, eventos, concursos,...)





OBJETIVO

Involucrar a las empresas del sector en la campaña para amplificar su alcance y conseguir:

1. Vincular mundo on-line con off-line.
2. Las industrias ofrecen posibilidad de ganar uno de los 100 Jamones Ibéricos a sus clientes.

Desde esta NEWSLETTER podían:

- Acceder al perfil de #elRestauranteIbérico .
- Solicitar flyers
- Descargar los diferentes materiales creativos de la campaña para usarlos en sus herramientas comunicativas (web, redes,...)

16 empresas

4.800 flyers

#elRestauranteIbérico

Te presentamos el primer restaurante digital del mundo para los amantes de la gastronomía ibérica, que cuenta en sus fogones con más de 50 chefs de toda España y con el Jamón Ibérico y las Carnes Ibéricas como absolutos protagonistas.

Un "especial" con consejos de consejos sobre el Jamón Ibérico y siendo reconocidos chefs elaborarán vanguardias recetas con las Carnes Ibéricas como ingrediente principal.

Abierta 24 horas, los 7 días de la semana y, lo mejor de todo, sin lista de espera.

Una iniciativa de la Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (AGCI), impulsada dentro de su ambiciosa campaña nacional para incentivar el consumo y potenciar la presencia de los productos ibéricos en los principales canales de comercialización.

100 razones para participar en esta promoción

Desde AGCI, queremos invitarte a participar en una promoción que, además de poner en valor al Jamón Ibérico, estamos seguros de que incentivará tus ventas entre tus clientes.

Un sorteo de 100 Jamones Ibéricos en el que podrás participar los compradores de tus productos.

Al formar parte de esta promoción, se enviaremos unos folletos que podrás incorporar a tus envíos para dar visibilidad al sorteo entre tus clientes y potenciar tus ventas.

Lo único que tienes que hacer para formar parte de esta promoción es **confirmar tu participación voluntaria a esta promoción.**

Descarga **aquí** todos los materiales de #elRestauranteIbérico

A través de este enlace, puedes descargar todos los materiales de #elRestauranteIbérico para usarlos en tus herramientas comunicativas (web, redes sociales,...), e incentivar la participación entre tus seguidores en la promoción.

OTRAS ACCIONES DE PROMOCIÓN

- ✓ Visita Universidad Autónoma de Chapingo (MÉXICO)
- ✓ Día Internacional de Japón
- ✓ Premios Qcom a la "Mejor Campaña de Promoción Exterior por #HamPassionTour"
- ✓ Mesa Debate Diario HOY
- ✓ Encuentro Nacional del Ibérico (Jabugo)

✓ Visita Universidad Autónoma de Chapingo (MÉXICO)

Visita de una delegación de profesores y alumnos del departamento de Ingeniería Agroindustrial de la Universidad Autónoma de Chapingo (México) para conocer el proceso de elaboración de uno de los productos más emblemáticos de la cultura española, el Jamón Ibérico.



✓ Día Nacional de Japón

- ✓ El Jamón Ibérico, uno de los mejores embajadores de la cultura española, fue uno de los protagonistas durante la recepción organizada por la Embajada de Japón en España durante la celebración del natalicio del Emperador.

Representantes de ASICI explican a las numerosas autoridades asistentes a la recepción, como el Embajador de Japón, Hiramatsu, o la presidenta del Congreso, Meritxell, las peculiaridades y garantías del Jamón Ibérico durante la celebración del Día Nacional de Japón.



✓ Premios Qcom a la
“mejor Campaña de
Promoción Exterior
2018 por
#HamPassionTour

ASICI recibe el premio a la “Mejor Campaña de Promoción Exterior 2018 por #HamPassionTour en los Premios QCOM. Reconocimiento que refuerza la apuesta apasionada del sector Ibérico por la internacionalización.



Mesa Debate

Diario HOY

- ✓ Ayudas públicas al Sector Agropecuario en tiempos de Covid-19

ASICI participa en la Mesa de Debate del Diario HOY “Ayudas Públicas al Sector Agropecuario en tiempos de la Covid-19” junto a la Junta de Extremadura y Cooperativas de Extremadura para analizar y exponer cuál es la situación que atraviesa el sector del Ibérico

“La rápida respuesta en la contracción sectorial del sector Ibérico está soportada, probablemente, en el nivel de información sólida, fiable y global que hoy en día maneja el sector gracias al sistema ÍTACA” Antonio Prieto, presidente de ASICI.



“Uno de los problemas que había en el Ibérico era la falta de información, hoy en día y gracias a ASICI existe una transparencia en los datos que permite tomar decisiones estratégicas inmediatas”, Antonio Cabezas, director general Agricultura y Ganadería de la Junta de Extremadura

✓ Encuentro Nacional del Ibérico. JABUGO 2020

ASICI presentó en el Encuentro Nacional del Ibérico (Jabugo) el Decálogo que recoge los principales trabajos que realiza para generar valor añadido en el sector Ibérico y sus producciones



J
ENCUENTRO NACIONAL
DEL IBÉRICO
JABUGO 2020



✓ Premios Porc D'or Ibérico

- ✓ Coorganizadores de los Premios
- ✓ Saluda del presidente en apertura de la gala
- ✓ Manifiesto Porcino con la participación de presidente y director gerente
- ✓ Presencia ASICI en plan de comunicación
- ✓ Proyección spot
- ✓ Visibilidad logotipo ASICI en soportes
- ✓ Feria Virtual Porc d'Or: stand online 3D con diversos folletos informativos y promocionales

ASICI participa como patrocinador y coorganizador en la CUARTA edición de los premios “Porc D’or Ibérico”, en esta ocasión VIRTUAL.

Una iniciativa del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) en colaboración con el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.



ASICI_MEMORIA 2020

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Información y Promoción de los Productos Ibéricos

- **HAM PASSION TOUR – MERCADO INTERIOR (Año 3)**
- **HAM PASSION TOUR – TERCEROS PAÍSES (Año 3)**
- **EL RESTAURANTE IBÉRICO**
- **OTRAS ACCIONES PROMOCIONALES**