
Jamones Ibéricos de
España



MEMORIA 2021



Jamones Ibéricos de España

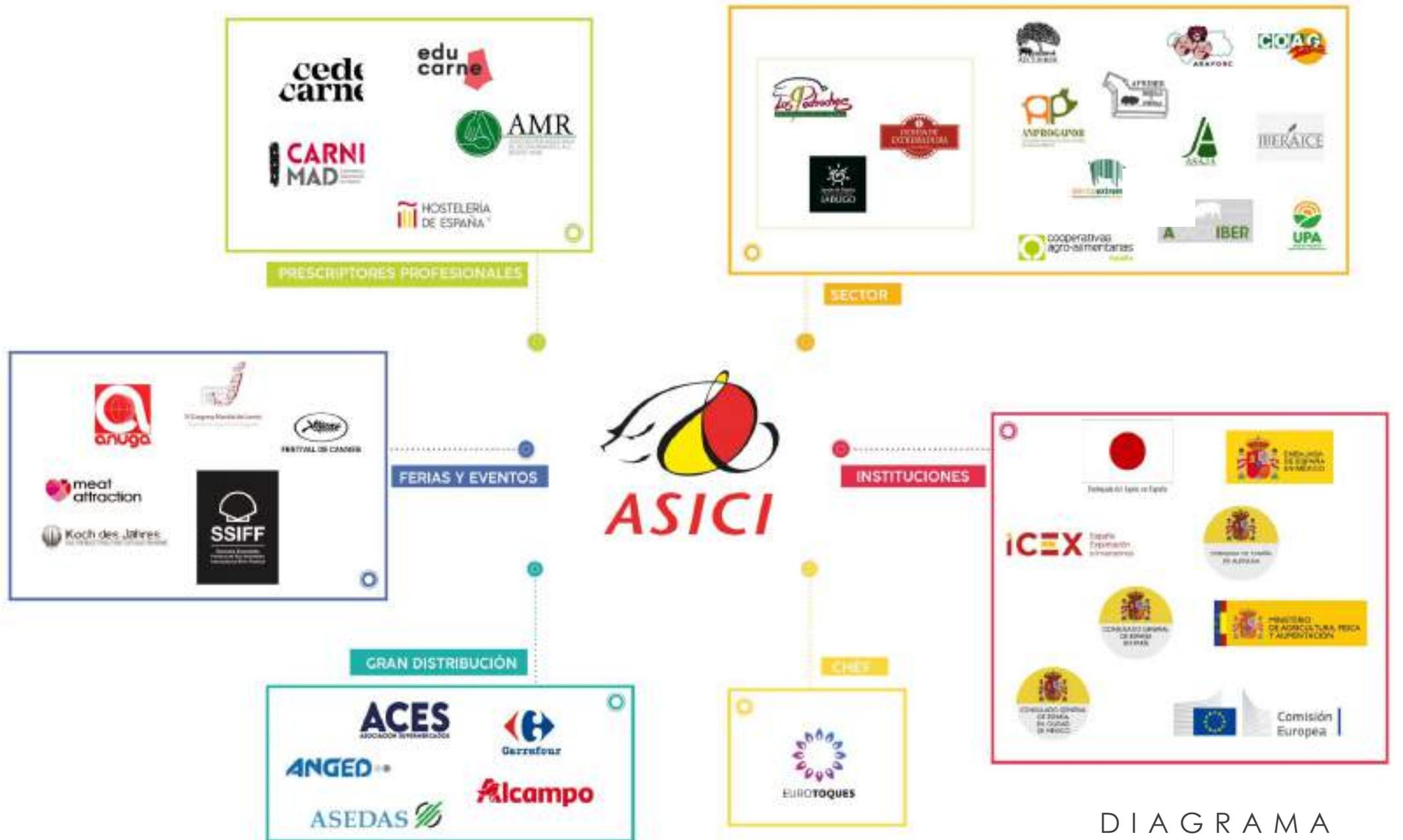


DIAGRAMA
RELACIONES ASICI

MERCADOS

Jamones Ibéricos De España

EMBAJADORES
DE EUROPA EN
EL MUNDO

Ambassadors World
Project

**MERCADO
INTERIOR**

**España
Alemania
Francia**

CHINA

MÉXICO

LA CAMPAÑA

EL PROGRAMA DE PROMOCIÓN EUROPEO
MÁS IMPORTANTE REALIZADO POR EL SECTOR
IBÉRICO EN SU HISTORIA.

Necesitamos despertar en todo el mundo lo que ya
muchos sentimos con el Jamón Ibérico:
el “Sentido Ibérico”.



Campaña emocional

Un concepto vivo que
invita a probar, a
descubrir, a disfrutar
del Jamón Ibérico, y
que marca un nuevo
posicionamiento para
el sector.

Entorno Aspiracional

ASICI persigue estimular
al mundo entero para
que despierte su
“Sentido Ibérico” y se
deleite con el sabor
inconfundible del
Jamón Ibérico.



Despierta tu SENTIDO IBÉRICO

Ambassadors World Project

DESPIERTA TU SENTIDO IBÉRICO

JAMONES IBÉRICOS DE ESPAÑA
EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

¿Sabían que como que solo hemos diez embajadores?
Con el Jamón Ibérico es un producto de calidad que
tiene la capacidad de despertar todos los sentidos.
El Jamón Ibérico.

Es un producto que te lleva a la esencia de lo que nosotros...
aquí en España, se sabe hacer y disfrutar al máximo.

¡Pruébalo! El Jamón Ibérico es un producto de calidad...
solo se puede hacer en España.

jamonesibericos.eu
#jamonesibericos #embaajadoresdeeuropa

ENJOY IT'S FROM EUROPE

LA UNIÓN EUROPEA FOMENTA LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS

EUAgripromo

COMISIÓN EUROPEA CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA

Logo of Jamones Ibéricos de España and the European Union.

ERWECKEN SIE IHREN SINN FÜR IBÉRICO

JAMONES IBÉRICOS AUS SPANIEN
DIE BOTSCHAFER EUROPAS IN DER WELT

Wir glauben, alles über uns zu wissen, aber... Was ist, wenn wir noch etwas Neues zu entdecken haben? Etwas, das wir alle, ohne es zu wissen, in uns tragen: den **iberischen Sinn**.

Ein Sinn, der aus der mediterranen Kultur kommt, aus der Verbindung von etwas so Einzigartigem wie dem **Jamón Ibérico** und etwas so Außergewöhnlichem wie einer besonderen Lebensart.

Das ist der **iberische Sinn**.
Du musst ihn nur erwecken.

jamonesibericos.eu
#erweckensihrensinnfüriberico www.jamonesibericos.eu

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Logo of Jamones Ibéricos de España, the European Union, and EUAgripromo.



#EUAgripromo

DIE EUROPÄISCHE UNION UNTERSTÜTZT KAMPAGNEN, DIE LANDWIRTSCHAFTLICHE TRADITIONEN FÖRDERN.



Der Inhalt dieser Werbekampagne gibt lediglich die Ansichten des Autors wieder und liegt in seiner alleinigen Verantwortung. Die Europäische Kommission und die Europäische Exekutivagentur für die Forschung (REA) übernehmen keinerlei Verantwortung für eine etwaige Weiterverwendung der darin enthaltenen Informationen.



Acciones Resultados Inversión

2021



ACCIÓN	IMPACTOS	INVERSIÓN	Coste / impacto
DESPIERTA TU SENTIDO IBÉRICO. MERCADO INTERIOR (Francia, Alemania y España)	644.425.620	1.328.414,09€	0,002€
DESPIERTA TU SENTIDO IBÉRICO. MÉXICO	38.131.176	553.712,75€	0,014€
DESPIERTA TU SENTIDO IBÉRICO. CHINA	99.824.736	1.088.657,94€	0,010€
OTRAS ACCIONES PROMOCIONALES NACIONALES	7.550.334	58.980,09€	0,0078€
TOTALES	789.931.866	3.029.764,87€	0,0038€

Jamones Ibéricos De España

EMBAJADORES
DE EUROPA EN
EL MUNDO

Jamones Ibéricos de
España

MERCADO INTERIOR



ACTIVIDADES

1 GABINETE DE PRENSA y RR.PP

2 EVENTOS PARA PRENSA

2.1 Acto de presentación

3 SITIO WEB

4 MEDIOS SOCIALES

5 Proyecto BIG DATA

6 PUBLICIDAD

- 6.1 Prensa
- 6.2 Publicidad Televisión (Nueva)
- 6.3 Publicidad Online

7 INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN

8 VÍDEOS PROMOCIONALES

Ambassadors World
Project

9 TALLERES CÁMARA DE COMERCIO

10 SPONSORIZACIÓN DE EVENTOS:

- 10.1 Patrocinio Festival de Cine de Cannes (Cancelada)
- 10.2 Concurso Internacional “Mejor cocinero del Año” (Nueva)
- 10.3 Concurso Internacional mejor cocinero ANUGA (Nueva)
- 10.4 Concurso Internacional de corte de Jamón Ibérico (en colaboración con el Congreso Mundial del Jamón Curado) (Nueva)
- 10.5 Concurso Internacional de corte de Jamón Ibérico en Escuela de Hostelería (Nueva)
- 10.6 Patrocinio Festival Internacional de Cine de San Sebastián

11 SESIÓN FOTOGRÁFICA

12 ARTES FINALES

13 CHEFS EMBAJADORES

14 ACCIÓN INFORMATIVA TRADE y HORECA

ACCIONES	RESULTADOS IMPACTOS	INVERSIÓN
GABINETE DE PRENSA Y RRPP	528.126.749	103.315,87€
EVENTOS PARA PRENSA. Acto de presentación	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	62.134,50€
SITIO WEB	38.677	20.700,00€
MEDIOS SOCIALES (alcance)	Incluido en Publicidad Online	40.940,00€
PROYECTO BIG DATA	—	34.500,00€
PUBLICIDAD EN PRENSA (contactos profesionales)	880.832	22.691,55€
PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN	28.822.000	54.600,00€
PUBLICIDAD ONLINE (RRSS, branded content, TV on demand, google search, , Youtube, programática...)	86.555.037	298.410,00€
INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN	—	24.753,75€
VÍDEOS PROMOCIONALES	—	161.825,69€
TALLERES CÁMARA DE COMERCIO (alumnos)	43	59.355,18€

ACCIÓN	RESULTADOS IMPACTOS	INVERSIÓN
SPONSORIZACIÓN DE EVENTOS. Mejor Cocinero del Año (Semifinal en BONN)	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	7.935,00€
SPONSORIZACIÓN DE EVENTOS. Mejor Cocinero del Año (Final en ANUGA)	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	13.020,30€
SPONSORIZACIÓN DE EVENTOS. Festival Internacional de Cine de San Sebastián	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	107.897,76€
SPONSORIZACIÓN DE EVENTOS. Concurso Internacional de Corte de Jamón Ibérico (CMJC)	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	21.926,49€
SPONSORIZACIÓN DE EVENTOS. Concurso Internacional de Corte en Escuelas de Hostelería	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	14.371,94€
ARTES FINALES (producción, traducciones y envíos)	—	48.244,42€
CHEFS EMBAJADORES	—	47.660,55€
ACCIÓN INFORMATIVA TRADE Y HORECA	2.282 contactos	31.957,44€
RESERVA DE PRODUCTO	—	56.808,06€
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	—	5.475,00€
COSTES DE PERSONAL	—	65.228,36€
OTROS COSTES DIRECTOS (avales, auditoría y dietas)	—	22.053,08€
COSTES INDIRECTOS * (4% de costes de personal, no incluidos en costes total de inversión)	—	2.609,13€
TOTAL	644.425.620	1.328.414,09€

1

Gabinete de Prensa y RRPP

- **Gabinete de prensa siempre activo** por país para la **generación de contenidos, organización de actividades, convocatorias a eventos, contactos con medios y seguimiento de las publicaciones.**
- Generación de **notas de prensa.**
 - 8 Notas de Prensa en España**
 - 5 Notas de Prensa en Alemania**
 - 4 Nota de Prensa en Francia**
- **Kick off meeting** puesta en marcha.
- **Acuerdos con influencers y blogueros.**
- **18 Clippings mensuales** (9 en España, 6 en Alemania y en Francia)

1.

Con el apoyo de la UE espera despertar el “Sentido Ibérico” en más de 300 millones de consumidores

ASICI LANZA LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL MÁS IMPORTANTE REALIZADA POR EL SECTOR IBÉRICO EN SU HISTORIA

El acto de presentación ha contado con la presencia del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas; junto con Antonio Prieto, presidente de ASICI; y los chefs embajadores mundiales de la campaña: el español Mario Sandoval, el alemán Christian Sturm-Willms, la francesa Amandine Chaignot, el mexicano Carlos Gaytán o el chino Vicky Cheng

“Jamones Ibéricos de España, Embajadores de Europa en el Mundo” impulsa el primer Concurso Internacional de Corte de Jamón Ibérico

La guía definitiva para despertar el “Sentido Ibérico” en Navidad

Claves para elegir un auténtico Jamón Ibérico sin ser un experto

Concurso “Cocinero del Año”

EL JAMÓN IBÉRICO, PROTAGONISTA DE UNO DE LOS EVENTOS GASTRONÓMICOS CON MAYOR REPERCUSIÓN EN ALEMANIA DE LA MANO DEL CHEF CHRISTIAN STURM-WILLMS

JAMONES IBÉRICOS DE ESPAÑA, EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO, CON LOS DEPORTISTAS OLÍMPICOS EN TOKIO 2020

JAMONES IBÉRICOS de España

Embajadores

DE EUROPA EN EL MUNDO



INVITACIÓN

Desde la Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI) te animamos a asistir al gran evento de presentación del Programa de Promoción Europeo más importante realizado por el sector ibérico en su historia.

El acto contará con la presencia de los máximos representantes del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y del Sector Ibérico, así como los embajadores de los Jamones Ibéricos de España:

Mario Sandoval
Chef Embajador Mundial,
con dos estrellas Michelin

Christian Sturm-Willms
Chef alemán con una estrella Michelin

Amandine Chaignot
Jurado de Masterchef Francia

Carlos Gaytán
Primer chef mexicano en recibir una estrella Michelin

Vicky Cheng
Chef chino con una estrella Michelin
Puesto 16 en el Asia's 50 Best Restaurants 2021



¿DÓNDE?

AUDITORIO
CASA DE AMÉRICA
Paseo Chelas, s/n, 28014
MADRID

¿CUÁNDO?

06
OCTUBRE
12:00 h

¡TE ESPERAMOS!



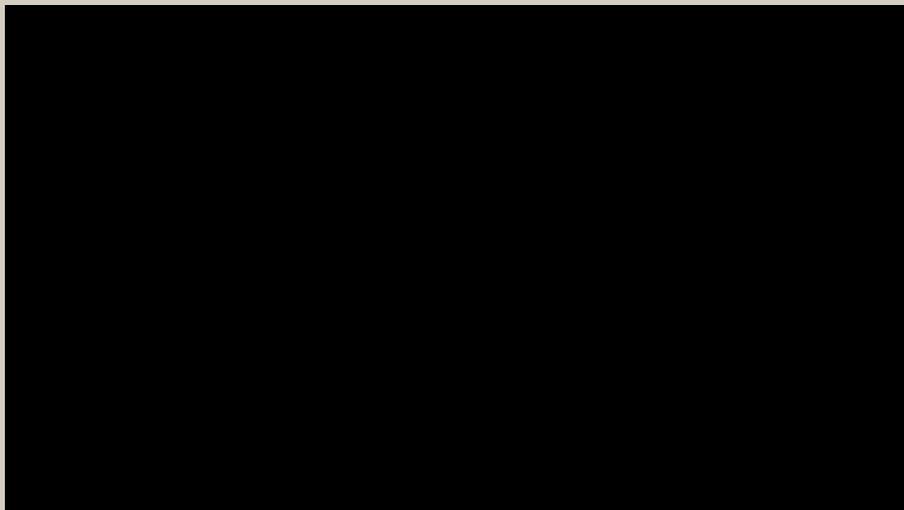
Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI)

Los jamones ibéricos de España son un producto de calidad protegido por la Unión Europea.



1. Videonoticia

Europa Press -
ESPAÑA



DPA - FRANCIA

DPA - ALEMANIA



Acción especial con influencer



POTS Y STORIES
PATROCINADOS

Cuentas alcanzadas: **356.011**

Impresiones: **201.905**

Interacciones: **16.200**

Actividad: **3350**

Acceso a **@jamonesibericos_eu**: **627**

1. *RELACIONES PÚBLICAS - Kick Off Meeting Point*



1. Repercusión en Medios de Comunicación

ESPAÑA

651 artículos
76.071.000 impactos

ALEMANIA

101 artículos
397.112.357 impactos

FRANCIA

25 artículos
54.943.392 impactos

El sector del ibérico invertirá 12 millones en promocionarse en Francia, Alemania, China y México

HOY Sociedad | Mario Sandoval, embajador de la nueva campaña internacional del sector ibérico

Mario Sandoval, embajador de la nueva campaña internacional del sector ibérico

La Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI) pone en marcha Jamones Ibéricos de España, Embajadores de Europa en el Mundo, una campaña internacional impulsada por el sector ibérico, con el apoyo decidido de la UE y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Una manera de despertar el sentido ibérico de los consumidores a través de las elaboraciones de chefs conformada por la francesa Sandrine Chaignot, el alemán Christian Sturm-Willms, el mexicano Carlos Gaytán o el chino Vicky Wang. Todos ellos liderados por el chef Mario Sandoval como embajador mundial del Jamón Ibérico. Con esta campaña internacional, el sector ibérico espera despertar en todo el mundo lo que ya muchos conocen intimamente con el Jamón Ibérico: el Sentido Ibérico. Una iniciativa de lo más sensitiva con la que se pretende conquistar a más de 300 millones de consumidores en España, Francia, Alemania y México, además de llegar por primera vez a un mercado de enorme potencial como China.

Buscar europapress

Mario Sandoval, embajador de la nueva campaña internacional del sector ibérico

El jamón ibérico, protagonista de uno de los eventos con mayor repercusión en Alemania

“Las personas que aman comer siempre son las mejores personas”. Así lo explica Christian Sturm-Willms, el nuevo embajador alemán de la campaña de promoción “Jamones Ibéricos Ambassadors World Project. Embajadores de Europa en el mundo” puesta en m...

Jamones Ibéricos de España, embajadores de Europa en el mundo, con los deportistas Olímpicos en Tokio 2020

¿Se sabe qué tienen en común el Jamón Ibérico y el espíritu olímpico que el Jam...

El chef Christian Sturm-Willms, nuevo embajador de la campaña promocional de ASICI en Alemania

El cocinero alemán Christian Sturm-Willms es el nuevo Embajadores World Project. Embajadores de Europa en el mundo. Como embajador de los Jamones...

Asici homenajea con un jamón ibérico la carrera de Karra Elejalde

El presidente de la Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI), Antonio Prieto, ha hecho entrega hoy de un Jamón Ibérico al actor Karra Elejalde en el marco de la 69ª edición del Festival Internacional de Cine de San Sebastián...

El Jamón Ibérico en el Festival de cine de San Sebastián

El presidente de la Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI), Antonio Prieto, ha hecho entrega de un Jamón Ibérico al actor Karra Elejalde en el marco de la 69ª edición del Festival Internacional de Cine de San Sebastián, como reconocimiento a una sólida carrera repleta de éxitos. «Lo acepto encantado, orgulloso y agradecido. Hay que ser gilipollas para que no te guste el Jamón Ibérico. Cualquier momento es bueno para celebrarlo. Soy un loco del Jamón Ibérico» ha declarado el actor vitoriano que forma parte del elenco de La Fortuna, la serie de Alejandro Amenábar presentada estos días en el festival.

Sentimiento
100% Positivo
0% Negativo

Resultados

1.

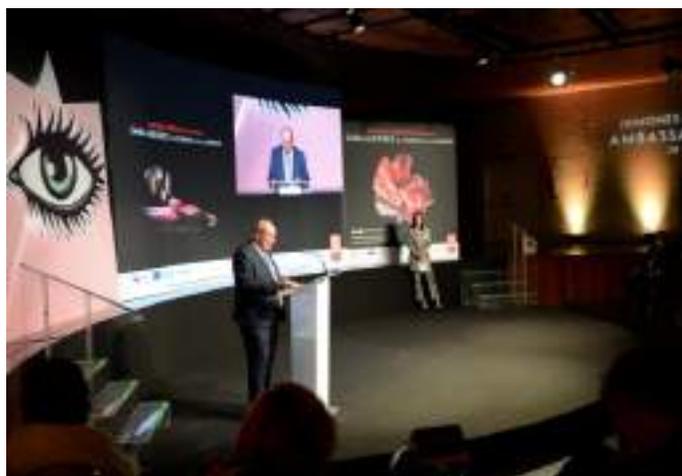


VALORACIÓN ECONÓMICA

2.703.873 €

6 DE OCTUBRE 2021

2. *Acto de Presentación Mundial de la campaña*



2. *Acto de Presentación Mundial de la Campaña*



3. *Sitio web*

ESPAÑA
30.201 Web Session

FRANCIA
5.600 Web Session

ALEMANIA
2.876 Web Session

▶ HOME : <https://jamonesibericoseu.eu/>



EMBAJADORES:

▶ <https://jamonesibericoseu.eu/embajadores/>



INFLUENCERS:

▶ <https://jamonesibericoseu.eu/hola-hello-salut-hallo-ni-hao-ya/>



PRENSA:

▶ <https://jamonesibericoseu.eu/prensa>



4.

Medios Sociales

- Estrategia anual de redes sociales adaptada a cada país
- Adaptación y mantenimiento de los perfiles de FB e IG, común para los 3 países
 - Creación de contenidos propios
 - Dinamización de RRSS
- Informes mensuales y medición de impactos por mercado

2 PERFILES SOCIALES

**1 Perfil GLOBAL Facebook
(ES, DE, Fr)**

**1 Perfil Global del Proyecto
en Instagram**

**288 CONTENIDOS EN
TOTAL PUBLICADOS**

Perfil Global Proyecto



jamonesibericos_eu Enviar mensaje

449 publicaciones 5.934 seguidores 363 seguidos

Jamones Ibéricos EU
Producto/servicio:
El Sentido Ibérico
Le Sens Ibérique
Der iberische Sinn
El Sentido Ibérico
jamonesibericos_eu

gordillo_rando, meaviri, reformabmesa y 57 personas más siguen esta cuenta

TOP C... Meat A... Concur... Sorteos Mexico II México Presen...

PUBLICACIONES REELS VÍDEOS ETIQUETADAS

@jamonesibericos_eu



Perfil Mercado Interior



JAMONES IBÉRICOS FROM SPAIN
IBÉRICOS FROM SPAIN
AMBASSADORS OF EUROPE
IN THE WORLD

JAMONES IBÉRICOS FROM SPAIN
AMBASSADORS OF EUROPE
IN THE WORLD

Ham Passion Tour EU
@JamonesIbericosEU 5 (87 opiniones)
Alimentos y bebidas

Inicio Opiniones Vídeos Más + Promocionar

Álbumes + Crear álbum Ver todos

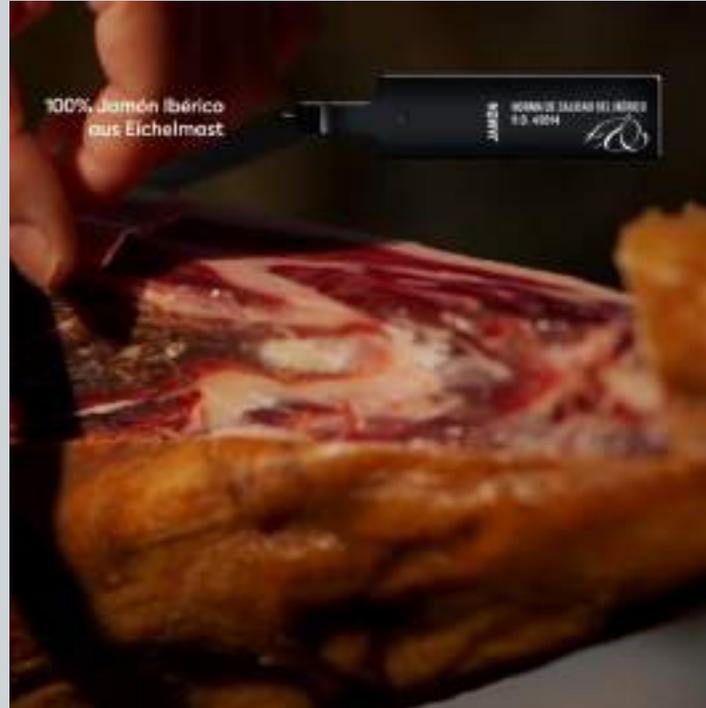
Fotos de portada 7 elementos
Fotos del perfil 7 elementos
Iberian Ham Tasting 5 elementos
Press Trips 2019 71 elementos

Todas las fotos Agregar fotos

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



CONTENIDOS: variedad de temáticas y formatos



5.

Proyecto Big Data

Estudio del **comportamiento del consumidor de Jamón Ibérico en entornos digitales** y en los mercados destinatarios (**España, Francia, Alemania, México y China**) con la intención de **mejorar la Reputación Online** del producto, **Notoriedad** y **crear una Imagen** potente a su alrededor

Huella Digital. Cualificación y cuantificación de **todas referencias existentes en Internet alrededor del Jamón Ibérico** y otras variedades del producto (competencia).

Digital Consumer Intelligence. **Comportamiento de compra** del consumidor online. **Hábitos y motivación** de compra. Fechas clave de compra. Ticket medio, **volumen de compra**, dónde compra el producto...

Keyword research. Análisis de las **palabras clave** que están en la **mente del usuario cuando realiza una búsqueda en Internet** y cuantificación de la demanda en buscadores alrededor del Jamón Ibérico y su competencia.

Benchmark. Evolución de mercado y **tendencias de ventas**. Análisis de los competidores. Productos sustitutos. **Precio medio del producto vs producto sustitutivo.**

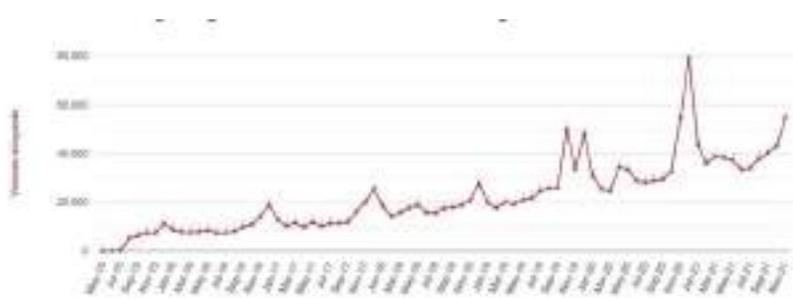
E-strategy. Metodología Business Intelligence que permite la **recogida y organización de los datos** obtenidos en el estudio, con el objetivo de **elaborar conclusiones relevantes que ayuden a optimizar la estrategia y a elaborar el plan de acción.**

Social Listening. Análisis de **conversaciones y menciones en todo Internet alrededor del Jamón Ibérico** y su competencia.

ESPAÑA: JAMÓN IBÉRICO



VOLUMEN DE BÚSQUEDAS



Top Questions

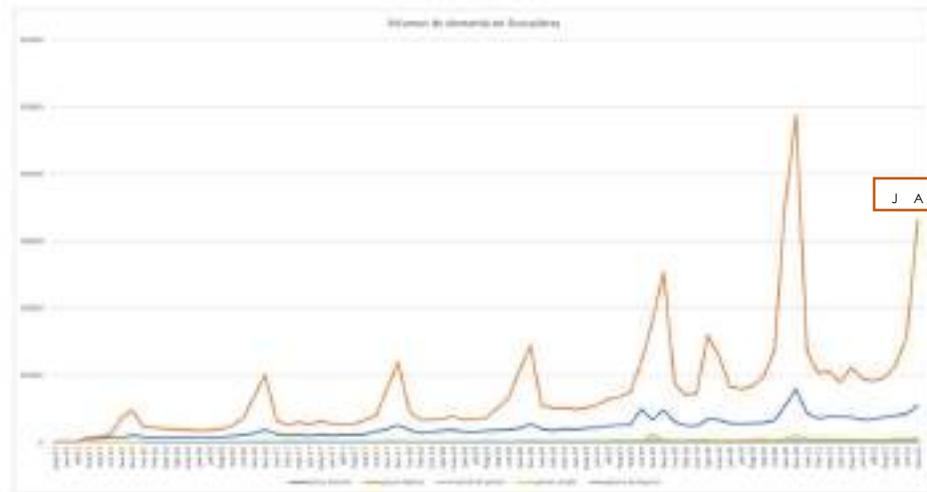
Question	Views	Answers	Score
¿cómo cortar jamón ibérico?	300	30.38	37
¿qué es jamón ibérico?	80	38.07	11
¿qué es el jamón ibérico?	80	38.07	11
¿cuál es el mejor jamón ibérico?	80	30.45	300
¿cómo empacar un jamón ibérico?	75	190	48
¿cómo comprar jamón ibérico?	60	32.77	100
¿cuanto para un jamón ibérico?	49	33.33	32
¿cuanto pesa un jamón ibérico?	40	33.37	100

- **Crecimiento exponencial** en el **volumen de búsquedas de “Jamón Ibérico”**
- **Top Questions:** “¿Cómo cortar Jamón Ibérico?”



Evidencia la importancia de la Formación en torno al Jamón Ibérico.

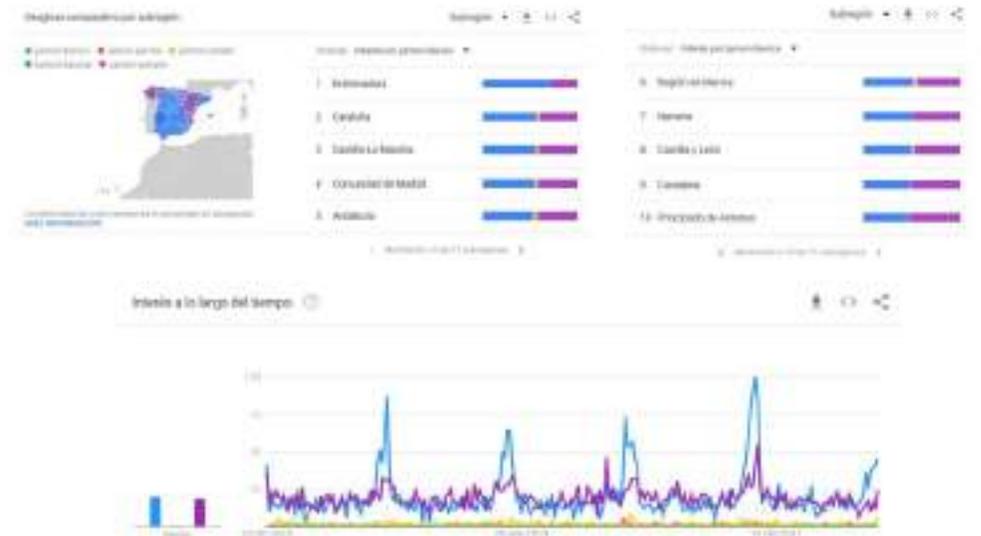
TENDENCIAS DE BÚSQUEDA EN ESPAÑA



JAMÓN IBÉRICO

JAMÓN SERRANO

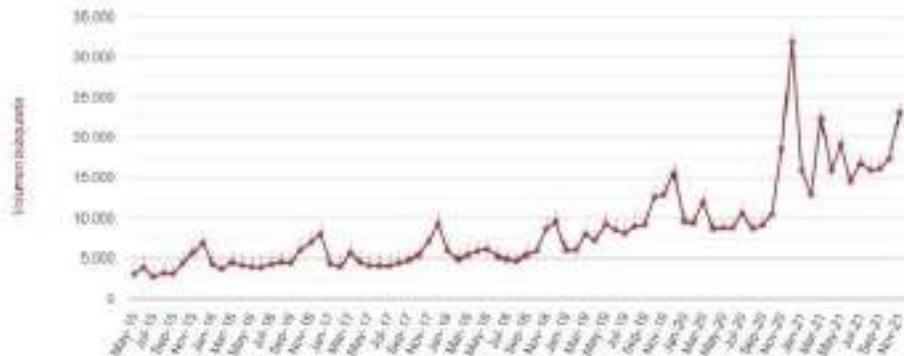
INTERÉS DE BÚSQUEDA EN ESPAÑA



ALEMANIA: JAMÓN IBÉRICO



VOLUMEN DE BÚSQUEDAS

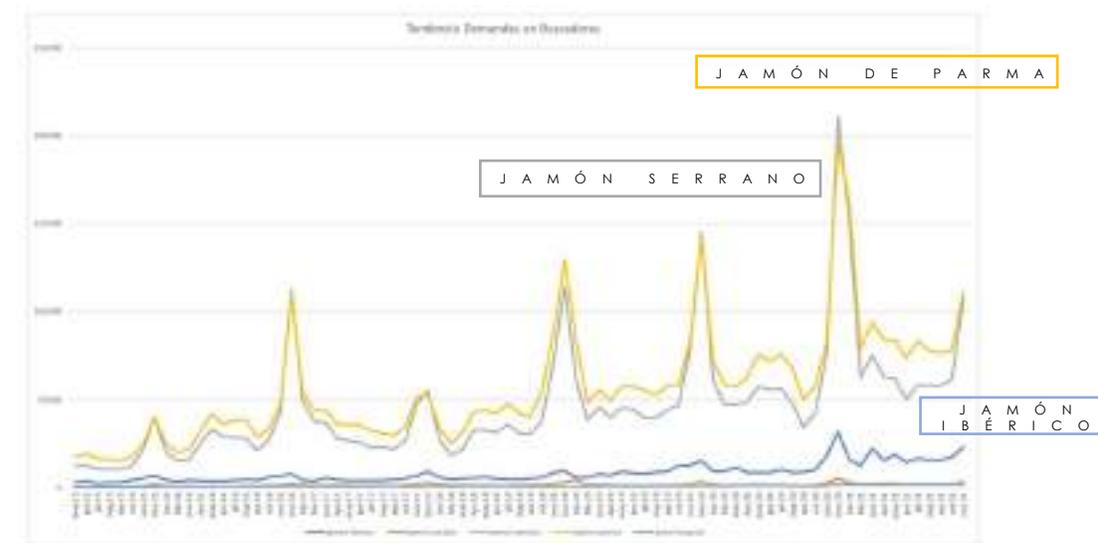


FAMILIAS DE PALABRAS CLAVE

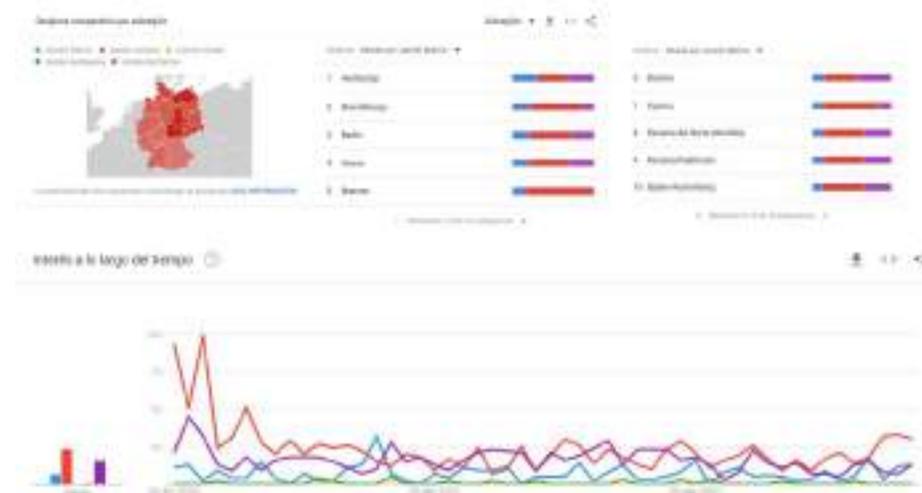
jamón ibérico bellota jamón bellota ibérico
jamón ibérico de bellota blanco ibérico jamón
ibérico ibérico schinken ibérico schinken 5 Jahre el pozo legado
ibérico jamón ibérico vs prosciutto ripasso jamón serrano jamón serrano dipuzo jamón ibérico jamón
jamón de espina jamón ibérico travieso ibérico serrano 5 Jahre gamifer ibérico schinken serrano ibérico paletilla ibérica de
bellota punta de bellota ibérico

- **Crecimiento exponencial** en el **volumen de búsquedas** del término **“Jamón Ibérico”**
- Mayoría de las **búsquedas del término “Jamón Ibérico”** las realizan **en español**.
- **Fuerte presencia** del **Jamón de Parma** en el sur del país y del **Jamón Serrano** en el mercado alemán.

TENDENCIAS DE BÚSQUEDA EN ALEMANIA



INTERÉS DE BÚSQUEDA EN ALEMANIA



FRANCIA: JAMÓN IBÉRICO



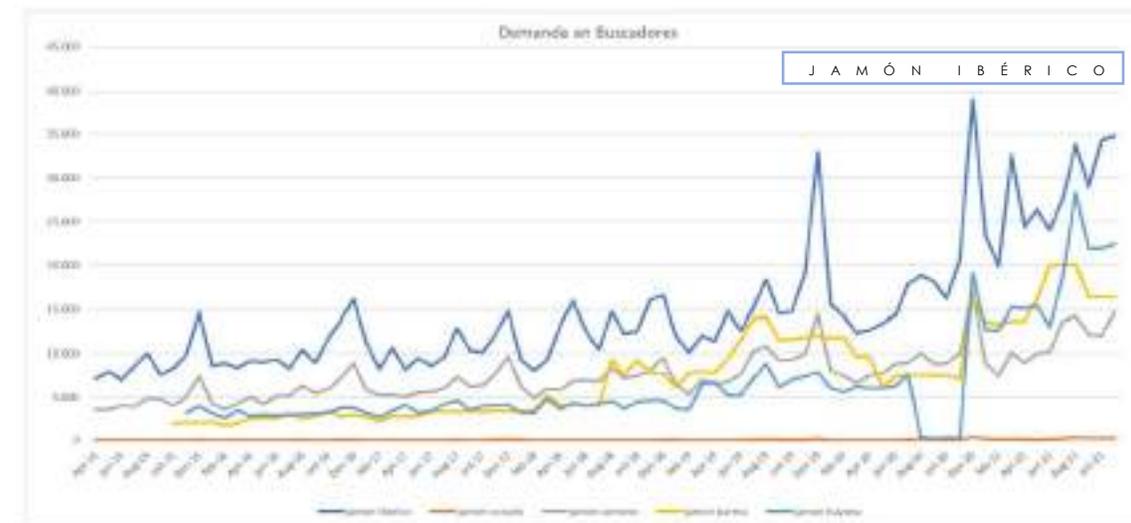
VOLUMEN DE BÚSQUEDAS



FAMILIAS DE PALABRAS CLAVE

jambon pata secreto iberico de bellota
bellota jambon el pozo iberico elpozo iberico
pata negra cochon noir jambon cru espagnole cochon pata
negra jambon espagnol cher jambon iberico de bellota pata negra pata negra jambon
iberico de bellota jambon espagnole jambon iberico prix jambon iberico bellota pata negra jambon pata
negra cochon jambon pata negra bellota jambon bellota prix jambon de bellota prix jambon pata negra

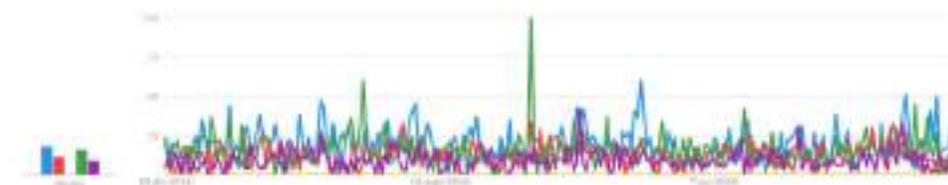
TENDENCIAS DE BÚSQUEDA EN FRANCIA



INTERÉS DE BÚSQUEDA EN FRANCIA



- Uno de los países con **mayor demanda de búsquedas**.
- **Incremento** del volumen de **búsquedas en Internet** de “Jamón Ibérico” en 2021.
- **Fuerte presencia** del **Jamón de Bayona**, junto al **mercado alemán** son los **únicos países** que realizan **búsquedas en Internet** del término “**Jamón de Bayona**”.

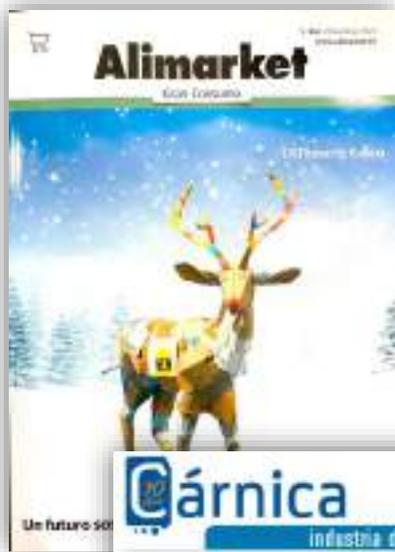


6.1 *Publicidad en Prensa*



ESPAÑA

Cabeceras



Página a color

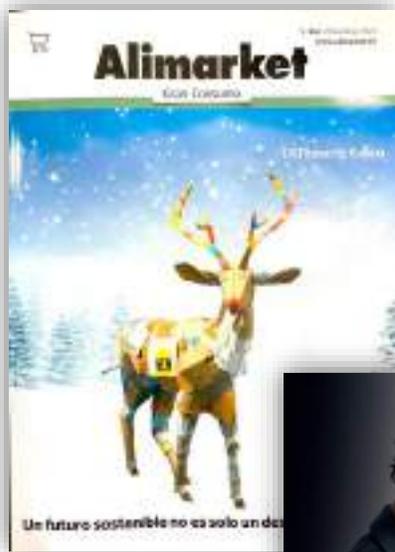


6.1 *Publicidad en Prensa*



ESPAÑA

ALIMARKET



Página a color

Inserciones: 1

Contactos estimados: 40.000

Periodo: Diciembre

6.1 *Publicidad en Prensa*



ESPAÑA

CÁRNICA



Página a color

Inserciones: 1

Contactos estimados: 11.000

Periodo: Especial Diciembre

6.1 *Publicidad en Prensa*



ESPAÑA

ORIGEN



Página a color

Inserciones: 1

Contactos estimados: 55.500

Periodo: Noviembre/Diciembre

6.1 *Publicidad en Prensa*



ESPAÑA

EUROCARNE



Página a color

Inserciones: 1

Contactos estimados: 16.985

Periodo: Noviembre

6.1 *Publicidad en Prensa*



ESPAÑA

PRINT/DIGITAL - ESPAÑA

QCOM

Formato: Entrevista + Artículo + Newsletter + Banner

Periodo: Noviembre/Diciembre

CONTACTOS ALCANZADOS:

Reportaje: 12.994 vistas y 385 clicks

Entrevista: 20.084 vistas y 501 clicks

ENTREVISTA



[Ver entrevista](#)



ARTÍCULO



[Ver artículo](#)



6.1 *Publicidad en Prensa*



ESPAÑA

QCOM

CONTACTOS ALCANZADOS:

Banner home: 14 clics
Banner newsletter: 177 clics

PRINT/DIGITAL - ESPAÑA

BANNER WEB



NEWSLETTER



6.1 *Publicidad en Prensa*



ESPAÑA

EUROGANADERIA

PRINT/DIGITAL - ESPAÑA

Formato: Entrevista + Artículo + Newsletter + Banner

Periodo: Noviembre/Diciembre

CONTACTOS ALCANZADOS:

Reportaje: 96.949 visitas y 447 clicks

Entrevista: 260.678 visitas y 915 clicks

ENTREVISTA



260.678 visitas

[Ver entrevista](#)

ARTÍCULO



[Ver artículo](#)

6.1 *Publicidad en Prensa*



ESPAÑA

EUROGANADERIA

PRINT/DIGITAL - ESPAÑA

CONTACTOS ALCANZADOS:

Banner home: 11 clics

Banner newsletter: 3.360 clics

NEWSLETTER

BANNER WEB



6.1 Publicidad en Prensa



ESPAÑA

CAMPAÑA	PAÍS	SOPORTE	FORMATO	PERIODO CAMPAÑA	KPI	#KPI PROYECTO	#KPI ACTUALIZADOS	#KPI CIERRE CAMPAÑA
PRINT	ESPAÑA	ALIMARKET	Página a color	Diciembre	Impactos	40.000	40.000	40.000
		CÁRNICA	Página a color	Diciembre	Impactos	9.000	11.000	11.000
		EUROCARNE	Página a color	Noviembre	Impactos	16.985	16.985	16.985
		QCOM+EUROGANADERIA	Página a color	Noviembre/Diciembre	Impactos	60.000	60.000	394.267
TOTAL						125.985	127.985	462.252

+ REVISTA ORIGEN = 55.500 IMPACTOS



6.1 Publicidad en Prensa



ALEMANIA

GOUR MED

- **Inserciones:** 1
- **Contactos estimados:** 140.000
- **Periodo:** Diciembre
- **Formato:** 1 Página color



24 STUNDEN

- **Inserciones:** 1
- **Contactos estimados:** 72.800
- **Periodo:** Diciembre
- **Formato:** 1 Página color



CAMPAÑA	PAÍS	SOPORTE	FORMATO	PERIODO CAMPAÑA	KPI	#KPI PROYECTO	#KPI ACTUALIZADOS	#KPI CIERRE CAMPAÑA
PRINT	ALEMANIA	24 STUNDEN GASTLICHKEIT	Página a color	Diciembre	Impactos	72.800	140.000	140.000
		GOUR MED	Página a color	Diciembre	Impactos	45.000	72.800	72.800
TOTAL						117.800	212.800	212.800

6.1 Publicidad en Prensa



FRANCIA

NEO RESTAURATION

- **Inserciones:** 1
- **Contactos estimados:** 150.280
- **Periodo:** Noviembre/Diciembre
- **Formato:** 1 Página color



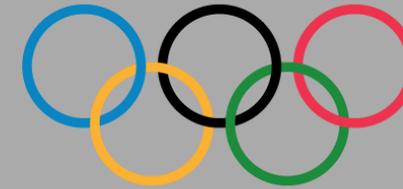
CAMPAÑA	PAÍS	SOPORTE	FORMATO	PERIODO CAMPAÑA	KPI	#KPI PROYECTO	#KPI ACTUALIZADOS	#KPI CIERRE CAMPAÑA	
PRINT	FRANCIA	NEO RESTAURATION	Página a color	Noviembre/Diciembre	Impactos	150.280	150.280	150.280	
TOTAL							150.280	150.280	150.280

6.2 *Publicidad en TV*

Embajadores del deporte



DEL 24 AL 8 DE AGOSTO



Patrocinio de la retransmisión de los partidos de la selección española de waterpolo masculino en RTVE, CANAL 24H y TELEDEPORTE.



47 Promos Patrocinadas

36 Pases caretas de Patrocinios de 10''

36 Pases de SPOTS de 20''



80 GRP'S

28.822.000 CONTACTOS (+45%)

6.3 Publicidad Online

Redes Sociales

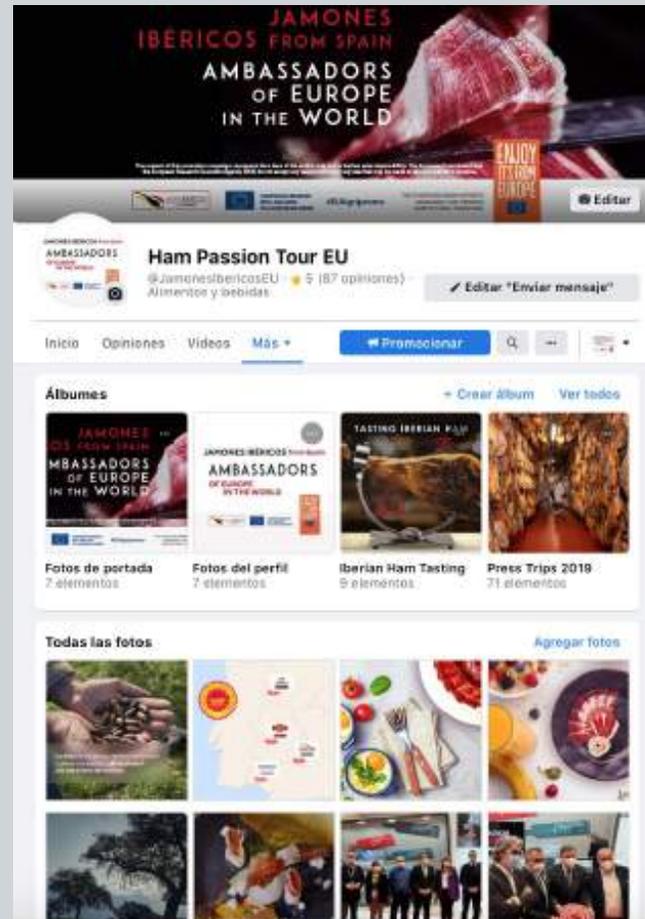
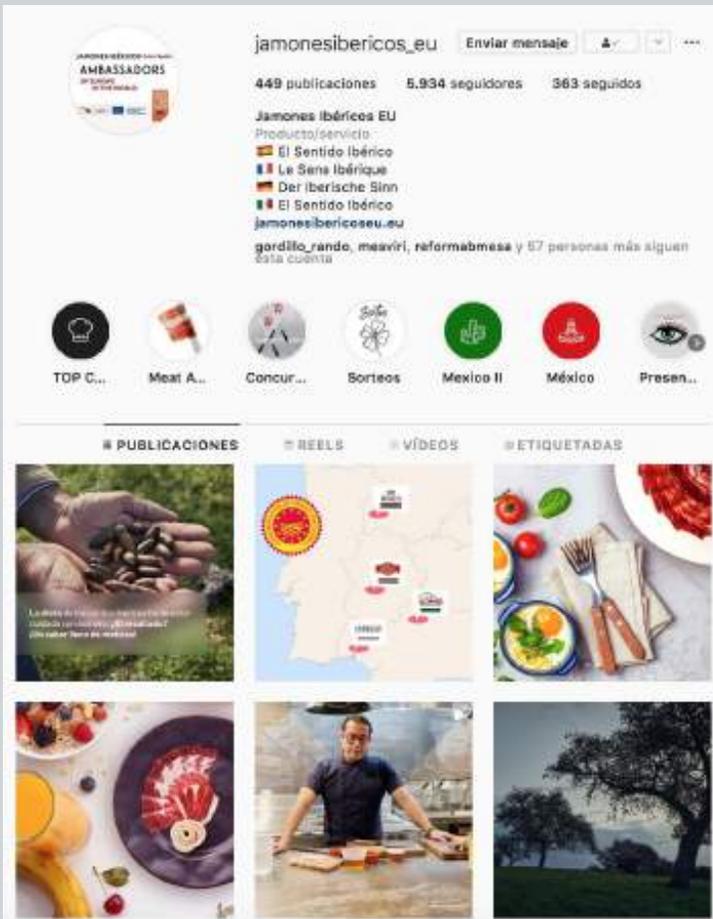


2 PERFILES EN REDES SOCIALES

1 Perfil en Facebook (ES, DE, Fr)

1 Perfil Global Instagram

288 CONTENIDOS EN TOTAL PUBLICADOS



6.3

Publicidad Online Redes Sociales

Campaña de Paid Media en Facebook + Instagram en cada país:

- Captación de fans
- Engagement
- Views
- Alcance



ESPAÑA
7.772 Fans
38.374 Engagement
8.369.118 Views
3.498.794 Alcance

FRANCIA
4.971 Fans
18.688 Engagement
9.162.230 Views
3.672.586 Alcance

ALEMANIA
3.989 Fans
13.226 Engagement
8.535.221 Views
3.500.425 Alcance

6.3 *Publicidad Online*

Redes Sociales

Descarga
GRATIS nuestra
APP IBÉRICO





6.3 *Publicidad Online*

TV on Demand

TV ON DEMAND

movistar+

1. Patrocinio de las secciones "Cine y Series" de Movistar+
2. Acción "Spot Directo". Se lanzarán 300 pases del Spot
3. Banner de Cabecera en las secciones "Cine" y "Series"



Período del 13 al 19 de Diciembre

CONTACTOS ESTIMADOS:
4.300.000

SPOT DIRECTO - CONTACTOS ALCANZADOS:
1.115.990

SPOT ON DEMAND - IMPRESIONES ALCANZADAS:
300.207

BANNER - IMPRESIONES ALCANZADAS: 2.916.432

CLICS: 2.339

CTR: 0,08%

TOTAL CONTACTOS ALCANZADOS
4.332.629



6.3 *Publicidad Online*

TV on Demand



24 noviembre 21– 7 enero 22



FORMATO: vídeo pre-roll de 30", impactando a usuarios que cumplen con el target objetivo.

TOTAL IMPRESIONES ALCANZADAS

1.719.265

IMPRESIONES ESTIMADAS

1.600.000

IMPRESIONES ALCANZADAS

1.719.265

+119.265

impresiones

(7,45%)

CLICS

2.719

CRT

0,16%





6.3 *Publicidad Online*

Campaña en YOUTUBE

24 noviembre – 20 Diciembre '21

Vídeo pre-roll de 30''

YOUTUBE

1. Vídeo Pre-roll (Saltable) con duración 30''

MEJORA VIEWS ESTIMADOS
YOUTUBE 2.500.000

2. Video Pre- Roll (No saltable hasta los 15'')

MEJORA IMPRESIONES
ESTIMADAS YOUTUBE 3.000.000

TOTAL ALCANZADO
7.533.403
+37% DE IMPACTOS



IEWS ALCANZADAS

1.249.312

CLICS

2.594

LA INVERSIÓN FUE DESTINADA A LA LÍNEA PRE-ROLL 15'' NO SALTABLE QUE FUNCIONABA MEJOR, Y ASÍ SUPERAR LOS KPIS DEL PROYECTO.

Vídeo pre-roll de 15'' (No saltable)



IMPRESIONES ALCANZADAS

6.284.091

CLICS

12.886

+ 3.284.091
impresiones
(109,5%)



6.3 *Publicidad Online*

Google Search

GOOGLE SEARCH

Presencia de la marca en la principal puerta de acceso al entorno digital a través de la RED DE DISPLAY.

MEJORA CLICS ESTIMADOS +47,4%

Jamones Ibéricos de España | Embajadores de Europa | Despierta tu sentido ibérico Y 12 más
www.jamonesibericoseu.eu
Producto único en el mundo vinculado a un territorio, la Península Ibérica. Tan solo necesita...
[Ver detalles de los recursos](#)

[Título generado de forma dinámica]
[URL visible generada dinámicamente]
Descubre como se produce el Jamón Ibérico, el arte del corte, el emplatado y degustación. Arte, cultura y tradición detrás de un producto único e irresistible como el Jamón Ibérico

asici_300x250.gif
300 x 250

Jamones Ibéricos de España | Embajadores de Europa | Despierta tu sentido ibérico Y 12 más
www.jamonesibericoseu.eu
Producto único en el mundo vinculado a un territorio, la Península Ibérica. Tan solo necesita...
[Ver detalles de los recursos](#)

asici_160x600.gif
160 x 600

asici_728x90.gif
728 x 90

1 – 31 Diciembre 2021

CLICS ESTIMADOS EN ACTUALIZACIÓN

10.000

CLICS ALCANZADOS

14.740

IMPRESIONES

868.514

CRT

1,7%

+ 4.740 clics

(47,4%)



6.3 *Publicidad Online*

E-commerce

25 – 31 Diciembre 2021

ECOMMERCE

amazon

Formato en Vídeo IN BANNER

- Entorno Premium:

IEWS ESTIMADOS
57.000



+ 8.299
impresiones
(14,5%)

IEWS ALCANZADAS

65.299

CRT
0,34%

CLICS
161



6.3 *Publicidad Online*

Programática

24 noviembre '21 – 7 enero '22

VÍDEO PROGRAMÁTICA

Presencia en sites que sean afines a las audiencias target a través de Video Preroll 30" .

**MEJORA VIEWS
ESTIMADAS 750.000**



**+ 27.597 views
(3,6%)**

VIEWS ALCANZADAS

777.597

CLICS

2.262

CRT

0,06%



6.3 Publicidad Online

Brand CONTENT

BRAND CONTENT: PROGRAMÁTICA

Publicaremos en una selección de sites artículo redaccional para generar interés a los lector de un modo no intrusivo.

CONTACTOS ESTIMADOS 23.000



1 – 31 Diciembre 2021

Nº	Medio Digital	Categoría
1	Cocina UnComo	Food
2	Recetas Gratis	Food
3	Con mucha Gula	Food
4	Gastronoming	Food
5	Diego Coquinat	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	La Cocina de Enloqui	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	Atrapada en mi Cocina	Food

**CONTACTOS
ALCANZADOS
32.459**

**+ 9.459
Páginas vistas
(41,2%)**

6.3 Publicidad Online



BRAND CONTENT: PROGRAMÁTICA

COCINA UNCOMO

[Ver artículo](#)



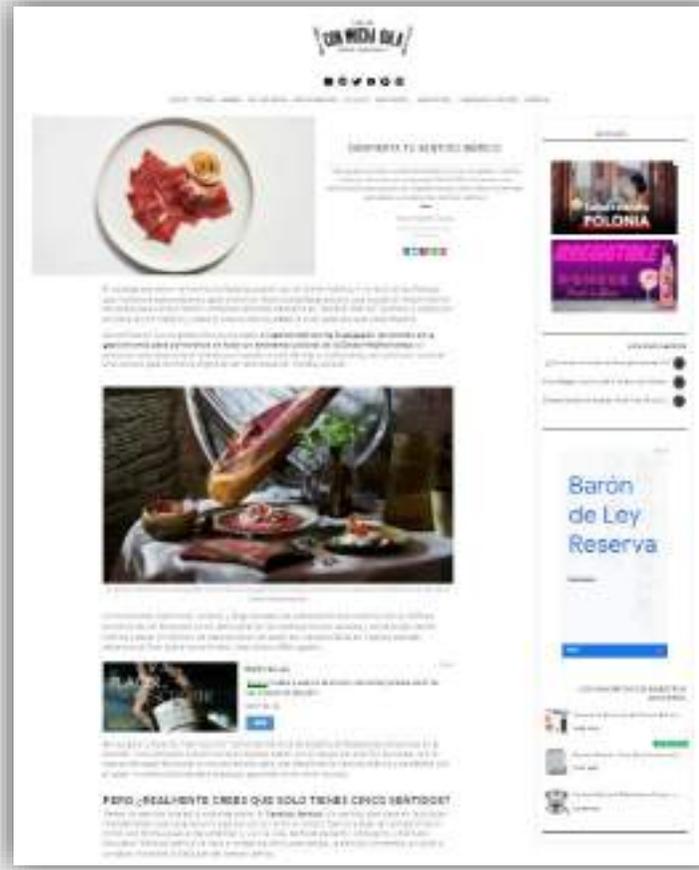
RECETAS GRATIS

[Ver artículo](#)



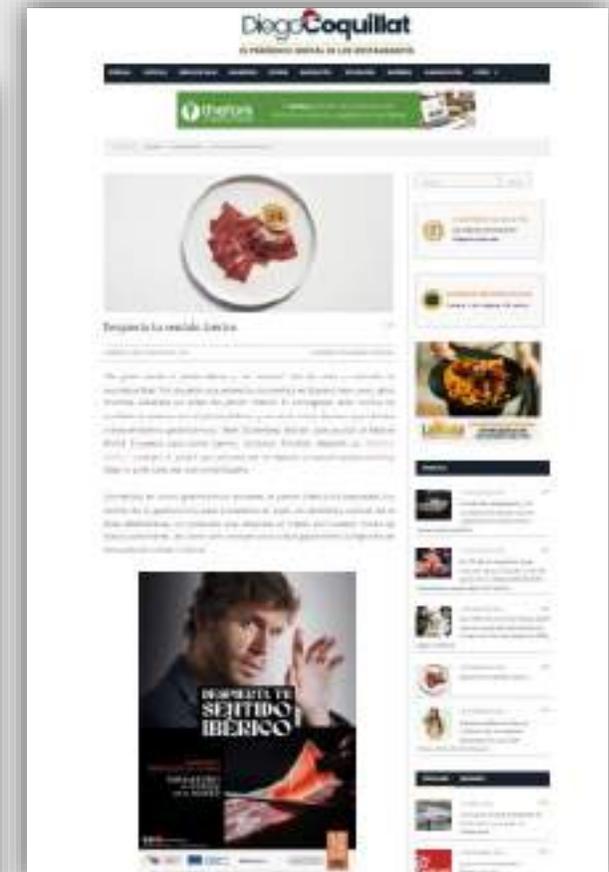
CON MUCHA GULA

[Ver artículo](#)



DIEGO COQUILLAT

[Ver artículo](#)



6.3 Publicidad Online



BRAND CONTENT: PROGRAMÁTICA

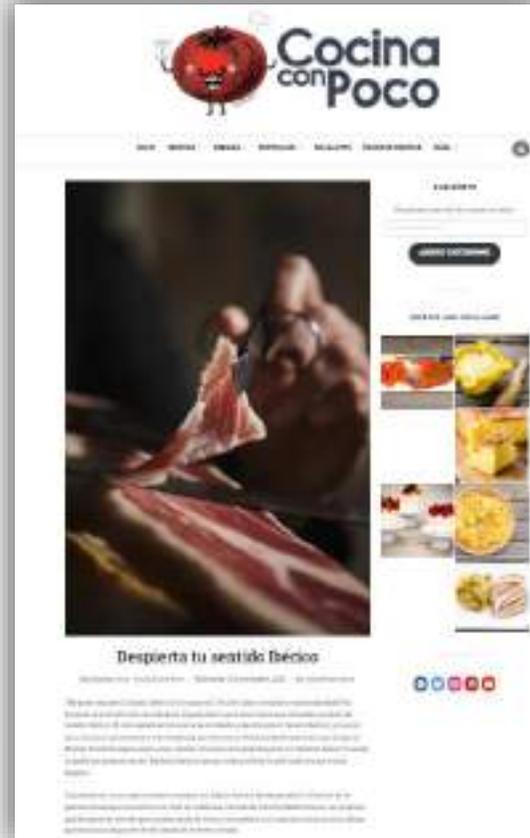
COCINA CON ARTE

[Ver artículo](#)



COCINA CON POCO

[Ver artículo](#)



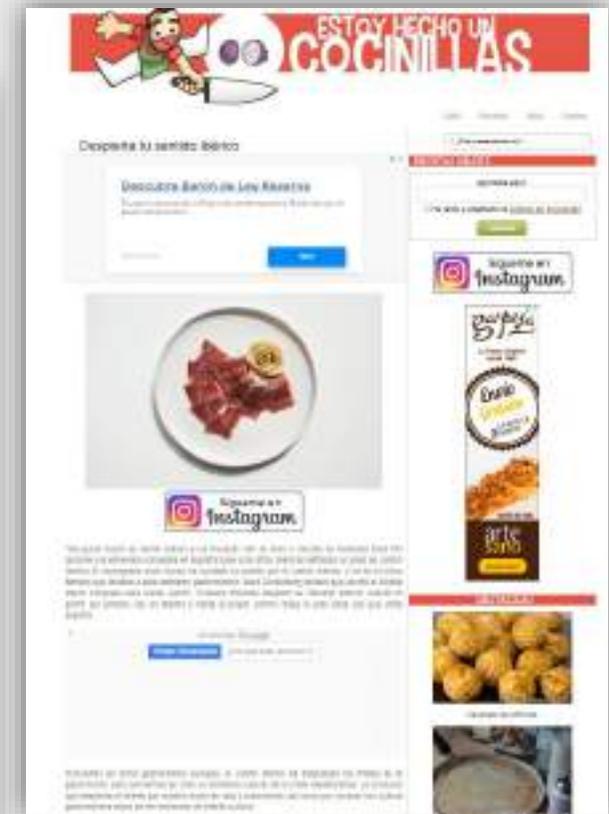
BCN COOL HUNTER

[Ver artículo](#)



ESTOY HECHO UN COCINILLAS

[Ver artículo](#)



6.3 *Publicidad Online*



BRAND CONTENT: PROGRAMÁTICA

THE GOURMET JOURNAL

[Ver artículo](#)



SECRETOS DE MADRID

[Ver artículo](#)



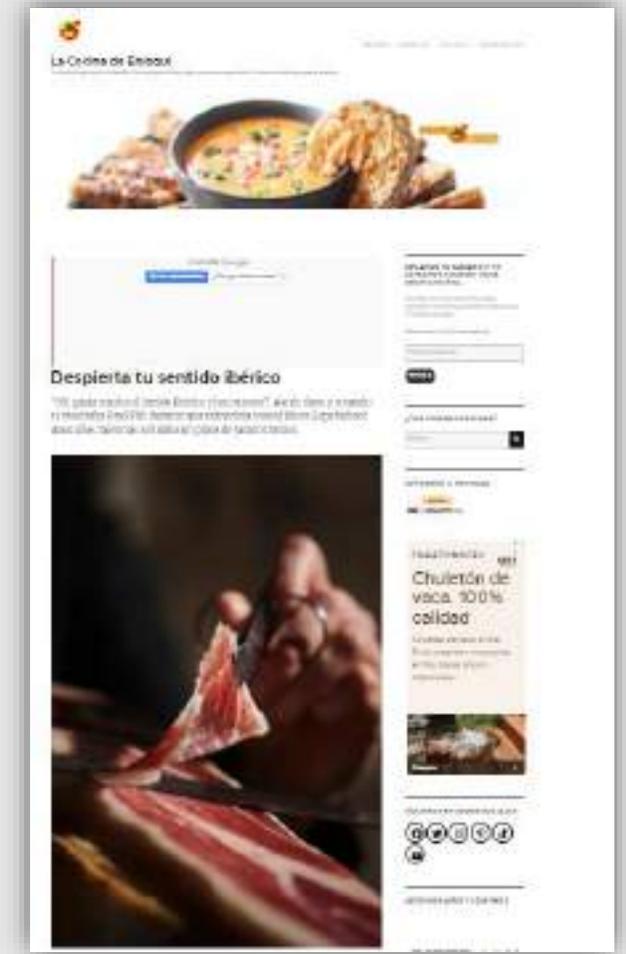
VISITAR SEVILLA

[Ver artículo](#)



LA COCINA DE ENLOQUI

[Ver artículo](#)



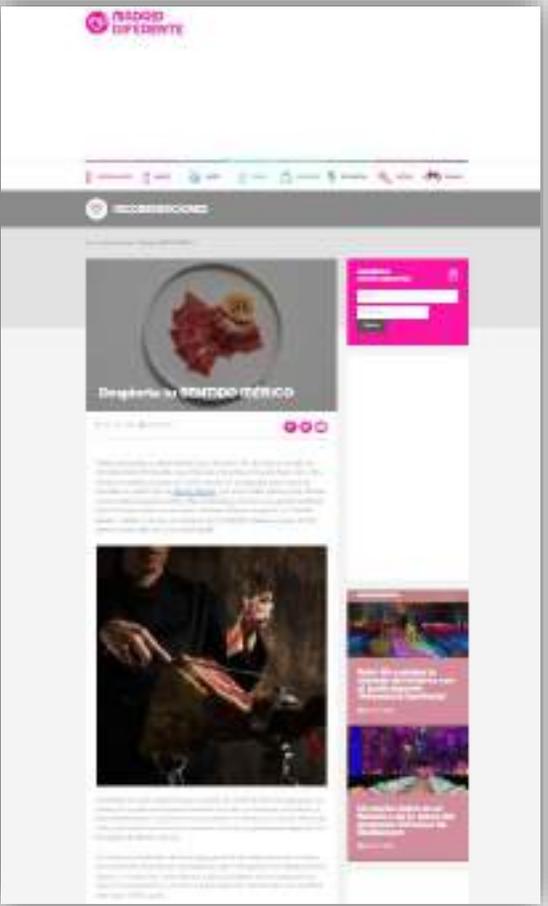
6.3 Publicidad Online



BRAND CONTENT: PROGRAMÁTICA

MADRID DIFERENTE

[Ver artículo](#)



DESCUBRIR.COM

[Ver artículo](#)



EL VIAJERO FELIZ

[Ver artículo](#)



SALIR POR ESPAÑA

[Ver artículo](#)



6.3 Publicidad Online



BRAND CONTENT: PROGRAMÁTICA

VIVE EL CAMINO

[Ver artículo](#)



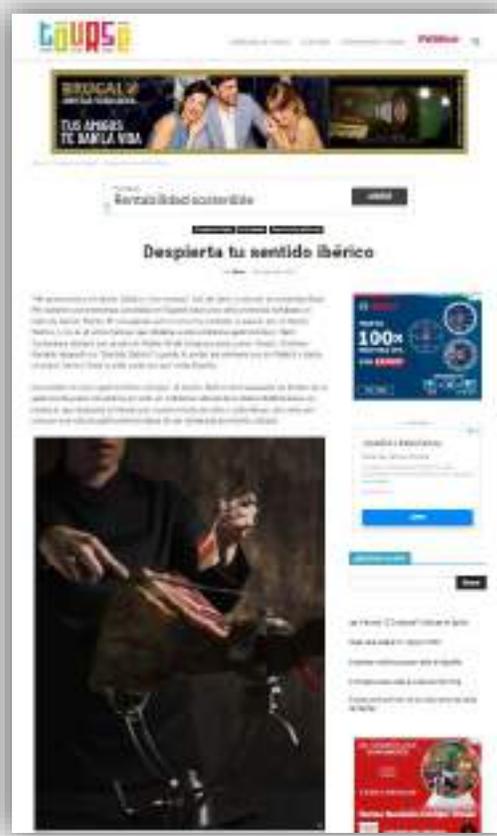
EUROPA PRESS TURISMO

[Ver artículo](#)



TOURSE (Público)

[Ver artículo](#)



SOLO RECETAS

[Ver artículo](#)



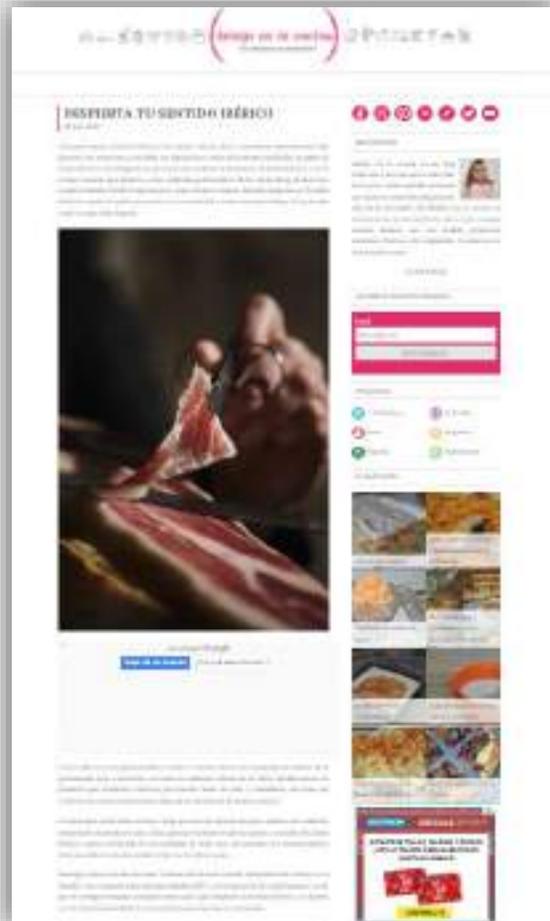
6.3 *Publicidad Online*



BRAND CONTENT: PROGRAMÁTICA

ANTOJO EN TU COCINA

[Ver artículo](#)



YUMMY BARCELONA

[Ver artículo](#)



COCINA Y AFICIONES

[Ver artículo](#)



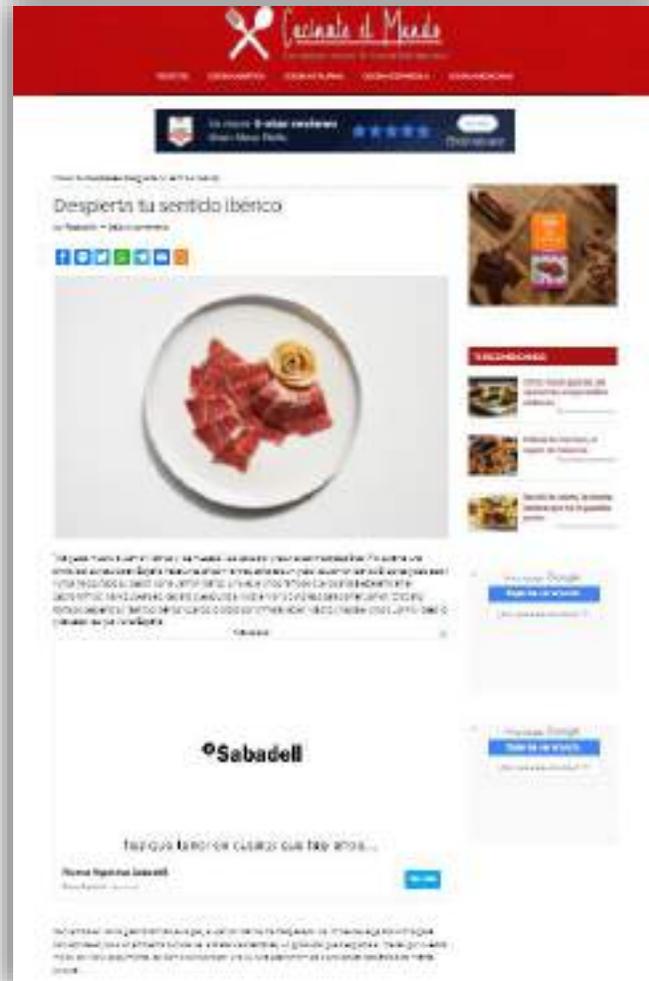
6.3 *Publicidad Online*



BRAND CONTENT: PROGRAMÁTICA

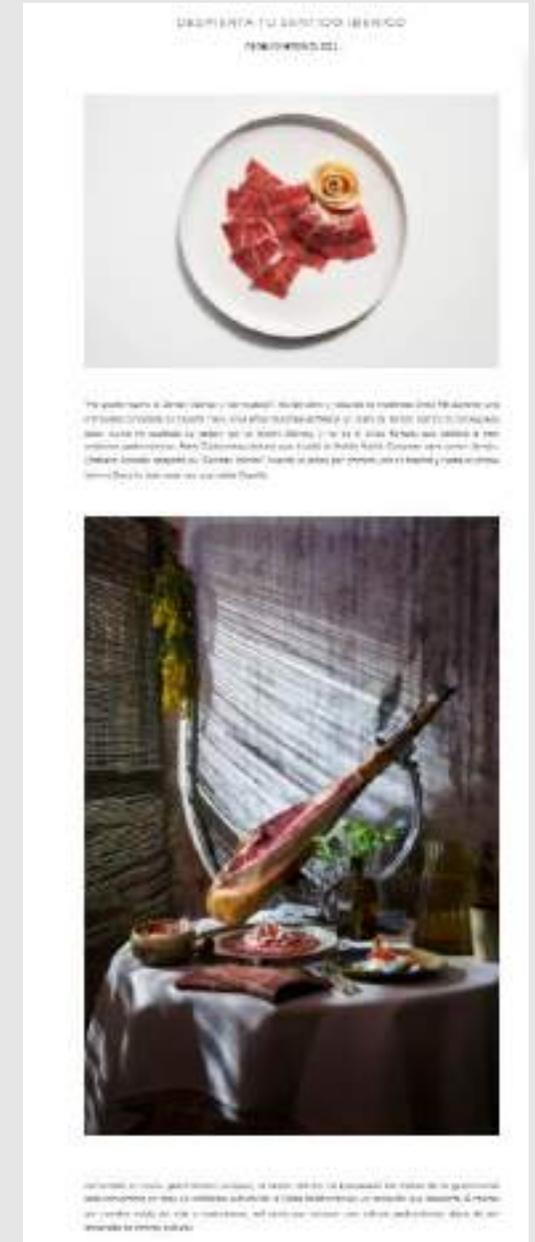
COCINATE EL MUNDO

[Ver artículo](#)



ATRAPADA EN MI COCINA

[Ver artículo](#)



6.3 *Publicidad Online* *Brand CONTENT*



2 Diciembre 2021- 16 Enero 2022

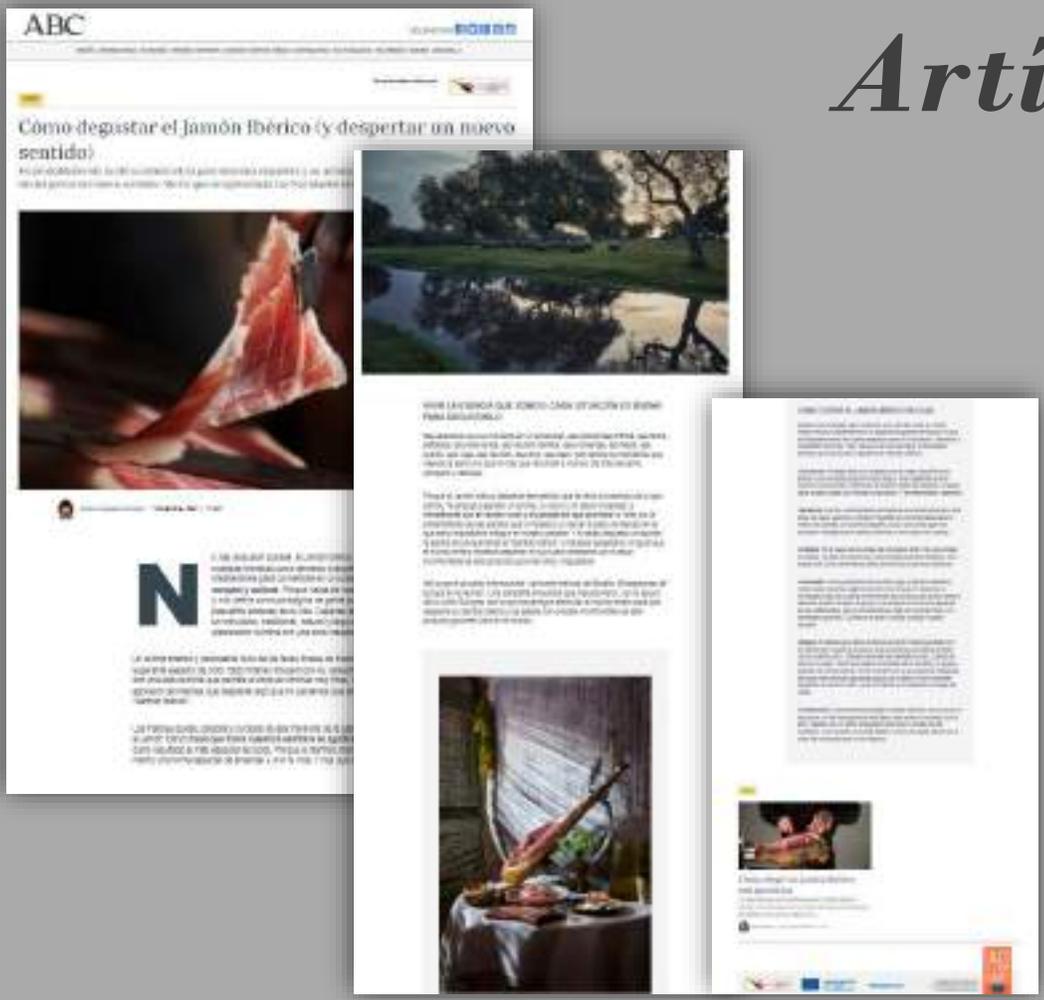
DIARIO ABC + Regionales

BRAND CONTENT

VOCENTO

Publicaremos en ABC.es + las 13 cabeceras regionales del Grupo Vocento un artículo redaccional.

+10.879.734
impresiones
(147,3%)



Artículo

CONTACTOS ESTIMADOS
7.387.000

CONTACTOS ALCANZADOS
18.266.554

CLICS
48.425





6.3 *Publicidad Online* *Brand CONTENT*

29 nov. - 28 dic. 2021

ELLE + ESQUIRE

BRAND CONTENT

ELLE + ESQUIRE

**El grupo Hearts Magazine
crearán contenidos exclusivos
demandados por su audiencia
activa.**

**+ 388.135
contactos
(24,4%)**

Artículo



**CONTACTOS ESTIMADOS
1.590.000**

**CONTACTOS ALCANZADOS
1.978.135**

**PÁGINAS VISTAS
14.385**

**CLICS
9.479**

6.3 Publicidad Online

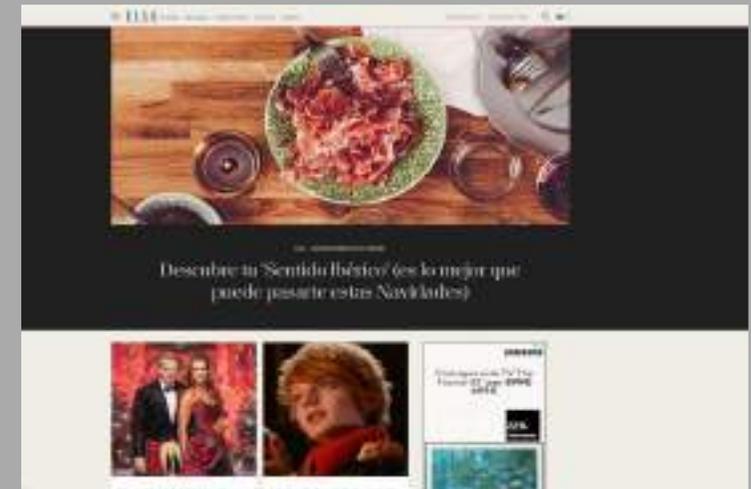


BRAND CONTENT: ELLE



REDES SOCIALES

DESTACADOS EDITORIALES



DISPLAY CO-BRANDED



Facebook	
IMPRESIONES	218.492
INTERACCIONES	7.100
CLICKS	4.720

Instagram	
IMPRESIONES	27.981
INTERACCIONES	72
CLICKS	68



6.3 Publicidad Online



BRAND CONTENT: ESQUIRE



REDES SOCIALES

DESTACADOS EDITORIALES

Facebook	
IMPRESIONES	208.638
INTERACCIONES	10.369
CLICKS	4.672

Instagram	
IMPRESIONES	986
INTERACCIONES	12
CLICKS	12



DISPLAY CO-BRANDED





6.3 *Publicidad Online*

Resumen resultados

PAÍS	SOPORTE	FORMATO	PERIODO CAMPAÑA	KPI	#KPIS PROYECTO	#KPIS ACTUALIZADOS	#KPIS CIERRE CAMPAÑA
ESPAÑA	MITELE	Pre- Roll	22 nov - 7 ene	Impresiones	1.000.000	1.600.000	1.719.265
	MOVISTAR+	Spot Directo	Del 13 al 19 de Diciembre	Contactos	9.180.000	4.300.000	4.332.629
		Spot On Demand					
		Banner					
	GOOGLE	Search Ads	24 nov - 31 dic	Clics	2.000	10.000	14.740
	ECOMMERCE	Amazon Prime	25 nov - 31 dic	Views	-	57.000	65.299
	PROGRAMÁTICA	Spot 30"	24 nov - 7 ene	Views	500.000	750.000	777.597
	YOUTUBE	True View 30"	24 nov - 20 dic	Views	585.000	2.500.000	1.249.312
		Spot 15" No saltable	24 nov - 7 ene	Impresiones	1.000.000	3.000.000	6.284.091
	PROGRAMÁTICA 20 SITES	Brand Content	Del 1 al 31 diciembre	Contactos	23.000	23.000	32.459
GRUPO VOCENTO	Brand Content	02-dic y 16 ene	Contactos	5.000.000	7.387.000	18.266.554	
ELLE + ESQUIRE	Brand Content	29 nov - 28 dic	Contactos	1.590.000	1.590.000	1.978.135	
TOTAL					18.880.000	21.217.000	34.720.081

**21.217.000 CONTACTOS
PREVISTOS**

**34.720.081 CONTACTOS
ALCANZADOS**

**+13.503.081 CONTACTOS
(+63,6%)**

6.3 Publicidad Online



24 noviembre '21 – 7 enero '22

YOUTUBE



Formato: vídeo pre-roll de 30"

PROGRAMÁTICA



Formato: vídeo pre-roll de 30"

CAMPAÑA	PAÍS	SOPORTE	FORMATO	PERIODO CAMPAÑA	KPI	#KPI PROYECTO	#KPI ACTUALIZADOS	#KPI CIERRE CAMPAÑA
DIGITAL	ALEMANIA	YOUTUBE	True View 30"	24 nov - 7 ene	Views	535.000	750.000	833.165
		PROGRAMÁTICA	Spot 30"	24 nov - 7 ene	Views	535.000	535.000	607.497
TOTAL						1.070.000	1.285.000	1.440.662

1.285.000 CONTACTOS
PREVISTOS

1.440.662 CONTACTOS
ALCANZADOS

+115.662 views
(+12,2%)

6.3 *Publicidad Online*



24 noviembre '21 – 7 enero '22

YOUTUBE

1. **Vídeo Pre-roll (Saltable)**
con duración 30''

MEJORA VIEWS ESTIMADAS YOUTUBE
2.000.000

PROGRAMÁTICA

Lanzaremos la campaña en
sites afines a las
audiencias target.

Formato: **Vídeo Pre-roll** con
duración 30''

MEJORA VIEWS ESTIMADAS 2.900.000

YOUTUBE



Vídeo pre-roll de 30''

VIEWS ALCANZADAS

88.790

*NO ALCANZAMOS OBJETIVOS. POR TANTO, LA INVERSIÓN FUE DESTINADA A LA LÍNEA DE PROGRAMÁTICA QUE FUNCIONABA MEJOR, PARA CONSEGUIR LOS KPIS DEL PROYECTO.

PROGRAMÁTICA



Vídeo pre-roll de 30''

VIEWS ALCANZADAS: 2.412.411

CLICS: 3.182

2.501.204

VIEWS
ALCANZADAS

7.

INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN

DISFRUTE Y PLACER SENSORIAL 

VISTA
 Con la vista apreciaremos el apasionante entorno del jamón. Almirado, admirado y admirador. Jamón, el sabor que inspira. Jamón, el sabor que inspira. Jamón, el sabor que inspira.

TACTO
 Descubriremos con tacto el maravilloso mundo del jamón. Almirado, admirado y admirador. Jamón, el sabor que inspira. Jamón, el sabor que inspira. Jamón, el sabor que inspira.

OLFATO
 Con el olfato apreciaremos el apasionante entorno del jamón. Almirado, admirado y admirador. Jamón, el sabor que inspira. Jamón, el sabor que inspira. Jamón, el sabor que inspira.

GUSTO
 El gusto es un sentido extraordinariamente ligero y sutil. Descubriremos con gusto el maravilloso mundo del jamón. Almirado, admirado y admirador. Jamón, el sabor que inspira. Jamón, el sabor que inspira. Jamón, el sabor que inspira.



DOSSIER DE PRENSA – FOLLETOS

BOLSA PROMOCIONAL

CARPETA

TROFEO



8. Vídeos promocionales



Spot de 90"



<https://youtu.be/iCMZSTUKWnY>



<https://youtu.be/zVbq6bkCLO>



<https://youtu.be/Ebd0eGjHuHc>

Me llamo Leandro
de la Dehesa



<https://youtu.be/9bMFXl3ohko>



<https://youtu.be/h4Q7ULz8BB4>



<https://youtu.be/-Pn8LmB0HQO>

Momentos
Ibéricos



https://youtu.be/KPKdQ_gtUlo



<https://youtu.be/heYVJcNrxtw>



<https://youtu.be/saCP2VNW93E>

¿Qué es el Sentido
Ibérico?



https://youtu.be/eHBYq-E_jCo



<https://youtu.be/QwzZsU1b0lc>



https://youtu.be/-huyY_sfT-w

8. *Vídeos promocionales*



**Proceso de
Producción**



<https://youtu.be/xDPWoaA9U1M>



https://youtu.be/hs3L_jpt8YA



<https://youtu.be/RrOXCqT-MI>

Arte del Corte



<https://youtu.be/KY0UEeR5uU8>



<https://youtu.be/oAkCeQZt4M>



<https://youtu.be/lqh9lReq7XA>

9.

Talleres Profesionales Cámara de Comercio ESPAÑA

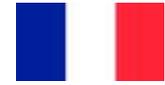
15 ALUMNOS



22 Y 23 DE NOVIEMBRE



9. Formaciones Cámara de Comercio. FRANCIA



1 Y 2 DE FEBRERO



15 PROFESIONALES



9. Formaciones Cámara de Comercio. ALEMANIA



8 Y 9 DE FEBRERO



15 PROFESIONALES

10.

Sponsorización de eventos



10.1

Patrocinio The Members Club en el Festival Internacional de Cine de Cannes

EJECUTADA AJUSTANDO ACTIVIDAD

**CERTAMEN SUSPENDIDO
debido a la crisis de la COVID 19**

En su lugar, hemos realizado varios sponsors:

- **EVENTO COCINERO DEL AÑO** (semifinal)
- **FINAL COCINERO DEL AÑO** (ANUGA)
- **CONCURSO INTERNACIONAL DE CORTE DE JAMÓN IBÉRICO** (en colaboración con el Congreso Mundial del Jamón Curado)
- **CONCURSO INTERNACIONAL DE CORTE DE JAMÓN IBÉRICO EN ESCUELAS DE HOSTELERÍA**

10.2 Evento Cocinero del Año

RESULTADOS CONTEMPLADOS EN CLIPPING

Presencia de nuestro **chef embajador alemán Christian Sturn-Willms**, que elaboró algunas recetas con productos Ibéricos.

Imagen de la campaña a través de instrumentos de comunicación expuestos durante los dos días del evento (19 y 20 de julio): **2 roll ups y 10 displays...**

Degustaciones con la presencia de un maestro cortador durante los 3 días del evento (18, 19 y 20 de julio).

18, 19 Y 20 DE JULIO

1.950 ASISTENTES

103.000 CONTACTOS



10.3 Anuga

9 AL 13 DE OCTUBRE



70.000
asistentes

Presencia en la feria mediante un **córner propio**.

Exhibición gastronómica donde el **Jamón Ibérico** y las **Carnes Ibéricas** fueron los auténticos protagonistas.

Exhibición del arte del corte y **degustaciones** de **Jamón Ibérico**.

Los **6 finalistas** del concurso **“Koch Des Jahres”** (cocinero del año) fueron **galardonados** con un **Jamón Ibérico**



Resultados incluidos en GABINETE DE PRENSA Y RRPP



10.4 Concurso Internacional de Corte de Jamón Ibérico

91 Artículos publicados

Resultados incluidos en
GABINETE DE PRENSA Y RRPP



“Jamones Ibéricos de España, Embajadores de Europa en el Mundo” impulsa el primer Concurso Internacional de Corte de Jamón Ibérico

La Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI) continúa realizando actividades de proyección mundial que permiten avanzar en la internacionalización del Ibérico

El ganador del certamen tendrá la posibilidad de participar en alguna de las acciones promocionales impulsadas por la Interprofesional, con el apoyo de la Unión Europea

ASICI, en el marco de la campaña europea “Jamones Ibéricos de España, Embajadores de Europa en el Mundo”, se ha marcado el objetivo de formar a más de 1.000 cortadores por todo el mundo en los próximos tres años

En Madrid, a 15 de septiembre de 2018, el XI Congreso Mundial del Jamón y la Asociación Nacional de Cortafores de Jamón (ANCJ) organizan el primer Concurso Internacional de Corte de Jamón Ibérico, con el patrocinio oficial de la campaña europea de la Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI) “Jamones Ibéricos de España, Embajadores de Europa en el Mundo”.



Concurso Internacional Corte Jamón Ibérico 10.4

Newsletter y Banners
lanzados en QCOM y
EUROGANADERÍA

Final presencial en Madrid



El XI Congreso Mundial del Jamón (COMJ) y la Asociación Nacional de Embajadores de Jamón (ANAJ) organizan el Concurso Internacional de Corte de Jamón Ibérico.

Este concurso del concurso busca profesionales del sector que con su creatividad y estilo el concurso de participantes entre el 15 de octubre a las 23:59 horas.

El concurso contará con las fases: La primera una valoración online, no se da un ganador de valoración, lo que supone un premio generalista que tendrá lugar el 30 de noviembre de 2023. Primeros resultados de la inscripción.

El ganador del concurso participará en alguna de las acciones de la campaña "Valoramos la tradición de España, Embajadores del Mundo en el Mundo", organizada por ANAJ con el apoyo de la Unión Europea, además de tener la posibilidad de viajar a una Master Class del mundo del Concurso en el COMJ2 que será celebrada en el "Jamón Comarcal" y la asistencia de un agente a cargo de la ANAJ.

[FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN](#)

Boletín



10.5 Concurso Internacional de Corte en Escuelas de Hostelería

4 DE MARZO

Concurso Internacional de Corte de Jamón Ibérico, en colaboración con el IES Hotel Escuela para alumnos de escuelas de hostelería de España, Alemania y Francia.

“Jamones Ibéricos de España, Embajadores de Europa en el Mundo” es el patrocinador oficial y único del concurso.



Resultados incluidos en GABINETE DE PRENSA Y RRPP



Festival 10.6 Internacional de Cine de San Sebastián

17 AL 25 DE SEPTIEMBRE

Media Página en el Diario oficial del Festival (5.000 ejemplares diarios)



Welcome Pack



Logotipo en todos los soportes del Festival



Difusión de un spot publicitario



10.6 *Festival Internacional de Cine de San Sebastián*

STAND DEGUSTACIÓN



14.850 Degustaciones

3.000 Bolsas entregadas

**ENTREGA DE JAMÓN IBÉRICO A
UNA CELEBRIDAD DEL MUNDO DEL
CINE**



**CULINARY ZINEMA.
BASQUET CULINARY CENTER**

20 AL 24 DE SEPTIEMBRE

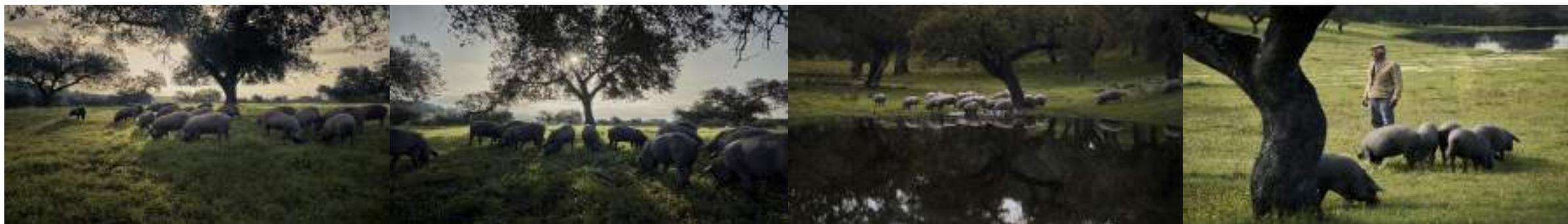


**31 ARTÍCULOS
9.380.000 IMPACTOS**

**Resultados incluidos en GABINETE
DE PRENSA Y RRPP**

11

Sesión Fotográfica



12.

Producción de Artes Finales

Desarrollo creativo y realización de
diseño y artes finales de piezas.

Traducciones

Envíos de materiales



13. Chefs Embajadores de los Jamones Ibéricos



Mario Sandoval



Chef Embajador Mundial

2 ESTRELLAS EN LA GUÍA MICHELÍN

3 M EN LA GUÍA METRÓPOLI

3 SOLES EN LA GUÍA REPSOL

Ambassadors World Project



13. Chefs Embajadores de los Jamones Ibéricos



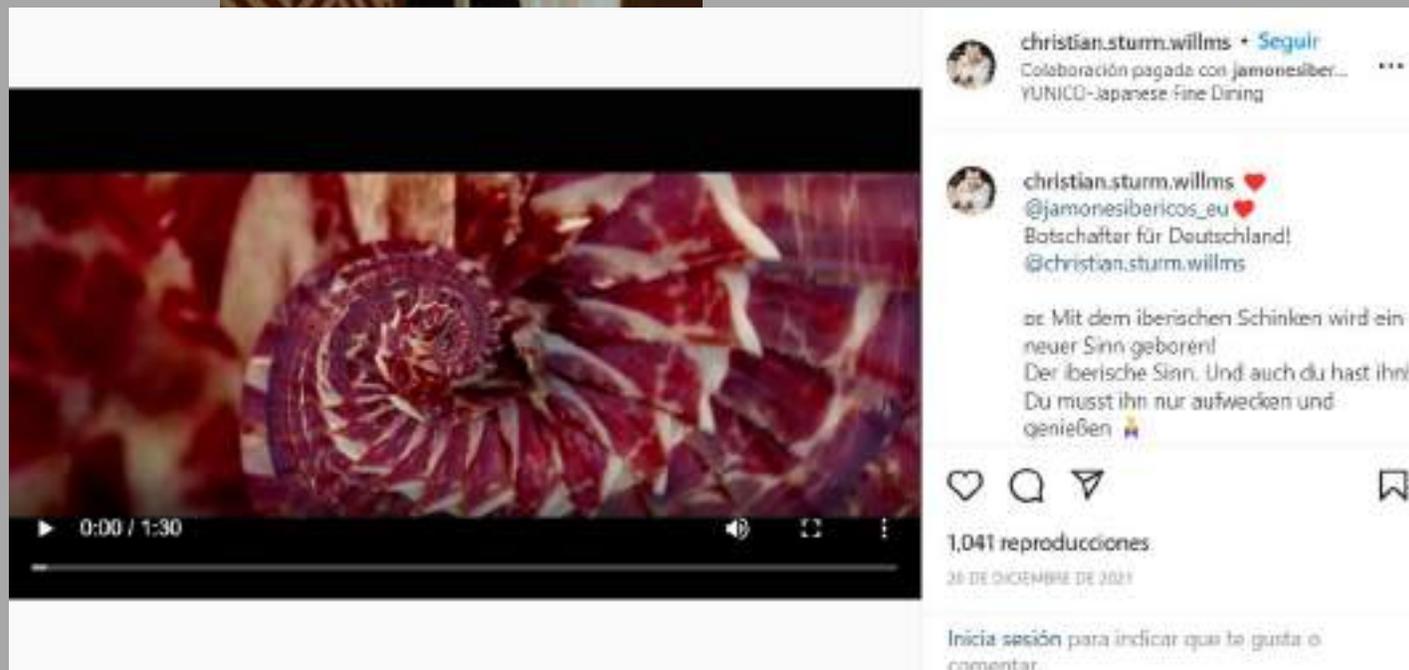
Christian Sturm-Willms



Chef Embajador de Alemania

1 ESTRELLA EN LA GUÍA MICHELÍN

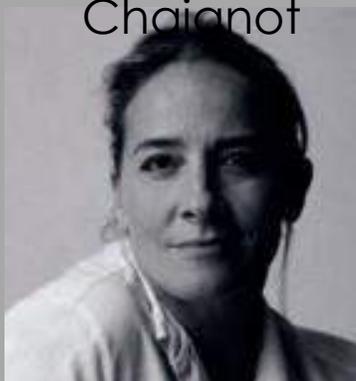
Ambassadors World Project



13. Chefs Embajadores de los Jamones Ibéricos



Amandine Chaignot



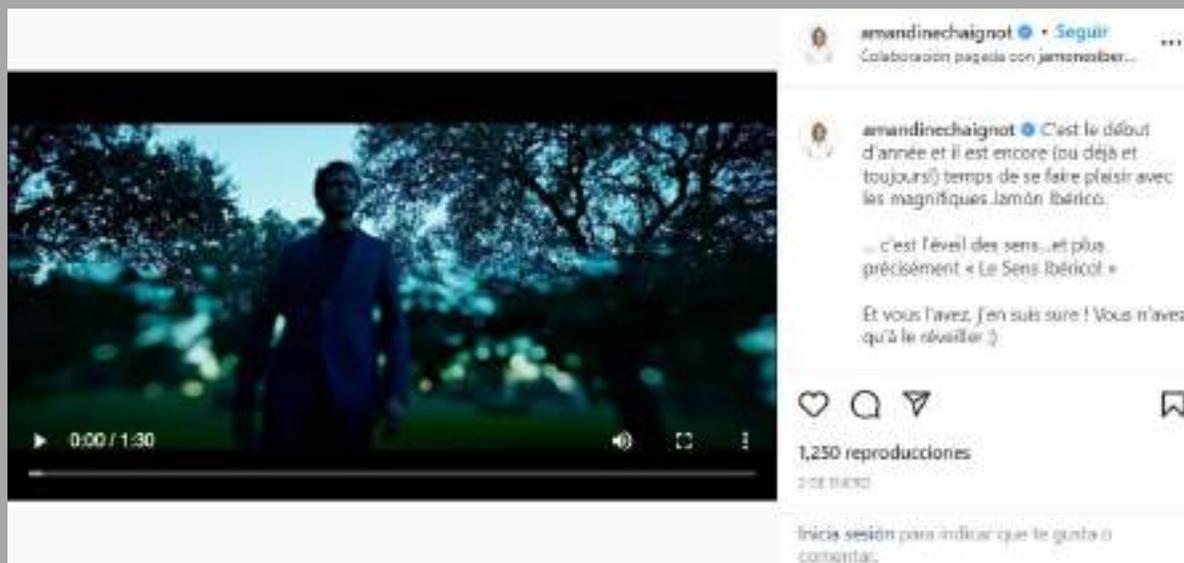
Chef Embajador de Francia

2012 BOCUSE DE BRONCE EN "BOCUSE D'OR FRANCE"

2017 FINALISTA "UN DES MEILLEURS OUVRIERS DE FRANCE"



Ambassadors World Project



Acción Informativa
TRADE y HORECA

14.

Conceptualización de la Base de Datos de
profesionales en Alemania y Francia.

Programa de Captación de contactos
profesionales en Alemania y Francia.

Gestión y mantenimiento

Plataforma de Call Center

Plataforma email marketing



FRANCIA

1.222 Contactos profesionales de Calidad

ALEMANIA

1.060 Contactos profesionales de Calidad



Jamones Ibéricos De España

EMBAJADORES
DE EUROPA EN
EL MUNDO

Ambassadors World
Project

MÉXICO





1 GABINETE DE PRENSA y RR.PP

2 EVENTOS PARA PRENSA

- 2.1 Acto de presentación
- 2.2 Media Tasting Events

3 SITIO WEB

4 MEDIOS SOCIALES

5 Proyecto BIG DATA

6 PUBLICIDAD ONLINE

- 6.1 Paid MEDIA en redes
- 6.2 YouTube

7 INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN

8 VÍDEOS PROMOCIONALES

Ambassadors World
Project

9 WORKSHOPS

- 9.1 Trade Workshop
- 9.2 Visita Comercial
- 9.2 Talleres Cámara de Comercio

10 SEMANAS EN RESTAURANTES

11 VIAJE DE ESTUDIOS (Chef Ham Trip)

12 ACUERDOS LOCALES

- 12.1 Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR)
- 12.2 Festivales Gastronómicos (aplazada)

13 DINAMIZACIÓN EN PUNTOS DE VENTA (aplazada)

14 SESIÓN FOTOGRÁFICA

15 ARTES FINALES

16 CHEFS EMBAJADORES

17 ACCIÓN INFORMATIVA TRADE y HORECA

Ajuste de Actividades.

AÑO 1



■ Ejecutable
■ No ejecutable
■ Ejecutable ajustando actividad

	EJECUTABLE AÑO 1	ACTIVIDADES TRASPASADAS A AÑO 2
1. Actividades Permanentes de Relaciones Publicas		
2. Eventos para Prensa		
2.1 Acto de Presentación		
2.2 Media/Influencers Tasting Table Event		
3. Sitio Web		
4. Medios Sociales		
5. Proyecto Big Data		
6. Publicidad Online		
6.1 Paid Media en redes sociales		
6.2 YouTube		
7. Instrumentos de comunicación		
8. Videos Promocionales		
9. Workshop		
9.1 Trade Workshop Experience		
9.2 Visita Comercial		
9.3 Talleres profesionales Camara de Comercio		
10. Semanas en Restaurantes		
11. Viaje de Studio Chef Ham Trip		
12. Acuerdos Locales		
12.1 Acuerdo con la Asociación Mexicana de Restaurantes		
12.2 Festivales gastronómicos		
13. Dinamización en punto de venta		
14. Sesión fotográfica		
15. Artes finales		
16. Chef Embajadores de los Jamones Ibéricos		
17. Accion Informativa Trade y HORECA		

MÉXICO



Ambassadors World
Project

ACCIÓN	IMPACTOS	INVERSIÓN
GABINETE DE PRENSA Y RRPP	22.829.140	34.500,00€
EVENTOS PARA PRENSA. Acto de presentación	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	29.422,75€
MEDIA TASTING EVENTS	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	9.545,00€
SITIO WEB	7.202	5.750,00€
MEDIOS SOCIALES (alcance)	Incluido en Publicidad Online	20.240,00€
PROYECTO BIG DATA	—	11.500,00€
PUBLICIDAD ONLINE (Paid Media + YouTube)	15.294.470	32.550,00€
INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN	—	25.748,50€
VÍDEOS PROMOCIONALES	—	50.965,70€
WORKSHOPS. TRADE WORKSHOP	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	10.856,00€
WORKSHOPS. VISITA COMERCIAL		1.610,00€

Acciones, resultados e inversión



MÉXICO



Ambassadors World Project

ACCIÓN	IMPACTOS	INVERSIÓN
WORKSHOPS. Talleres Cámara de Comercio (alumnos)	32 alumnos (incluido en Gabinete de Prensa y RRPP)	39.509,40€
SEMANAS EN RESTAURANTES	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	36.225,00€
VIAJE DE ESTUDIOS (Chef Ham Trip)	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	50.222,14€
ACUERDOS LOCALES. Asociación Mexicana de Restaurantes	Incluido en Gabinete de Prensa y RRPP	21.677,50€
DINAMIZACIÓN PUNTOS DE VENTA (aplazado) Formación para profesionales de punto de venta	24 asistentes a la formación	6.037,50€
SESIÓN FOTOGRÁFICA	—	12.305,00€
ARTES FINALES (producción, traducciones y envío)	—	32.403,70€
CHEFS EMBAJADORES	—	21.811,23€
ACCIÓN INFORMATIVA TRADE Y HORECA	308	7.476,12€
RESERVA DE PRODUCTO	—	55.497,47€
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	—	2.650,00€
COSTES DE PERSONAL	—	16.334,40€
OTROS COSTES DIRECTOS (avales, auditoría y dietas)	—	18.221,97€
COSTES INDIRECTOS * (4% de costes de personal, no incluidos en costes total de inversión)	—	653,37€
TOTAL	38.131.176	553.712,75€



1.

Gabinete de prensa y RRPP

- **Gabinete de prensa siempre activo** por país para la **generación de contenidos, organización de actividades, convocatorias a eventos, contactos con medios y seguimiento de las publicaciones.**
- Generación y envío de 4 **notas de prensa en México.**
- **Kick off meeting para la puesta en marcha** de las iniciativas PR.
- **Realizadas las CONVOCATORIAS para:**
 - Kick off meeting
 - Acto de presentación
 - Media Tasting Table Event
 - Trade Workshop Experience
 - Formación AMR
 - Formación charcuteros
- **4 Clippings**



Repercusión en Medios de Comunicación

2.1

26 artículos
22.829.140 impactos





Sentimiento
100% Positivo
0% Negativo

Resultados

1.



2.1 Acto de Presentación en MX



Resultados incluidos en GABINETE DE PRENSA Y RRPP

10 DE NOVIEMBRE

41 asistentes:
entre los que se encuentran figuras institucionales y las principales cabeceras mexicanas.



Evento con medios e influencers



11 DE NOVIEMBRE

2.2

Evento experiencial de degustación para medios de comunicación e influencers

20 asistentes, entre ellos medios como:
GLAMOUR
VOGUE
GENTELMAN
GQ
ROBB Report
HOLA!

Resultados incluidos en
**GABINETE DE PRENSA Y
RRPP**



3.

Sitio web

Web Session

7.202

▶ HOME : <https://jamonesibericoseu.com/>



CALIDAD DESDE EL ORIGEN:

▶ <https://jamonesibericoseu.com/trazabilidad/>



PRENSA:

▶ <https://jamonesibericoseu.com/eventos/>



EMBAJADORES:

▶ <https://jamonesibericoseu.com/embajadores/>



4. Medios Sociales

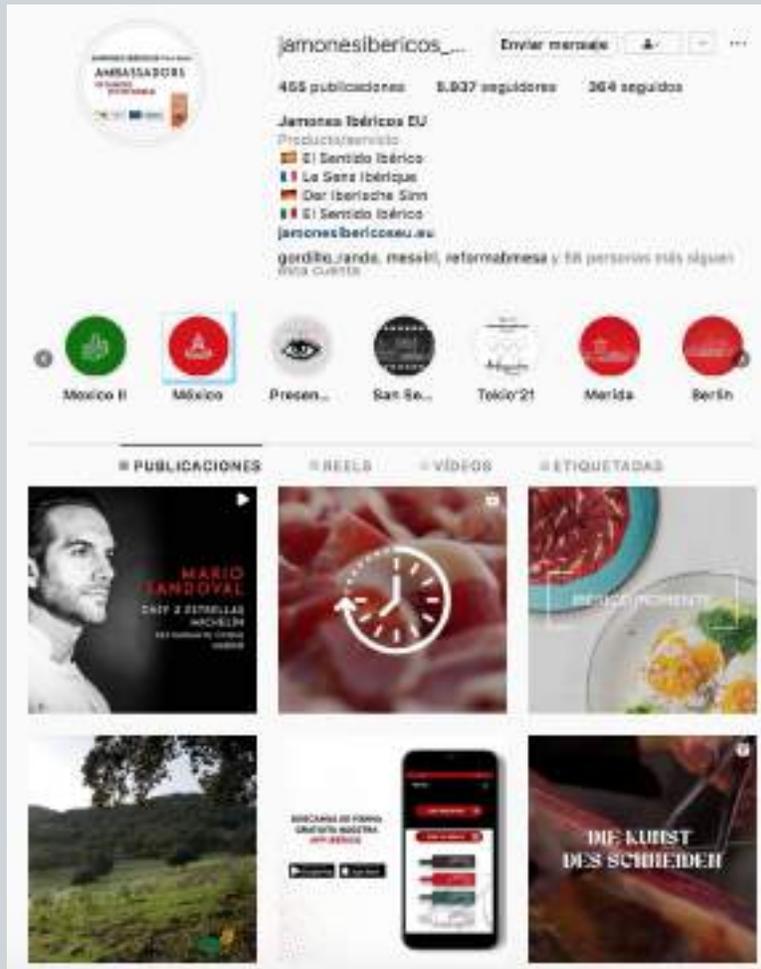


**2 PERFILES
SOCIALES**

**1 Perfil en Facebook
México**

**1 Perfil Global de
Campaña en
Instagram**

**133 CONTENIDOS
PUBLICADOS**

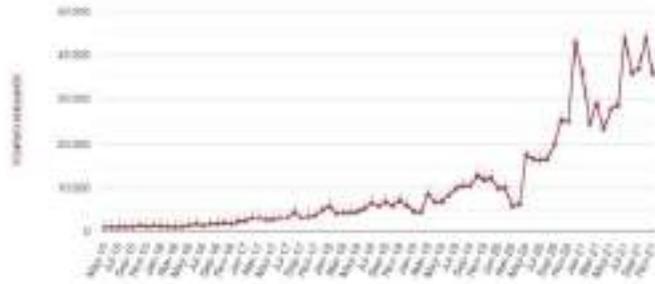


5. Proyecto Big Data



MÉXICO: JAMÓN IBÉRICO

VOLUMEN DE BÚSQUEDAS

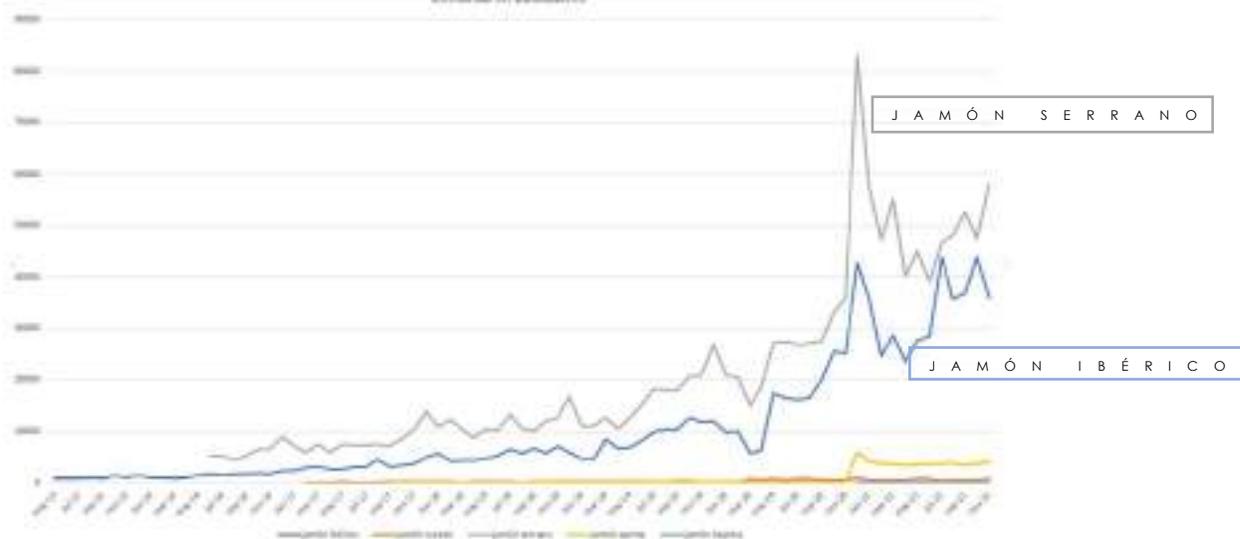


Top Questions

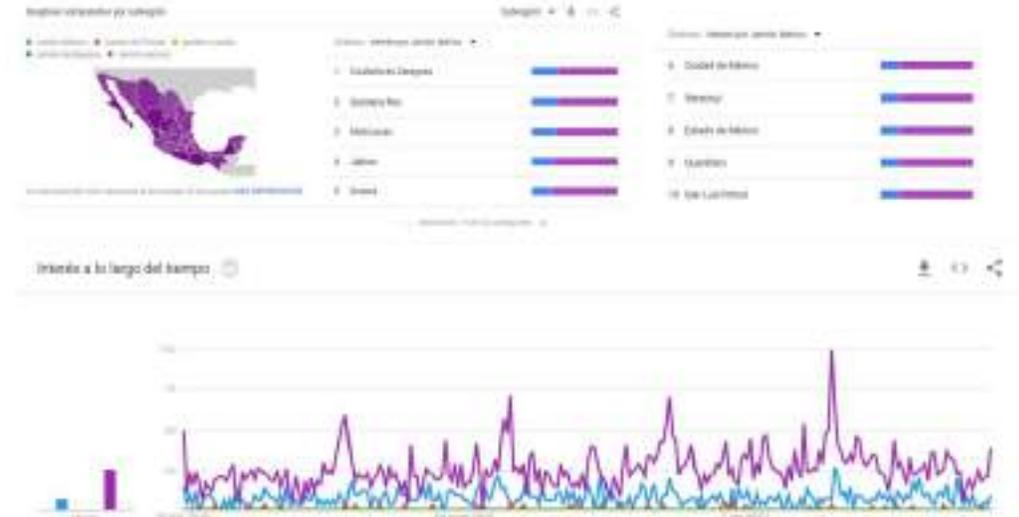
Question	Views	Answers	Score	Rating
¿qué es jamón serrano en	130	30.18	7x	5.0
¿cuánto cuesta un jamón ibérico en	95	30.04	180	4.7
¿qué es el jamón ibérico en	65	30.11	180	4.5
¿cómo comprar jamón ibérico en	25	30.18	180	4.4
¿cómo cortar jamón ibérico en	20	30.18	88	4.2
¿cuánto pesa un jamón ibérico en	19	30.07	67	4.1
¿cómo hacer jamón serrano en	19	30.47	24	4.0
¿cómo comer jamón serrano en	18	30.1	34	3.9

- **Crecimiento exponencial** en el volumen de búsquedas del término “Jamón Ibérico”
- **Fuerte presencia** del **Jamón serrano** en México tanto en las **tendencias de búsquedas** como en el **Interés de búsqueda** en todas las regiones mexicanas.

TENDENCIAS DE BÚSQUEDA EN MÉXICO



INTERÉS DE BÚSQUEDA EN MÉXICO





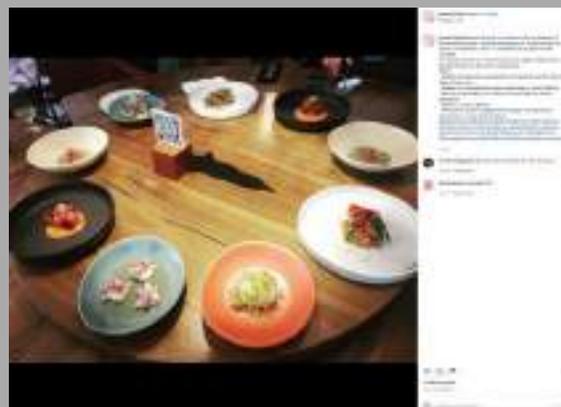
6.1

Publicidad Online

PAID MEDIA

Campaña de **Paid Media** en **Facebook + Instagram**:

- Campaña de **captación de fans**
- Campaña de **engagement**
- Campaña de **views**



Resultados alcanzados MÉXICO

19.735 Fans

33.714 Engagement

11.395.776 Views

4.945.550 Alcance





6.2 *Publicidad Online*

Resumen resultados

Período del 24 nov 2021 – 7 ene 2022

Vídeo pre-roll de 30"



1. Vídeo Pre-roll (Saltable) con duración 20"

VEWS ESTIMADOS YOUTUBE 4.500.000

2. Vídeo Pre-Roll (No saltable hasta los 15")

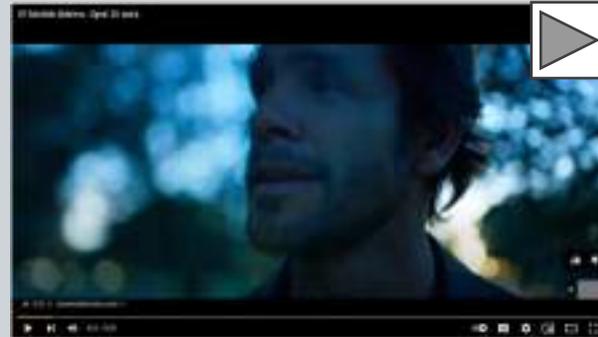
IMPRESIONES ESTIMADAS YOUTUBE
5.500.000



10.348.920



+348.920
Contactos (3,5%)



VEWS ALCANZADAS
4.342.523

CLICS
4.498

-157.477
views
(-3,5%)

Vídeo pre-roll - No saltable 15"



IMPRESIONES ALCANZADAS
6.006.397

CLICS
5.639

+ 506.397
views
(+9,2%)

7. INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN

PRODUCCIÓN DE KITS

- 210 maletines
- 220 bolsas
- 210 dossiers de campaña
- 220 folletos de campaña
- 220 carpetas
- 220 pinzas
- 660 blisters de jamón
- 130 USBs
- 210 delantales



FRONTAL



Giro Horizontal



TRASERA

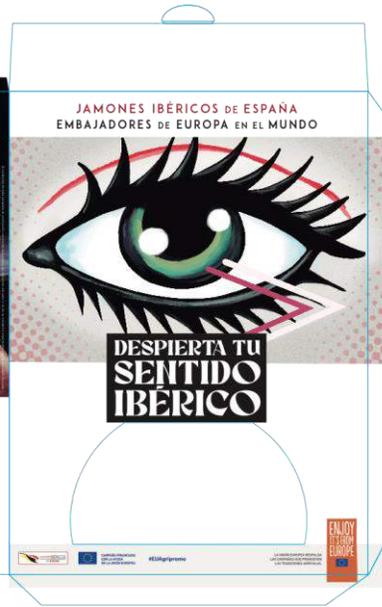
DOSSIER DE PRENSA – FOLLETOS



DELANTALES



BLÍSTERS



PINZAS



8. Vídeos promocionales

Spot de 90"

<https://youtu.be/PxZj3ytM5sc>



Me llamo Leandro de la Dehesa

<https://youtu.be/c73Hnb2TLNU>



Momentos Ibéricos

<https://youtu.be/k6IRhC3PVu0>



¿Qué es el Sentido Ibérico?

<https://youtu.be/-NpF-XNclg>



Spot de 30"

<https://youtu.be/rs9HqNuiwn8>



Proceso de elaboración

<https://youtu.be/rvBNzzn2tuE>



El arte del corte

<https://youtu.be/hrw5D6xnhBs>





12 DE NOVIEMBRE

Resultados incluidos en GABINETE DE PRENSA Y RRPP

9.1 WORKSHOPS TRADE EXPERIENCE

Evento experiencial, degustación de producto y showcooking por parte de nuestros Embajadores de los Jamones Ibéricos, Mario Sandoval y Carlos Gaytan, dirigido a top chefs, importadores, distribuidores y profesionales de la industria alimentaria.



28 Asistentes



Ambassadors World Project



9.2

10 DE NOVIEMBRE

WORKSHOPS *VISITA COMERCIAL*

Visitas comerciales a IMPORTADORES,
DISTRIBUIDORES Y DIRECTORES DE COMPRA
de los principales centros de consumo,
acompañados por consejera comercial de
la Embajada de España en México

MUNDO GOURMET
CITY MARKET
LA NAVAL
GRUPO NOVELDA



Ambassadors World
Project

9.3 WORKSHOPS

Talleres Profesionales Cámara de Comercio

17, 18 Y 19 DE NOVIEMBRE

1º CURSO FORMACIÓN



16 Asistentes



9.3 WORKSHOPS

*Talleres Profesionales
Cámara de Comercio*

17, 18 Y 19 DE ENERO

2º CURSO
FORMACIÓN

16 Asistentes





Semanas en Restaurantes

25 NOVIEMBRE – 23 DICIEMBRE

10.

11 RESTAURANTES

23 ACTIVACIONES AL AÑO

10.800 DEGUSTACIONES

Noviembre 2021

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
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
29	30	1	2	3	4	5



25 NOVIEMBRE – 23 DICIEMBRE

Semanas en Restaurantes

Diciembre 2021

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
29	30	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	29	30	31	1	2

2 Activaciones

10.

11 RESTAURANTES
 23 ACTIVACIONES AL AÑO
 10.800 DEGUSTACIONES





25 NOVIEMBRE – 23 DICIEMBRE

10.

Semanas en Restaurantes



11. VIAJE DE CHEFS

CHEF HAM TRIP

Viaje de estudio para 7 TOP Chefs de la cocina mexicana

Resultados incluidos en GABINETE DE PRENSA Y RRPP



12. ACUERDOS • LOCALES



ASOCIACIÓN MEXICANA DE RESTAURANTES

Presencia de logo en la imagen corporativa de la AMR.

1 Jornada de formación

6 inserciones en la Revista "COMENSALES"

3 Colaboraciones con la embajada de España en MX

Ambassadors World
Project



16 DE NOVIEMBRE

19 Asistentes

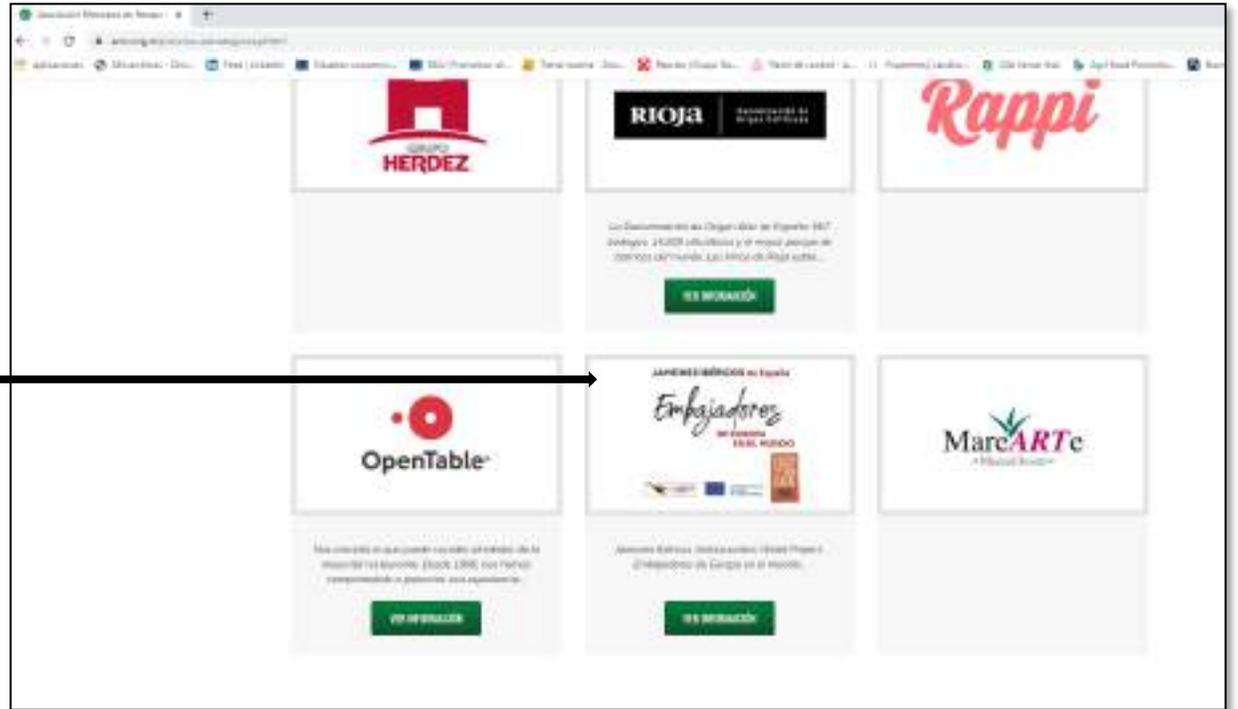


12. ACUERDOS LOCALES

ASOCIACIÓN MEXICANA RESTAURANTE



Presencia
LOGO como
socio
estratégico





12.

ACUERDOS LOCALES

Evento con la Asociación Mexicana de Restaurantes

Exhibición del arte del corte y degustación de Jamón Ibérico, como socio estratégico, en la LXXIV Asamblea General Ordinaria para la presentación del nuevo presidente de la AMR, Jorge Mijares.

15 DE FEBRERO





12.

ACUERDOS LOCALES

Evento con la Asociación Mexicana de Restaurantes

Evento de apertura del restaurante Ekilore del Chef Pedro San Román, organizado por la AMR y con la participación de “Jamones Ibéricos de España, Embajadores de Europa en el Mundo”.

La velada contó con la presencia de socios de la AMR y dueños de restaurantes.

23 DE MARZO

30 Invitados





12.

ACUERDOS LOCALES

Festivales

Gastronómicos

SABOR ES POLANCO (2 días). "Ham truck" que ofrecerá degustaciones y showcooking

SAN MIGUEL DE ALLENDE MERCADO DE ARTE Y GASTRONOMÍA (2 días) "Ham truck" que ofrecerá degustaciones y showcooking.

WINE AND FOOD FESTIVAL (3 días). Punto de degustación y masterclass.

ARTE CAREYES (1 día). Menú exclusivo para 40 comensales. Degustaciones de producto

ACTIVIDAD PREVISTA PARA
EJECUTAR EN AÑO 2, DEBIDO A LAS
RESTRICCIONES SANITARIAS DEL
COVID19



13.

Dinamización Punto de Venta

Curso de formación dirigido a profesionales charcuteros de los puntos de venta
(REALIZADO)

Promoción en 12 puntos de venta cada año.
3 jornadas de activación por punto de venta, con un total de 36 jornadas cada año.

12 corner para activación

12 kits trade

1.500 Merchan

12 azafatas

12 reporting

POSPUESTO A 2022

ACTIVIDAD PREVISTA PARA
EJECUTAR EN AÑO 2, DEBIDO A LAS
RESTRICCIONES SANITARIAS DEL
COVID19

16 DE NOVIEMBRE

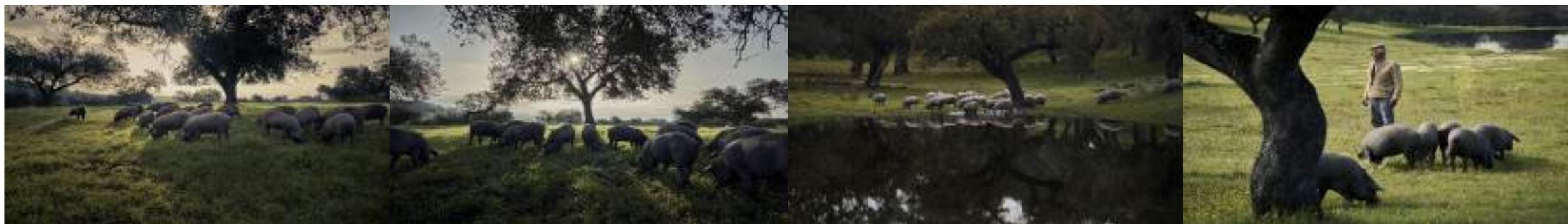


24 Asistentes



14.

Sesión Fotográfica



15.

Producción de Artes Finales

Desarrollo creativo y realización de
diseño y artes finales de piezas.

Traducciones

Envío de materiales

DESPIERTA TU SENTIDO IBÉRICO

JAMONES IBÉRICOS DE ESPAÑA
EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

¿Realmente crees que solo tienes cinco sentidos?
Con el Jamón Ibérico solo uno se agota: el poder que eleva tu capacidad de disfrutar a otra dimensión: el Sentido Ibérico.

Un sentido que te lleva a la esencia de los que somos... a percibir un aroma, un color único o un sabor increíble.

Porque el Sentido Ibérico no se puede describir, solo se puede sentir y vivir.

#despiertatusentidoiberico

jamonesibericos_mx
jamonesibericos_es
jamonesibericoses.com

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LAS TRADICIONES AGRÍCOLAS.

ENJOY IT'S FROM EUROPE

DESPIERTA TU SENTIDO IBÉRICO

JAMONES IBÉRICOS DE ESPAÑA
EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

¿Realmente crees que solo tienes cinco sentidos?
Con el Jamón Ibérico solo uno se agota: el poder que eleva tu capacidad de disfrutar a otra dimensión: el Sentido Ibérico.

Un sentido que te lleva a la esencia de los que somos... a percibir un aroma, un color único o un sabor increíble.

Porque el Sentido Ibérico no se puede describir, solo se puede sentir y vivir.

#despiertatusentidoiberico

jamonesibericos_mx
jamonesibericos_es
jamonesibericoses.com

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LAS TRADICIONES AGRÍCOLAS.

ENJOY IT'S FROM EUROPE

DESPIERTA TU SENTIDO IBÉRICO

JAMONES IBÉRICOS DE ESPAÑA
EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

Creemos que sabemos todo sobre nosotros, pero... ¿Y si nos quedara algo nuevo por descubrir? Algo que, sin saberlo, todos llevamos dentro: el Sentido Ibérico.

Un sentido que nace de la cultura mediterránea, de unir algo tan único como el Jamón Ibérico y algo tan extraordinario como una forma especial de vivir la vida.

Así es el Sentido Ibérico. Solo tienes que despertarlo.

#despiertatusentidoiberico

jamonesibericos_mx
jamonesibericos_es
jamonesibericoses.com

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LAS TRADICIONES AGRÍCOLAS.

ENJOY IT'S FROM EUROPE

16. *Chefs Embajadores de los Jamones Ibéricos*



Mario Sandoval



Chef Embajador Mundial

2 ESTRELLAS EN LA GUÍA MICHELÍN

3 M EN LA GUÍA METRÓPOLI

3 SOLES EN LA GUÍA REPSOL

Ambassadors World Project



16 • Chefs Embajadores de los Jamones Ibéricos



Carlos



Chef Embajador de México

PRIMER MEXICANO EN RECIBIR UNA ESTRELLA EN LA GUÍA MICHELÍN

PREMIO “CHEF DEL AÑO” POR LA AMERICAN CULINARY FEDERATION

Ambassadors World Project





Acción Informativa
TRADE y
HORECA

17.

**Conceptualización de la Base de Datos de
profesionales en México.**

**Programa de Captación de contactos
profesionales en México.**

Gestión y mantenimiento

Plataforma de Call Center

Plataforma email marketing



308 Contactos de Calidad

Jamones Ibéricos De España

EMBAJADORES
DE EUROPA EN
EL MUNDO

Ambassadors World
Project

CHINA



ACTIVIDADES

1 GABINETE DE PRENSA y RR.PP

- 1.1 Gabinete de prensa
- 1.2 Media Partnership
- 1.3 Advertorials HORECA (Nueva)
- 1.4 Advertorials Lifestyle (Nueva)
- 1.5 Acuerdos con Influencers (Nueva)

2 EVENTOS PARA PRENSA

- 2.1 Acto de presentación (Año 2)
- 2.2 Media Tasting Events (Modificada)
- 2.3 Viaje de Prensa (Modificada)

3 SITIO WEB y MEDIOS SOCIALES

4 Proyecto BIG DATA

5 CHEF COMMUNITY PROGRAM

6 PUBLICIDAD

- 6.1 Prensa
- 6.2 Publicidad ONLINE (programática, buscadores y RRSS)

7 INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN

8 VÍDEOS PROMOCIONALES

9 WORKSHOPS

- 9.1 Trade Workshop Experience (Año 2)
- 9.2 Chef4Chef Table Events (Año 2)
- 9.3 Talleres Cámara de Comercio (Año 2)

10 VIAJE DE ESTUDIOS:

- Chef Ham Trip (Modificada)

11 ACUERDOS LOCALES (Año 2)

12 ARTES FINALES

13 CHEFS EMBAJADORES (Año 2)

14 ACCIÓN INFORMATIVA TRADE y HORECA

15 EVALUACIÓN RESULTADOS (Momento 0)

Ambassadors World Project



Ajuste de Actividades.

AÑO 1



■ Ejecutable
■ No ejecutable
■ Ejecutable ajustando actividad

	EJECUTABLE AÑO 1	ACTIVIDADES TRASPASADAS A AÑO 2
1. Gabinete de Prensa y RRPP		
1.1 Gabinete de Prensa		
1.2 Media Partnership		
1.3 Advertorials HORECA <i>(nueva)</i>		
1.4 Advertorials LIFESTYLE <i>(nueva)</i>		
1.5 Acuerdos con Influencers <i>(nueva)</i>		
2. Eventos para prensa		
2.1 Acto de Presentación <i>(Año 2)</i>		
2.2. Media/Influencers Tasting Table Event <i>(modificada)</i>		
		Actividad sustituida por un Plan de Influencers (estrategia mixta de KOLs y KOCs)
2.3 Viaje de Prensa <i>(modificada)</i>		
		Actividad sustituida por colaboraciones de paid advertorial con medios de LIFESTYLE
3. Sitio Web y Medios Sociales		
4. Publicidad		
4.1 Prensa		
4.2 Publicidad Digital		
5. Artículos de promoción		
6. Videos Promocionales		
7. Workshops		
7.1 Trade Workshop Experience <i>(Año 2)</i>		
7.2 Chef4Chef Table Events <i>(Año 2)</i>		
7.3 Talleres profesionales Camara de Comercio <i>(Año 2)</i>		
8. Viajes de Estudios - Chef Ham/Fam Trip <i>(modificada)</i>		
		Actividad sustituida por colaboraciones de paid advertorial con medios de HORECA
9. Acuerdos locales		
10. Artes Finales		
11. Embajadores de los Jamones Ibéricos		
12. Accion Informativa con Trade y HORECA		

ACCIÓN	IMPACTOS	INVERSIÓN
GABINETE DE PRENSA	10.509.470	48.599,00€
MEDIA PARTNERSHIP	1.621.000	100.326,00€
ADVERTORIALS HORECA	3.026.470	84.065,0€
ADVERTORIALES LIFESTYLE	5.865.500	76.705,00€
ACUERDOS CON INFLUENCERS	3.110.000	114.045,50€
SITIO WEB Y MEDIOS SOCIALES	55.866.980	24.150,00€
Proyecto BIG DATA	—	19.550,00€
CHEF COMMUNITY PROGRAM	1.846.461	53.429,00€
PUBLICIDAD PRENSA	5.361.292	53.251,80€
PUBLICIDAD ONLINE (Programática, buscadores y RRSS)	12.617.063	124.687,50€
INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN	—	18.687,50€
VÍDEOS PROMOCIONALES	Incluido en publicidad online y medios sociales	203.591,40€

Acciones, resultados e inversión

ACCIÓN	IMPACTOS	INVERSIÓN
TRADE WORKSHOP EXPERIENCE	Previsto en Año 2	—
CHEF4CHEF TABLE EVENTS	Previsto en Año 2	—
TALLERES PROFESIONALES CÁMARA DE COMERCIO	Previsto en Año 2	—
CHEF HAM TRIP (Viaje de estudios)	Modificada	—
ACUERDOS LOCALES	Previsto en Año 2	—
ARTES FINALES	—	23.892,85€
CHEFS EMBAJADORES	—	2.472,50€
ACCIÓN INFORMATIVA TRADE Y HORECA	500	17.250,00€
RESERVA DE PRODUCTO	—	7.578,79€
EVALUACIÓN DE RESULTADOS (Momento 0)	—	11.825,00€
COSTES DE PERSONAL	—	81.549,67€
OTROS COSTES DIRECTOS (avales, auditoría y dietas)	—	19.739,45€
COSTES INDIRECTOS * (4% de costes de personal, no incluidos en costes total de inversión)	—	3.261,98€
TOTAL	99.824.736	1.088.657,94€

1.1 Gabinete de Prensa y RRPP

4 Notas de Prensa

Presentación de la campaña (vídeo)



Juegos Olímpicos de Invierno



Año nuevo chino (vídeo & press kit)



Día de la Mujer (8 de marzo)



Target media China Continental



Food trade media
Foco en el origen, ingredientes, la producción y calidad de los alimentos.



Medios Gastro
Contenido centrado en la historia y cultura de los alimentos



Medios Lifestyle.
Foco en el estilo de vida Europeo.



Mass media have
Gran influencia que puede ayudar en el posicionamiento del Jamón Ibérico.

1.1 *Gabinete de Prensa y RRPP*

Target media en Hong Kong

MASS MEDIA

MEDIOS LIFESTYLE

GASTRO MEDIOS

COMIDA Y CULTURA



1.1

Gabinete de Prensa y RRPP

+50 MEDIOS

156 ARTÍCULOS

10.509.470 IMPACTOS ALCANZADOS

238.405€ VALORACIÓN ECONÓMICA



1.2 Gabinete de prensa y RRRPP MEDIA Partnership



Global Gourmet

1 Inserción Full Page en Print

Edición: Marzo 2022

IMPACTOS: 100.000

1 Artículo en la WeChat

Publicación: 24 de Marzo 2022

IMPACTOS: 15.000

[https://mp.weixin.qq.com/s/BQacd
mIX-gb0ka R3LluIQ](https://mp.weixin.qq.com/s/BQacd
mIX-gb0ka R3LluIQ)

115.000 IMPACTOS TOTALES



伊比利亚火腿是一种珍贵的腌制火腿，在欧洲委员会具有很高的地位，享誉世界。伊比利亚火腿的品质体现在它独特的伊比利亚猪品种、饲养原则以及漫长的生产过程。这些种猪的成功才能带来伊比利亚火腿令人难以置信的品质。从非常强烈的红色，以及伊比利亚品种典型的特征，我们才能拥有这种无可比拟的风味、质地和香气。

伊比利亚火腿的生产是一个长期准备和腌制的过程，需要3、4、5年……才能赋予其独特的香气和风味，同时达到伊比利亚火腿要求的质量标准。但在等待期间，腌制、传统、自然、漫长的加工过程，最终为我们带来了独特的感官享受、风味、质地和腌制味道的细微差别。在火腿的腌制过程中，几片伊比利亚火腿就可以刺激我们的味蕾，带来这种微妙、持久且难以描述的第5种味道。经过几年的等待，完美的伊比利亚火腿就此诞生。因此一份高品质的伊比利亚火腿才如此珍贵的美食。

今年，伊比利亚火腿的脚步首次来到中国。在欧盟支持下，伊比利亚猪肉产业联合组织（ASICO）在中国推出了“西班牙伊比利亚火腿欧洲世界大使项目”，展开一系列宣传和培训活动。

该项目将由全球具有影响力的大厨组成的国际化团队带领全球3亿多消费者走近伊比利亚火腿，全方位体验“伊比利亚感官”。

该国际化团队将由西班牙米其林二星主厨 Mario Sandoval 领导。Sandoval 来自马德里，自十岁起便开始学习烹饪上烹饪。自那时起，他从未停止创新和改造，成为西班牙最具影响力的烹饪先锋。

除了 Sandoval，伊比利亚火腿还将携手其他大使主厨，如来自德国的 Christian Sturm-Wilms（Yunico 餐厅主厨，以其米其林一星身份著称）、来自法国的 Amandine Chaignot（Pouliche 餐厅主厨）、来自墨西哥的 Carlos Gaytan（第一位获得米其林星级的墨西哥人）。

“西班牙伊比利亚火腿欧洲世界大使项目”预计将走进1.11亿中国消费者和超过7万家餐厅，期待欧洲美食传奇将在中国掀起一股新的热潮。



1.3 Advertorials HORECA

Colaboración con 8 medios HORECA/
GOURMET – PRINT Y DIGITAL
(Sustituye al Viaje de Chefs)

8 MEDIOS

9 PUBLICACIONES

4 publicaciones de prensa

5 publicaciones digitales

3.026.470 IMPACTOS TOTALES

Food Industry 食品界

Plataforma: Magazine

Impacto estimado: 300.000

Culinary Artist 烹饪艺术家

Plataforma: Magazine

Impacto estimado: 200.000

Gran Chef 名厨

Plataforma: WeChat

Impacto estimado: 100.000

CN Food 中国食品网

Plataforma: Website

Seguidores: 250.000

China Food

Plataforma: Magazine

Impacto estimado: 150.000

Chinese Cuisine 中国烹饪

Plataforma: Magazine

Impacto estimado: 180.000

Catering World 餐饮界

Plataforma: Website

Impacto estimado: 100.000

Gourmet World 美食天下

Plataforma: Website

Impacto estimado: 200.000

1.3 Advertorials HORECA

CHINESE CUISINE

FOOD INDUSTRY



伊比利亚火腿 超越美食的界限

伊比利亚半岛位于欧洲西南角，大部分地区都属地中海气候。比利牛斯山脉将它与欧洲大陆分隔开来。所以伊比利亚半岛文化时常被划出属于欧洲的古典完美、人文、美食、宜人气候，不计其数的世界遗产，无不让人陶醉。

作为伊比利亚半岛的特产，伊比利亚品种的猪是培植伊比利亚火腿生活方式的核心。它的品质体现在浓烈的红色泽泽上。其特殊的饲养赋予了其独特的风味和香气。伊比利亚这种独特品种只能在传统的自然条件下饲养，需要获得如此精致的产品，伊比利亚的饮食也必须得到精心照料，由此才能得到充满特色风味的肉食！

伊比利亚火腿的生产是一个长期复杂和漫长的过程，需要三、四、五年……才能赋予其独特的香气和风味。同时达到伊比利亚火腿要求的重量标准，但它值得等待。

细致、传统、自然、漫长的加工过程，最终为我们带来了独特的感官享受。甜味和腌制味道的细微差别，汇聚在火腿的鲜美中。几片伊比利亚火腿就可以刺激我们的味觉，带来那种微妙、持久且难以抗拒的第五种味道。

经过几年的等待，完美的伊比利亚火腿才终于完成。

餐桌上的一点美味的伊比利亚火腿让人难以抗拒，但要品尝一位真正的伊比利亚火腿，腌制也是必不可少的。我们必须观察它的切工、厚度和色泽。

切片的薄厚和厚度至关重要。一定要均匀且薄，这样才能在口中融化。如果切片覆盖了整个火腿的宽度，我们将获得两种口味的火腿片。薄片需要切成2至3毫米厚，这种切片有助于释放伊比利亚火腿特有的香气。

伊比利亚火腿始终是高品质的食品，所以要使用光滑的黄色或白色盘子，以免分散注意力。火腿切片的理想温度在20°C到24°C之间，因为此时的香气被充分释放。最后，请品尝它的其余部分，完美呈现其品质。

如今，伊比利亚火腿已跨越地域界限，成为欧洲饮食文化的象征。激发着人们对地中海文化及欧式健康生活的兴趣。2022年，伊比利亚火腿将开启一个重要的中国之旅。在政府的支持下，伊比利亚猪肉业联合会（ASICO）推出“西班牙伊比利亚火腿欧洲世界大使项目”，遍及西班牙、法国、德国、墨西哥，并来到世界上备受瞩目的市场之一——中国。旨在让中国消费者体验到伊比利亚火腿卓越的品质和专业的风味，拥有欧洲文化和健康生活方式的独特体验。

关注伊比利亚火腿 微信公众号

ENJOY IT FROM EUROPE

Página a color
IMPACTOS: 180.000



[Chinese Cuisine]

中国烹饪

畅享一口鲜

ENJOY IT FROM EUROPE



FOOD INDUSTRY

食品界

网络直播营销 突破从网红走向关键

ENJOY IT FROM EUROPE

Página a color
IMPACTOS: 300.000



伊比利亚火腿：生态体系成就的非凡珍品

生态体系成就的非凡珍品

伊比利亚火腿以其独特的风味和悠久的历史而闻名。它不仅是一种美食，更是一种文化的传承。在生态体系的支撑下，伊比利亚火腿的品质得到了充分的保障。从饲养到加工，每一个环节都严格遵循传统工艺，确保了火腿的纯正和美味。

伊比利亚火腿的生产是一个长期复杂和漫长的过程，需要三、四、五年……才能赋予其独特的香气和风味。同时达到伊比利亚火腿要求的重量标准，但它值得等待。

细致、传统、自然、漫长的加工过程，最终为我们带来了独特的感官享受。甜味和腌制味道的细微差别，汇聚在火腿的鲜美中。几片伊比利亚火腿就可以刺激我们的味觉，带来那种微妙、持久且难以抗拒的第五种味道。

经过几年的等待，完美的伊比利亚火腿才终于完成。

ENJOY IT FROM EUROPE

1.3 Advertorials HORECA

GREAT CHEF



Artículo WeChat

IMPACTOS: 137.226

<https://mp.weixin.qq.com/s/WdZdZvJaSQH8eG5giHErNw>

CN FOOD



Artículo web

IMPACTOS: 283.400

<http://www.cpes.top/news/12291.html>

1.4 Advertorials LIFESTYLE

COLABORACIÓN CON

8 MEDIOS LIFESTYLE – PRINT Y DIGITAL (Sustituye al Viaje de Prensa)

8 MEDIOS

8 PUBLICACIONES

5.865.500 IMPACTOS TOTALES

VOGUE China
Plataforma: Website
Impacto estimado: 350.000

LOHAS 乐享生活
Plataforma: Website
Impacto estimado: 120.000



Style 优选生活
Plataforma: WeChat
Impacto estimado: 350.000

ELLE Life 生活志
Plataforma: Website
Impacto estimado: 250.000



Cosmo Life
Plataforma: WeChat
Impacto estimado: 350.000



TimeOut 消费导刊
Plataforma: Weibo
Impacto estimado: 800.000



Evolife 爱活网
Plataforma: Website
Impacto estimado: 60.000



GQ China
Plataforma: Website
Impacto estimado: 220.000

1.4 Advertorials LIFESTYLE

VOGUE CHINA

没有伊比利亚腿 人间不值得

• 编辑: 阿琳 Zhang • 时间: 2022年3月15日 • 内容来源: VOGUE中国版 • 图片来源: 品牌官方

生活感悟

人们常说:“开心点朋友,人间不值得”,我对此,感受过却从未动摇,因为人间不值得。

伊比利亚火腿是美食的巅峰,它是非凡且强大的产品,一小片即可变成美味佳肴,也是一份与朋友聚会的美食回忆。它是开胃菜或“调味品”,配上一杯酒,永远不会让人失望。伊比利亚火腿世界大奖赛亚军得主Marta Garrido评价道:“它的风味穿透感官,这是精神上的享受,难以用文字言喻”。



伊比利亚火腿的起源可追溯到罗马时代,直到19世纪末,起源于伊比利亚半岛的伊比利亚野猪开始获得特殊关注,成为世界上独一无二的标志,这得益于其特殊的饲养体系及其原产地伊比利亚半岛典型的生态系统。如今,伊比利亚火腿成为地中海饮食的文化象征,成为其他肉类产品走向世界的基础,激发人们对健康生活方式和可持续发展的兴趣,以及了解与之相关的文化背景的美食文化。

Artículo WEB

IMPACTOS: 418.000

http://www.vogue.com.cn/living/news/news_12113554dc930e3a.html

ELLE CHINA

伊比利亚火腿: 欧洲美食的象征

—
地中海饮食享誉全球的营养界,2010年,地中海饮食文化被确认为人类非物质文化遗产之一,是多样化及均衡饮食的世界标杆。



品牌官方提供

伊比利亚火腿因其营养价值成为典型的地中海饮食代表之一,没尝过伊比利亚火腿,不算真正吃过火腿。

伊比利亚火腿源于伊比利亚半岛,德埃萨(Dehesas),田地和农场是这种独特的产品的起源,与乡村环境,地中海饮食,以及居民的习俗息息相关,这些特征

Artículo WEB

IMPACTOS: 459.800

<https://www.ellechina.com/fashion/news/a39404120/1646988428/>

1.4 Advertorials LIFESTYLE

GQ CHINA

Artículo WEB

IMPACTOS: 425.600

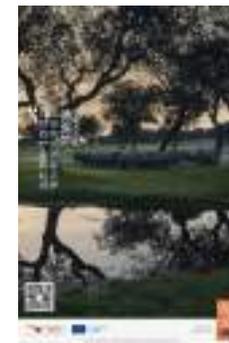
http://www.gq.com.cn/living/news_1442db05f983b4c7.html

EVOLIFE

Artículo WEB

IMPACTOS: 132.600

<https://www.evolve.cn/consumption/296613.html>



1.4 Advertorials LIFESTYLE

LOHAS

伊比利亚火腿——生活中一丝独特风味

发布时间：2022-03-17 14:41 | 来源：洛哈生活

2022年，伊比利亚火腿开始登陆中国餐桌。预计未来17年内全球消费量将超过100万吨。这成为继葡萄酒之后中国消费者“舌尖上的奢侈品”。

伊比利亚火腿，被誉为世界上独一无二的产品。

伊比利亚火腿承载整个民族文化和传统，代代相传，并历经数百年历史和技术磨炼而成。这一产品与当地的自然环境息息相关。遵循伊比利亚传统工艺，在伊比利亚半岛特有的橡树林中，人们按照传统的饲养方式，让火腿在自然环境中慢慢成熟。伊比利亚火腿对他们而言不仅是一种产品。



自1940年起，伊比利亚火腿就以西班牙和地中海饮食文化的象征备受瞩目，如今它已成为一种美食符号，跨越了美食的地域界限，为世界各地的人们带来属于地中海沿岸的风情韵味。

欧洲的西南部伊比利亚半岛上，大部分地区属于地中海气候。比利牛斯山脉将其与欧洲大陆分隔开来，而伊比利亚半岛的文化则比欧洲大陆的其他地方更具传统色彩。当地的气候、美食、宜人的人文和优质的原料是伊比利亚火腿的灵魂。

作为伊比利亚半岛的特产，伊比利亚火腿是西班牙火腿家族的核心，它的高品质体现在独特的红色肉质上。其特有的纹理赋予了无可比拟的肉质香气。伊比利亚火腿独特的品种只能产自特定的自然地理环境（橡果、橡树坚果和天然饲料），而要想获得如此优质的产品，伊比利亚火腿的饲养也必须得到精心呵护。因此得到的肉类是充满特色的美食。

Artículo WEB

IMPACTOS: 214.500

<http://www.lohas-china.com/a/taste/food/2022/0317/4008.html>

COSMO LIFE

美食大赏，怎能少了伊比利亚火腿？

cosmo生活 2022-03-15 09:31

今日主角：**伊比利亚火腿**。作为起源的传奇食品之一，伊比利亚火腿是西班牙和地中海地区饮食的文化象征。其浓厚的质感、精致的切片、透亮的红宝石一般肉质、特殊的制作工艺以及独具匠心的包装技术，让它看起来就是个艺术品。

伊比利亚半岛位于欧洲西南角，大部分地区都属于地中海气候区。比利牛斯山脉将它与欧洲大陆分隔开来，所以伊比利亚半岛文化对南半球世界有着经济元素、休闲、美食、宜人气候，不计其数在世界遗产，无不让人陶醉。



Artículo WeChat

IMPACTOS: 1.750.000

<https://mp.weixin.qq.com/s/-7Se4JuO0kTzl7iJ2wJicA>



1.5 Gabinete de prensa y RRPP

Acuerdo con INFLUENCERS



Estrategia

Plataformas



Weibo



WeChat: Brand Educator



Red: Product inspirer



Tik Tok

KOL&KOC Weighting

KOL: 1 ppl

Construir imagen de marca
y maximizar su alcance.

KOC: 40 ppl

Incrementar la visibilidad de
la marca.

Tipos de Influencer

Gastro influencer

Lifestyle/travel
influencer

Total Followers: +**10M**
Estimación Total colaboraciones: **42 Influencer**
Total estimación impresiones: +**1.5M**
Total estimación engagement: +**50K**

1.5 Gabinete de prensa y RRPP Acuerdo con INFLUENCERS



**Gastro Influencer:
Cooker Amy 丸小厨Amy**

**3.110.000
IMPACTO TOTAL**

Colaboración con **1 TOP Gourmet** con más de **8,9 M de seguidores.**

Plataforma: Weibo

Formato: Vídeo original

IMPACTOS CONSEGUIDOS

1.010.000 VISUALIZACIONES DE VIDEO

1.092 VECES DE COMPARTIDOS

1.724 COMENTARIOS

6.166 LIKES



<https://m.weibo.cn/6870254063/4749804917230028>

1.5 Gabinete de prensa y RRPP

Acuerdo con INFLUENCERS



Hemos colaborado **con KOCs (influencers micros) de Gastronomía y Lifestyle** en las sedes sociales principales de China donde han publicado contenidos formato tanto imágenes como en vídeo.

Nº de publicación: **41 publicaciones**

- 40 publicaciones
- 1 publicación sin coste adicional

Nº de plataformas: **3 plataformas cubiertas**

- Weibo
- Red book
- Douyin

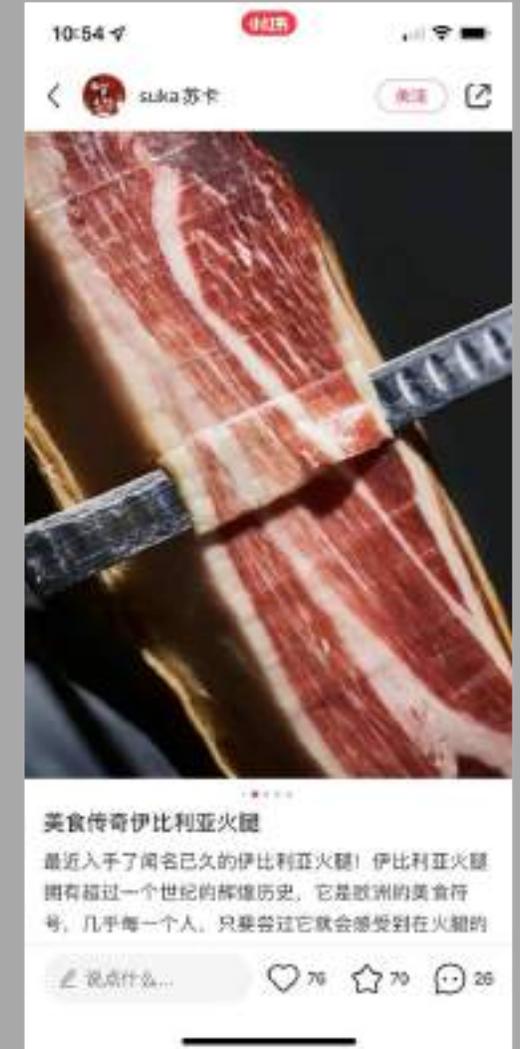
52.756.980
IMPACTO TOTAL



1.5 Gabinete de prensa y RRPP Acuerdo con INFLUENCERS



Lifestyle/Travel Influencer



2.1 *Eventos de PRENSA*

Acto de Presentación de campaña

Acto de Presentación de la campaña “Despierta tu Sentido Ibérico” dirigido a 50 asistentes, personalidades institucionales y otros actores de interés, además de los principales medios de comunicación.

ACTIVIDAD PREVISTA PARA EJECUTAR EN
AÑO 2, DEBIDO A LAS RESTRICCIONES
SANITARIAS DEL COVID19

2.2 *Eventos de PRENSA*

Media Tasting Event

Ejecución de 4 eventos por año,
constando de presentación y
showcooking a 10/12 medios-influencers.

EJECTUABLE AJUSTANDO ACTIVIDAD

Se ha sustituido por un **plan de influencers con estrategia mixta de KOLs y KOCs** para apoyar la campaña de lanzamiento en el mercado local. Contamos con **1 KOLs top con una comunidad de 9 millones**. Además, contaremos con **41 KOC (micro influencers)** para tener una cobertura en diferentes plataformas durante la campaña.

Contaremos con un total de **42 influencers de gastronomía, lifestyle, viaje, luxury**.

2.3 *Eventos de PRENSA*

Viaje de Prensa

Nos dirigiremos a **8 periodistas** de los principales medios **gastronómicos y lifestyle** de China para viajar a España a conocer el Universo del Ibérico y el proceso de elaboración del Jamón Ibérico.

Se ha sustituido el viaje de prensa por **8 colaboraciones de PAID ADVERTORIAL** con los **medios de LIFESTYLE**.

EJECTUABLE AJUSTANDO ACTIVIDAD

3. *Sitio Web y Medios Sociales*

Perfil en WECHAT

Hemos abierto la cuenta oficial de Jamones Ibéricos en WeChat, la plataforma de redes sociales más usada en China en febrero.

Nº de publicaciones: **32 publicaciones**

RESULTADOS:

576.652 Alcance

668 Seguidores de alta calidad

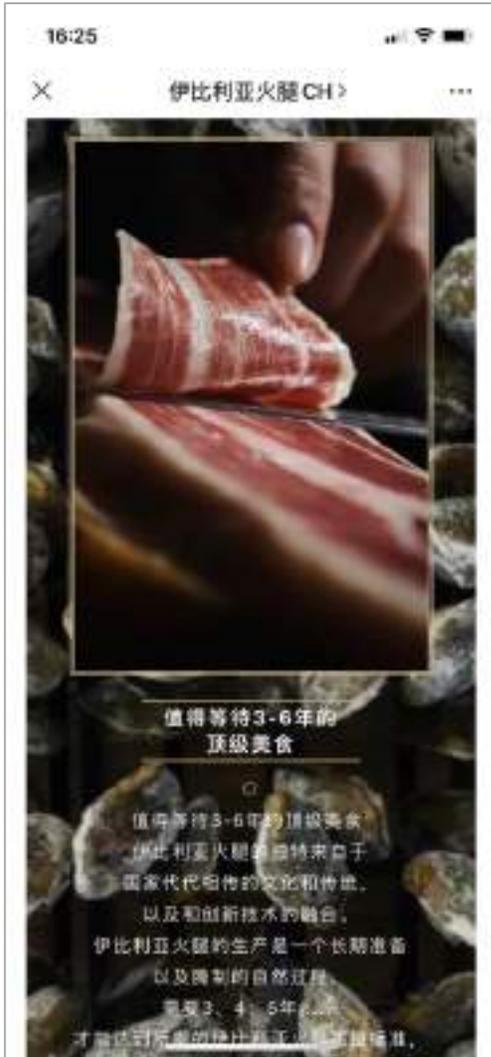
459 Engagement

21.015 Views



3. Sitio Web y Medios Sociales

Publicaciones en WECHAT



4.

Proyecto Big Data

Estudio del **comportamiento del consumidor de Jamón Ibérico en entornos digitales** y en los mercados destinatarios (**España, Francia, Alemania, México y China**) con la intención de **mejorar la Reputación Online** del producto, **Notoriedad** y **crear una imagen** potente a su alrededor

Ambassadors World Project

Huella Digital. Cualificación y cuantificación de **todas referencias existentes en Internet alrededor del Jamón Ibérico** y otras variedades del producto (competencia).

Digital Consumer Intelligence. **Comportamiento de compra** del consumidor online. **Hábitos y motivación** de compra. Fechas clave de compra. Ticket medio, **volumen de compra**, dónde compra el producto...

Keyword research. Análisis de las **palabras clave** que están en la **mente del usuario cuando realiza una búsqueda en Internet** y cuantificación de la demanda en buscadores alrededor del Jamón Ibérico y su competencia.

Benchmark. Evolución de mercado y **tendencias de ventas**. Análisis de los competidores. Productos sustitutos. **Precio medio del producto vs producto sustitutivo.**

E-strategy. Metodología Business Intelligence que permite la **recogida y organización de los datos** obtenidos en el estudio, con el objetivo de **elaborar conclusiones relevantes que ayuden a optimizar la estrategia y a elaborar el plan de acción.**

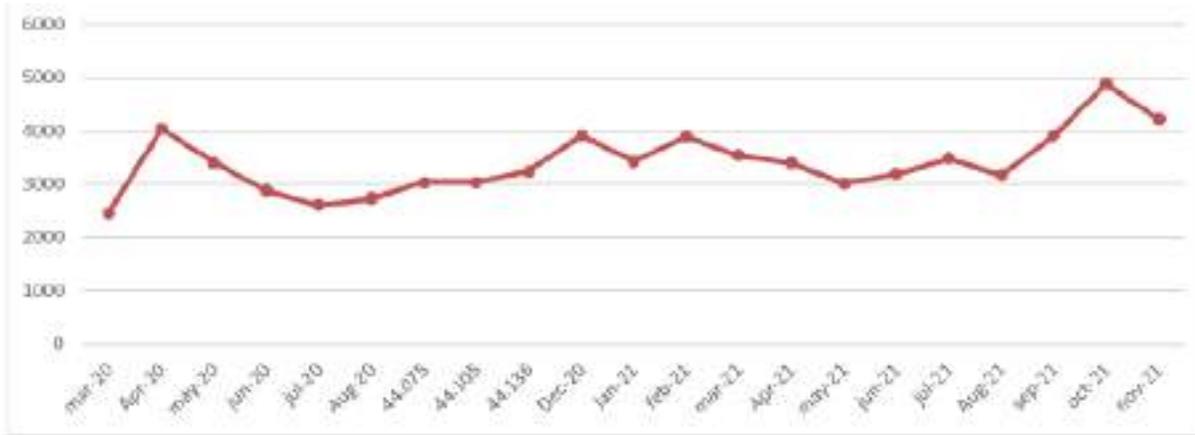
Social Listening. Análisis de **conversaciones y menciones en todo Internet alrededor del Jamón Ibérico** y su competencia.

CHINA: JAMÓN IBÉRICO

4.



VOLUMEN DE BUSQUEDAS EN CHINA



FAMILIA DE PALABRAS CLAVE



- China es el país donde se genera **más volumen de búsquedas** de Jamones Ibéricos entre los 5 mercados.
- “Español” o “España” es la palabra clave más destacada en la familia de palabras clave con el Jamón Ibérico.
- “Serrano” es una temática muy destacada alrededor del Jamón en buscadores en China.

TEMÁTICAS ALREDEDOR DEL JAMÓN EN BUSCADORES



5. CHEF COMMUNITY PROGRAM



1



Diseño página de campaña con información relativa a los atributos del Jamón Ibérico.
Integración del concurso de Q&A

2



Inicio del Concurso Q&A

3



Publicación de las respuestas de los Chefs en la plataforma. LAS MEJORES RESPUESTAS GANARÁN EL CONCURSO.

4



Anuncio de los resultados.



5.

CHEF COMMUNITY PROGRAM



183 PARTICIPACIONES VÁLIDAS

Página de competición en Mingchu APP
https://m.mingchu.co/newsview?id=7315&lang_id=3&fr=3&sharefrom=copylink

1.846.461 IMPACTO TOTAL
31.018 TOTAL CLICKS EN PUBLICACIONES PROMOCIONALES
360.478 VIEWS



最后看看 Mario 对大家有什么话说吧!



“唤醒你的伊比利亚感官”有奖问答

从文化渊源、生产过程、部位细分，到切割艺术，以及极致的伊比利亚感官享受，那么多关于西班牙伊比利亚火腿的知识，你都掌握了吗？

下面就趁热打铁，考考你关于伊比利亚火腿的小知识！优胜者还将获得由伊比利亚火腿送出的精美礼品哦！



5.

CHEF COMMUNITY PROGRAM



PROMOCIÓN DEL CONCURSO



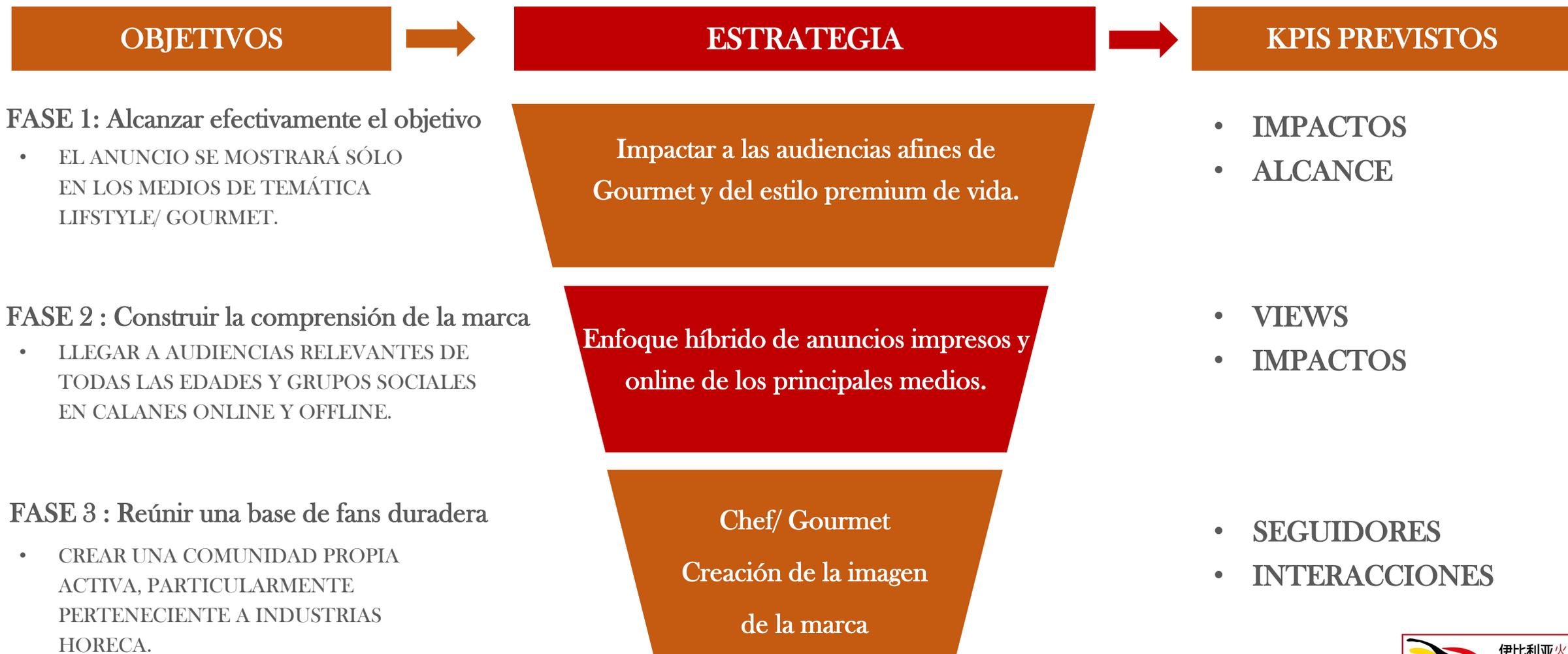
PREMIOS

ANUNCIO DEL GANADOR



6.1 PUBLICIDAD

Campaña en MEDIOS



6.1 PUBLICIDAD

Campaña en MEDIOS

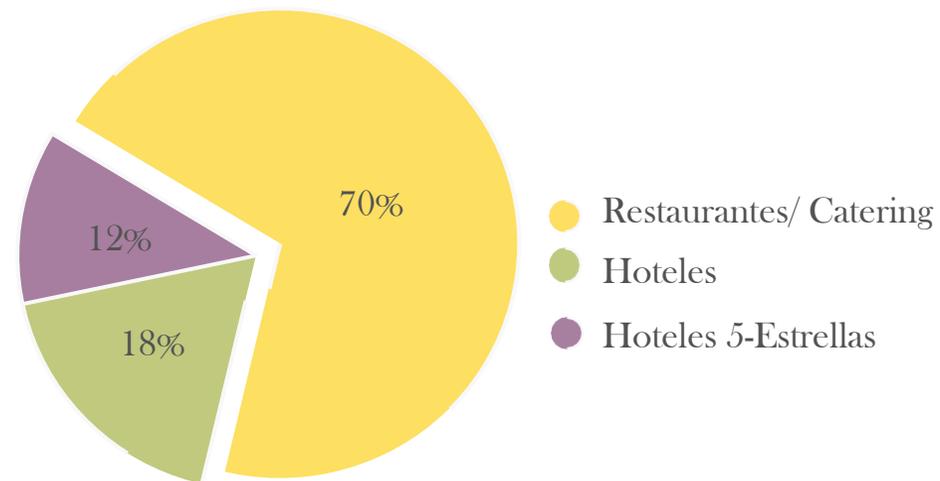
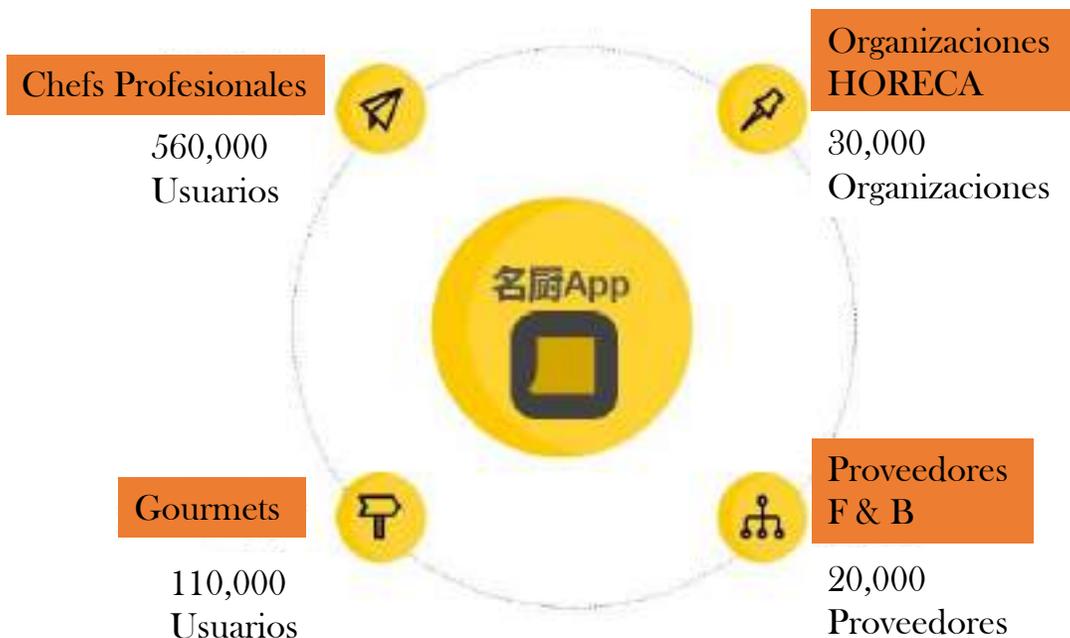


APP

5.361.292
IMPACTO TOTAL EN PUBLICIDAD EN
PRENSA

Revista Horeca
Online

SEGMENTACIÓN DE USUARIOS



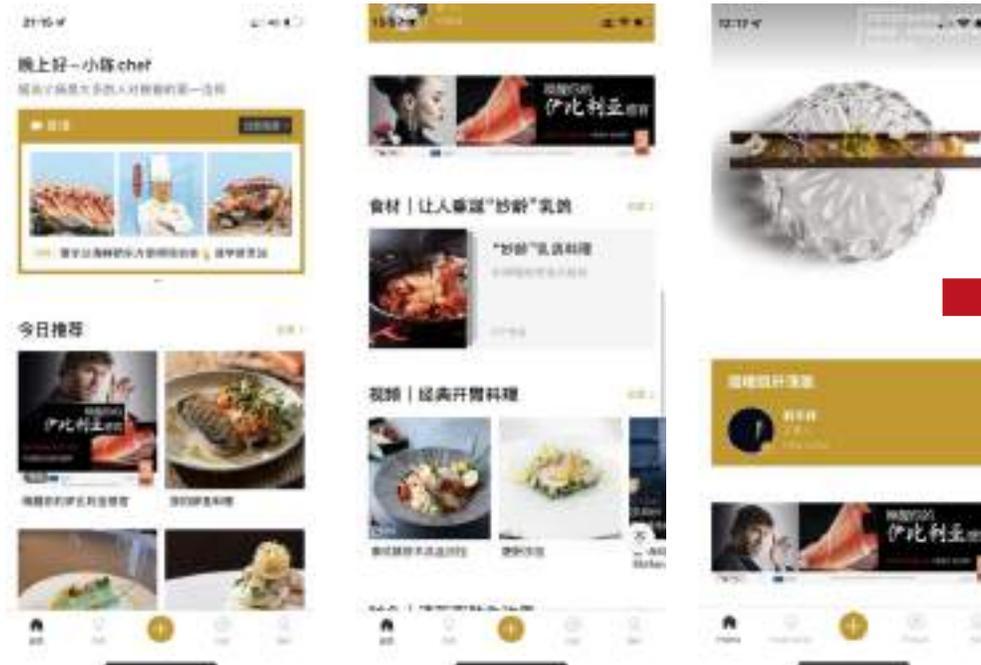
70% Profesionales del sector de restauración y catering.

6.1 PUBLICIDAD

Campana en MEDIOS



- El **100%** del tráfico son **profesionales HORECA** en China
- **3 Inserciones de contenido digital** durante 4 semanas.
- **Formato imagen y video.**



5.361.292
IMPACTO TOTAL EN PUBLICIDAD EN
PRENSA

6.1 PUBLICIDAD

Campana en MEDIOS



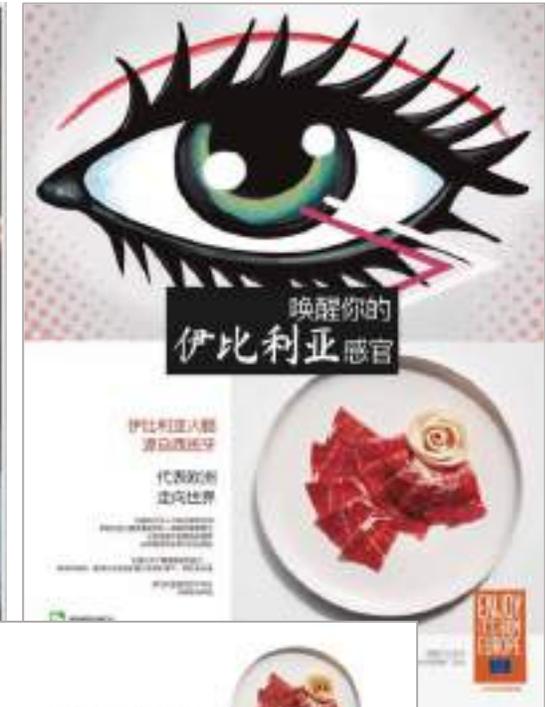
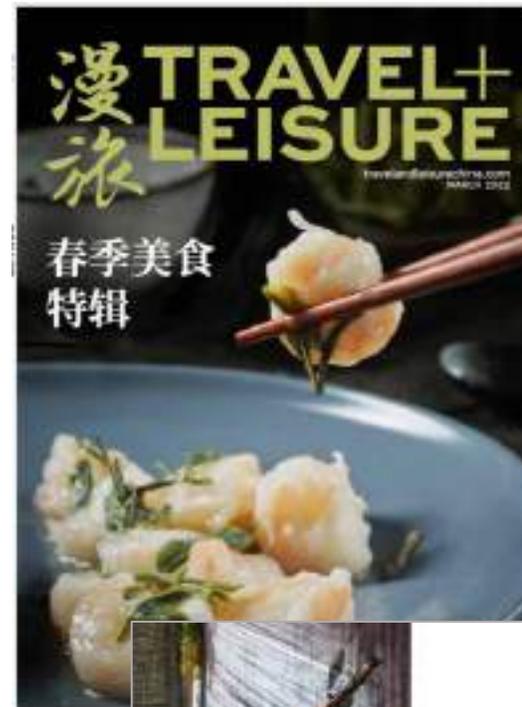
漫旅 TRAVEL+ LEISURE

Revista Lifestyle-Print

- Impactar a más de 700 000 de lectores con alto poder adquisitivo: **Ingreso anual promedio del lector principal es de 80.000€** (6 veces más que el ingreso promedio anual de China).
- **1 Inserción** de la gráfica de campaña **en print**.
- **1 Artículo redaccional en print** sin coste adicional



5.361.292
IMPACTO TOTAL EN PUBLICIDAD EN
PRENSA



6.1 PUBLICIDAD

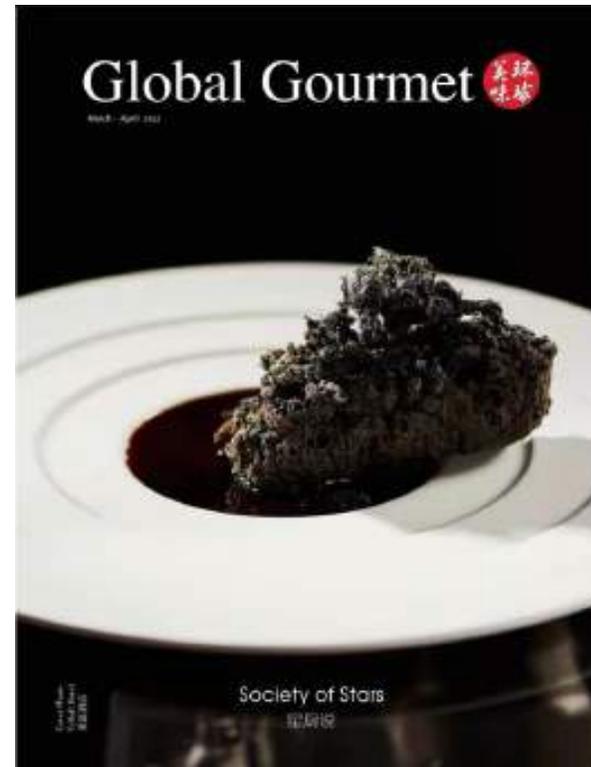
Campaña en MEDIOS



Global Gourmet 

Revista Horeca Online y Offline

- El **68% de los lectores** de Global Gourmet residen en las regiones objetivo de la campaña.
- El **85% de los lectores** trabajan en **Industrias HORECA**.
- El 6% de los lectores emprendedores
- **1 inserción del artículo en print**
- Edición: **Marzo 2022**
- **1 inserción del artículo con video de campaña en WeChat**
- Fecha publicación: **24 Marzo 2022**



<https://mp.weixin.qq.com/s/erPxz---kPaNy88zEhdBQw>

5.361.292
IMPACTO TOTAL EN PUBLICIDAD EN
PRENSA



6.2 *Publicidad Online* Programática



ORIENTACIÓN DE BIG DATA PARA PROGRAMÁTICA

Interés y poder adquisitivo



Orientación basada en la ubicación



Palabras clave contextuales



Orientación móvil



Intenciones de viaje



Intenciones de gasto



6.2 *Publicidad Online* Programático



PLATAFORMAS



PERFILES DE AUDIENCIAS PROGRAMÁTICAS

Buscadores

Estilo de vida premium

- Interesados en productos de lujo.
- Alto poder adquisitivo.

Clase alta Gourmets

- Alto poder adquisitivo.
- Restaurantes famosos/productos alimenticios/recetas de lujo online buscadas.

Profesional HORECA

- Profesionales senior del sector HORECA
- Búsqueda de cursos/empleos relacionados con la industria HORECA
- Interesados en los temas de HORECA

6.2 *Publicidad Online* Programática

2.757.876
TOTAL IMPACTOS

UBICACIONES DE VIDEO NATIVO DISPONIBLES A TRAVÉS DE PROGRAMÁTICA



6.2 *Publicidad Online*

Publicidad en Buscadores



760 Millones
Usuarios activos
mensuales
(Móvil + PC)

1.807.621
TOTAL IMPACTOS

- El motor de búsqueda líder de China con más del **75% de la cuota de mercado.**

- **3 formatos de videos de campaña**

Video campaña 15'

Video campaña 20'

Video campaña 30'



6.2 *Publicidad Online*

Publicidad en RRSS



WeChat



Weibo

YOUKU 优酷

8.051.566
TOTAL IMPACTOS EN PUBLICIDAD
EN RRSS

6.2 *Publicidad Online*

Publicidad en RRSS



WeChat

3 formatos de videos de campaña

Video campaña 15'

Video campaña 20'

Video campaña 30'

WeChat users

2019	1.17 billion
2020	1.2 billion
2021	1.24 billion



6.2 *Publicidad Online*

Publicidad en RRSS



Plataforma líder de redes sociales de tweets instantáneos en China que funciona para **impulsar la imagen de la marca** con un **mayor alcance** y difundir los mensajes de la marca.

Usuarios Weibo

2019	213 Millions DAU
2020	225 Millions DAU
2021	242 Millions DAU

3 formatos de videos de campaña

Video campaña 15'

Video campaña 20'

Video campaña 30'



6.2 *Publicidad Online*

Publicidad en RRSS



Plataforma de transmisión de video que podría ofrecer contenido de marca a consumidores premium en China continental.

Usuarios Youku

2019	580 Millions MAU
2020	585 Millions MAU
2021	593 Millions MAU

3 formatos de videos de campaña

- Video campaña 15'
- Video campaña 20'
- Video campaña 30'



7. Instrumentos de Comunicación

PRODUCCIÓN DE 130 KITS DE PRENSA

- 130 maletines
- 130 dossiers de campaña
- 130 pinzas
- 390 blisters de Jamón
- 130 USBs
- 130 delantales
- 130 bolsas
- 81 blísters adicionales Chef Community



7.

Instrumentos de Comunicación

DOSSIER DE PRENSA



BLÍSTER



DELANTAL



BOLSA



8 Vídeos 8. Promocionales



SPOT EN CHINO CANTONÉS

ARTE DEL CORTE EN CHINO

PROCESO
DE
ELABORACIÓN
EN CHINO

9.1 *WORKSHOPS*

TRADE Workshop

Evento experiencial, degustación de **producto y showcooking** dirigido a top chefs, importadores, distribuidores y profesionales de la industria alimentaria.

Visita Comercial

Visitas comerciales con **importadores, distribuidores y directores de compra** de los principales centros de consumo.

ACTIVIDAD PREVISTA PARA
EJECUTAR EN AÑO 2,
DEBIDO A LAS
RESTRICCIONES SANITARIAS
DEL COVID19

WORKSHOPS

9.2

Chef4Chef Table

Evento experiencial de formación, degustación de producto, showcooking y demostraciones del arte del corte de Jamón Ibérico, dirigido a 10/15 top chefs cada año en las cuatro ciudades seleccionadas: Shangai, Pekín, Hong Kong y Shenzen.

ACTIVIDAD PREVISTA PARA
EJECUTAR EN AÑO 2,
DEBIDO A LAS
RESTRICCIONES SANITARIAS
DEL COVID19

9.3 WORKSHOPS

Talleres profesionales Cámara de Comercio

Acuerdo de colaboración con la Cámara de Comercio en CHINA para la realización de 4 cursos de formación sobre el Arte del Corte de Jamón Ibérico de 12H cada uno.

Sesiones de capacitación que promueven el **conocimiento y la valorización de los productos Ibéricos** a través **formaciones prácticas en el arte del corte de Jamón Ibérico.**

ACTIVIDAD PREVISTA PARA
EJECUTAR EN AÑO 2,
DEBIDO A LAS
RESTRICCIONES SANITARIAS
DEL COVID19

10.

Viaje de Estudio Chef Ham / Fam Trip

Viaje de estudio
para 8 TOP Chefs de
China.

Se ha sustituido el viaje de prensa por **8 colaboraciones de PAID ADVERTORIAL** con **medios HORECA.**

EJECTUABLE AJUSTANDO ACTIVIDAD

11.

Acuerdos Locales

Acuerdo de **colaboración con 3 asociaciones de la industria China** por año:

CHINA CUISINE ASOCIATION (CCA)

CHINA HOTEL ASSOCIATION (CHA)

CHINA GREEN FOOD ASSOCIATION

Colaboración en 3 **eventos propios de la Embajada de España en China**, con producto, materiales y maestros cortadores.

ACTIVIDAD PREVISTA PARA
EJECUTAR EN AÑO 2,
DEBIDO A LAS
RESTRICCIONES SANITARIAS
DEL COVID19

12. Artes Finales

Desarrollo creativo y adaptaciones de artes finales.

Traducciones



DESPIERTA TU SENTIDO IBÉRICO

JAMONES IBÉRICOS DE ESPAÑA

EMBAJADORES DE EUROPA EN EL MUNDO

Perfil de WeChat: Jamones Ibéricos

Logotipos de Jamón, UE y Enjoy y disclaimer adaptados al chino.



JAMONES IBÉRICOS

DE ESPAÑA



12. *Artes* *Finales*

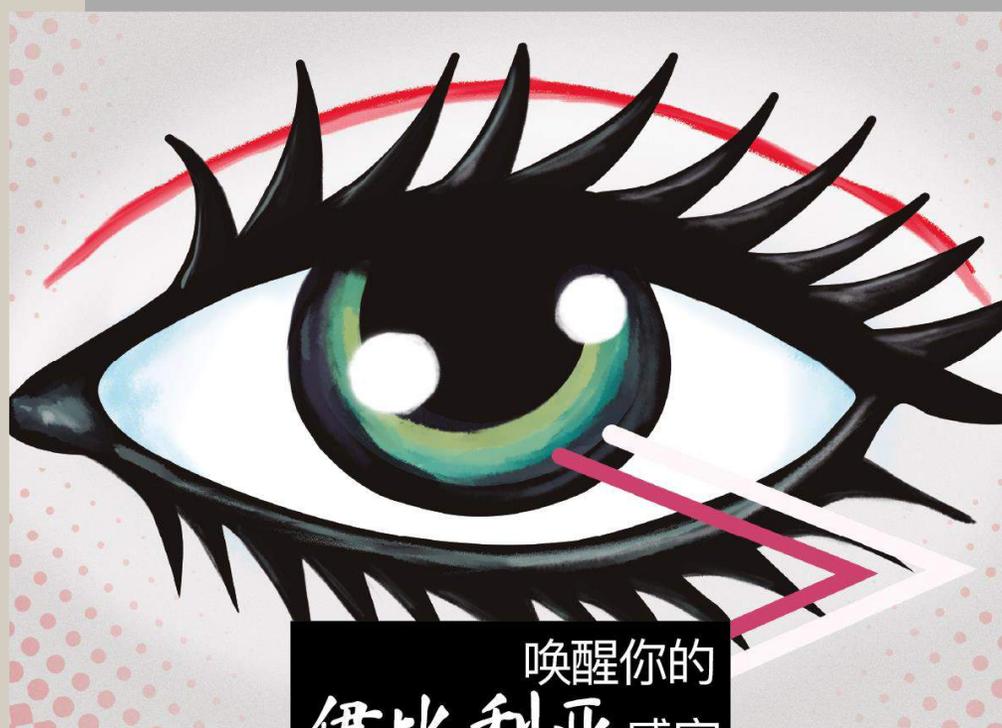


伊比利亚火腿
源自西班牙



本活动由欧盟
提供资金支持

此海报及展陈内容仅供参考，不作为任何承诺或担保。主办方不承担任何责任。
欧盟委员会及欧洲研究执行署 (CREA) 对本海报及展陈内容不承担任何责任。



唤醒你的
伊比利亚感官

伊比利亚火腿
源自西班牙

代表欧洲
走向世界



本活动由欧盟
提供资金支持

欧盟大力支持
农业传统推广活动



共享欧洲美味

本活动推广内容仅代表作者观点。欧盟委员会和欧洲研究执行机构 (CREA) 不对推广活动中出现的任何内容负责。



伊比利亚火腿
源自西班牙

13.

Chefs Embajadores de los Jamones Ibéricos

Sinergias entre el Chef Embajador Mundial y los Chef Locales de los países destino.

Estos Chefs se convertirán en **prescriptores** y en **Embajadores de los Jamones Ibéricos de Europa**, dando a conocer el producto a través de la **formación, el arte del corte** y su **integración** en la **gastronomía local**.

ACTIVIDAD PREVISTA PARA
EJECUTAR EN AÑO 2,
DEBIDO A LAS
RESTRICCIONES SANITARIAS
DEL COVID19



Acción Informativa
TRADE y
HORECA

14.

**Conceptualización de la Base de Datos de
profesionales en China.**

**Programa de Captación de contactos
profesionales en China.**

Gestión y mantenimiento

Plataforma de Call Center

Plataforma email marketing



500 Contactos de Calidad

15 *Estudio Momento 0*

• Primeras conclusiones

- **ENTREVISTA ONLINE**
- **UNIVERSO DE ESTUDIO:** Responsables de la compra de alimentación en el hogar, conocedores de otras culturas, cosmopolitas preocupados por la alimentación, así como por la sostenibilidad medioambiental. Foodies, interesados en los productos gourmet internacionales, y conocedores de las últimas tendencias gastronómicas.
- **1.799 TOTAL DE ENTREVISTAS.**

CIUDAD	Nº ENTREVISTAS
BEIJIN	422
SHANGAI	402
HONG KONG	458
SHÉNZHEN	228
GUANGZHOU	289

ZONA 1: BEIJIN, SHANGAI, SHÉNZHEN, GUANGZHOU

ZONA 2 : HONG KONG

15. Estudio Momento 0

• Primeras conclusiones

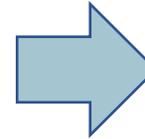
ZONA 1: BEIJIN, SHANGAI, SHÉNZHEN, GUANGZHOU

ZONA 2 : HONG KONG

CONOCIMIENTO
DEL JAMÓN IBÉRICO



CONSUMO EN ALGUNA
OCASIÓN DEL JAMÓN IBÉRICO



MÁS DE SIETE DE CADA DIEZ ENTREVISTADOS RECONOCEN LA CATEGORÍA DEL JAMÓN IBÉRICO EN AMBAS ZONAS ANALIZADAS

SEIS DE CADA DIEZ ENTREVISTADOS HAN CONSUMIDO JAMÓN IBÉRICO EN ALGUNA OCASIÓN.



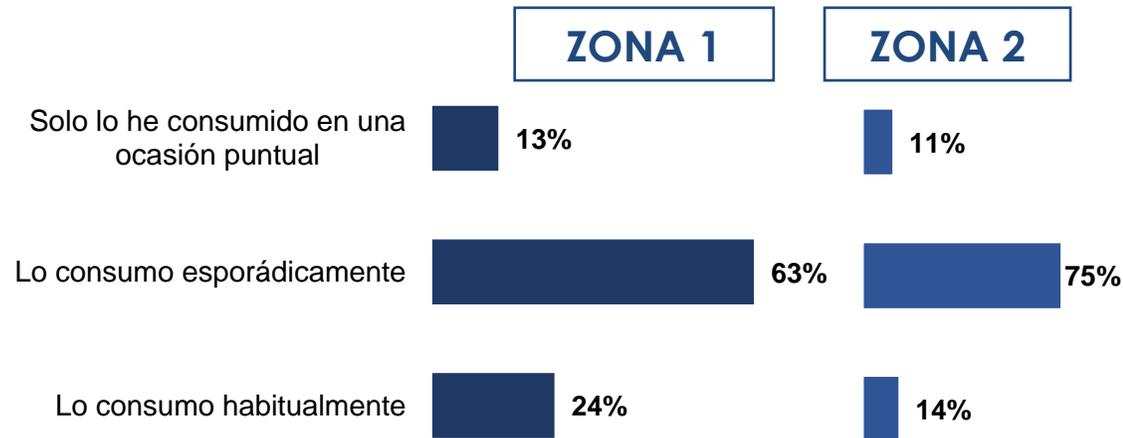
Necesidad de realizar una **campana de activación de la categoría del Jamón Ibérico**, teniendo en cuenta que estamos hablando de un **mercado tremendamente abierto al consumo de productos gourmet, especialmente en Hong Kong**

15. Estudio Momento 0

• Primeras conclusiones

ZONA 1: BEIJIN, SHANGAI, SHÉNZHEN, GUANGZHOU

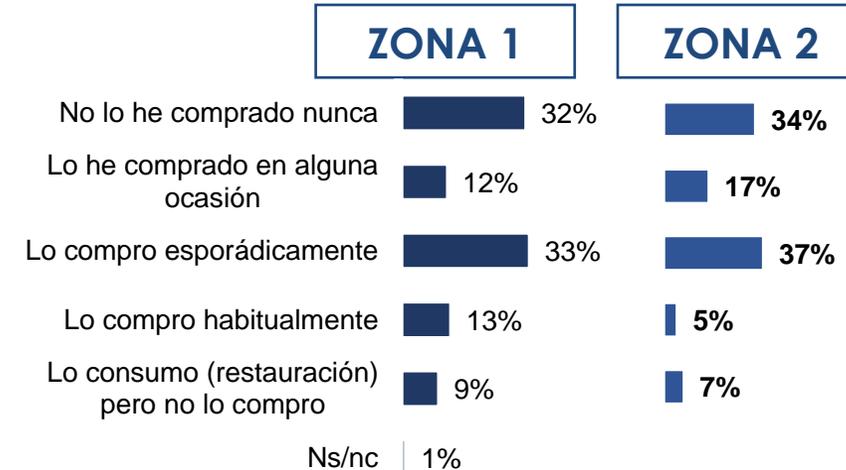
CONSUMO ACTUAL DEL JAMÓN IBÉRICO



En Beijin, Shangai, Shénzhen y Guangzhou una cuarta parte de los entrevistados declaran consumirlo habitualmente.

ZONA 2 : HONG KONG

COMPRA ACTUAL DEL JAMÓN IBÉRICO



Un tercio de los entrevistados dice haber comprado la categoría esporádicamente.

15. Estudio Momento 0

• Primeras conclusiones

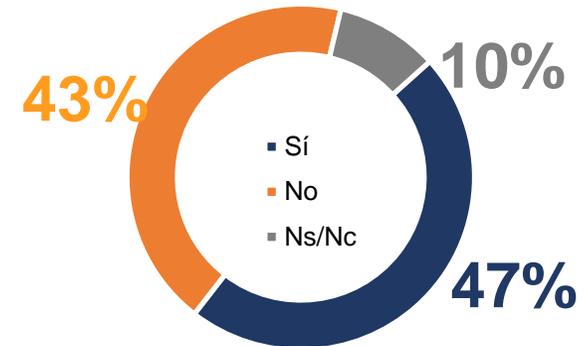
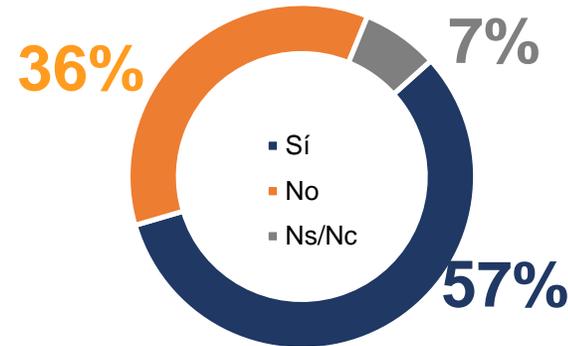
ZONA 1: BEIJIN, SHANGAI, SHÉNZHEN, GUANGZHOU

ZONA 2 : HONG KONG

ZONA 1

ZONA 2

DIFERENCIACIÓN DEL
JAMÓN IBÉRICO VS OTROS
TIPOS DE JAMÓN



Seis de cada diez entrevistados de las ciudades de Beijing, Shanghai, Shénzhen y Guangzhou **dicen saber diferenciar el Jamón Ibérico de otros tipos de jamón,** este índice es de un **47%** entre los entrevistados de la ciudad de **Hong Kong**

15. Estudio Momento 0

• Primeras conclusiones

ZONA 1: BEIJIN, SHANGAI, SHÉNZHEN, GUANGZHOU

■ 9-10 ■ 7-8 ■ 5-6 ■ 0-4 ■ Ns/Nc

% 9-10 + 7-8

Primer nivel



Segundo nivel



Tercer nivel



15. Estudio Momento 0

• Primeras conclusiones

ZONA 2 : HONG KONG

■ 9-10 ■ 7-8 ■ 5-6 ■ 0-4 ■ Ns/Nc

% 9-10 + 7-8

Primer nivel

Gourmet/premium	28%	52%	16%	2%	2%	80%
-----------------	-----	-----	-----	----	----	-----

Segundo nivel

De calidad	24%	53%	16%	2%	5%	77%
------------	-----	-----	-----	----	----	-----

Para ocasiones especiales	25%	49%	20%	2%	4%	74%
---------------------------	-----	-----	-----	----	----	-----

Con un sabor atractivo/especial	22%	50%	19%	3%	5%	72%
---------------------------------	-----	-----	-----	----	----	-----

Con un olor y textura inconfundible	16%	51%	23%	3%	6%	67%
-------------------------------------	-----	-----	-----	----	----	-----

Que sigue los estándares de seguridad alimentarias europeos, que son uno de los más exigentes del mundo en materia de seguridad alimentaria y trazabilidad			19%	3%	10%	67%
--	--	--	-----	----	-----	-----

Diferente a otros productos/inconfundible	14%	44%	30%	5%	7%	58%
---	-----	-----	-----	----	----	-----

Tercer nivel

Sano / saludable	12%	30%	32%	19%	6%	43%
------------------	-----	-----	-----	-----	----	-----

Versátil / que se adapta a nuestra cultura gastronómica	12%	29%	33%	22%	4%	41%
---	-----	-----	-----	-----	----	-----

Jamones Ibéricos de España

ACTIVIDADES
FUERA DE
CAMPAÑA UE



ASICI



1 EL RESTAURANTE IBÉRICO

2 ACUERDOS CON LA GRAN DISTRIBUCIÓN

- 2.1 Acuerdo colaboración ALCAMPO
- 2.2 Acuerdo colaboración CARREFOUR

3 FIRMA CONVENIO CON EDUCARNE

- Taller Arte del Corte (charcuteros franceses)

4 PARTICIPACIÓN EN JORNADAS TÉCNICAS

- 4.1 XIV Jornada Ganadera. CorSevilla
- 4.2 II Encuentro Nacional del Ibérico. Jabugo
- 4.3 Jornada FIG

5 FORO NACIONAL DE HOSTELERÍA

6 PROYECTO 'NO NUTRI-SCORE'

7 PREMIOS NACIONALES 'SEPOR DE ORO'

8 PREMIOS 'PORC D'OR IBÉRICO'

9 PRESENCIA EN MEDIOS

- 9.1 Programa RTVE 'LA RUTA DE AMBROSIO'
- 9.2 Entrevista 'LA COCTELERA'

CAMPAÑA NACIONAL

Acciones,
resultados e
inversión

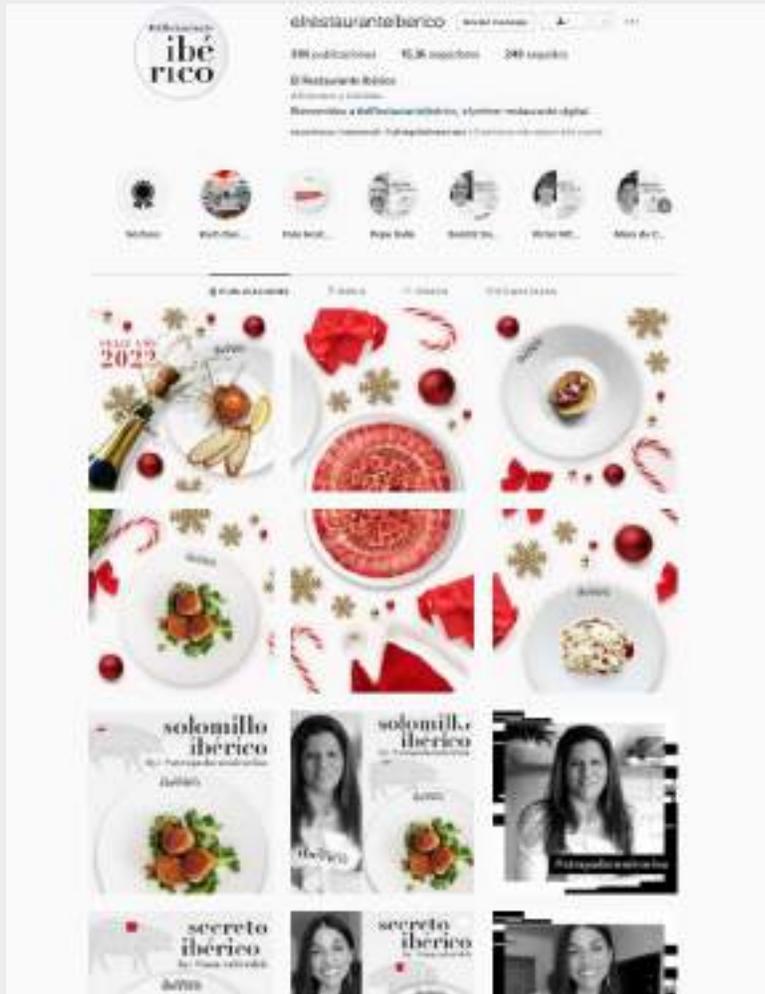


ACCIÓN	IMPACTOS	INVERSIÓN
EL RESTAURANTE IBÉRICO (producto para contenidos)	6.648.010	2.025,50€
ACUERDO ALCAMPO (Formación + Folleto)	300.119	32.671,00€
ACUERDO CARREFOUR (Formaciones)	190	5.255,07€
ACUERDO EDUCARNE (Taller Arte del Corte)	15	1.260,77€
XIV JORNADA GANADERA. CorSevilla	—	—
II ENCUENTRO NACIONAL DEL IBÉRICO (Jabugo)	—	—
FERIA INTERNACIONAL GANADERA (FIG ZAFRA)	—	710,06€
FORO NACIONAL DE HOSTELERÍA	280.000	2.938,65€
PROYECTO 'NO NUTRI-SCORE'	—	8.000€
PREMIOS NACIONALES 'SEPOR DE ORO'	Clipping evento	—
PREMIOS 'PORC D'OR IBÉRICO'	—	6.000€
Programa RTVE 'LA RUTA DE AMBROSIO' (19/02/2022)	322.000	—
Programa QCOM.es 'LA COCTELERA'	—	119,04€
TOTAL	7.550.334	58.980,09€

Look & Feel

Instagram

1.



RESULTADOS AÑO 2021

8.945 nuevos seguidores

15.600 fans totales

108 contenidos publicados

12.431 likes

1.096.117 video views

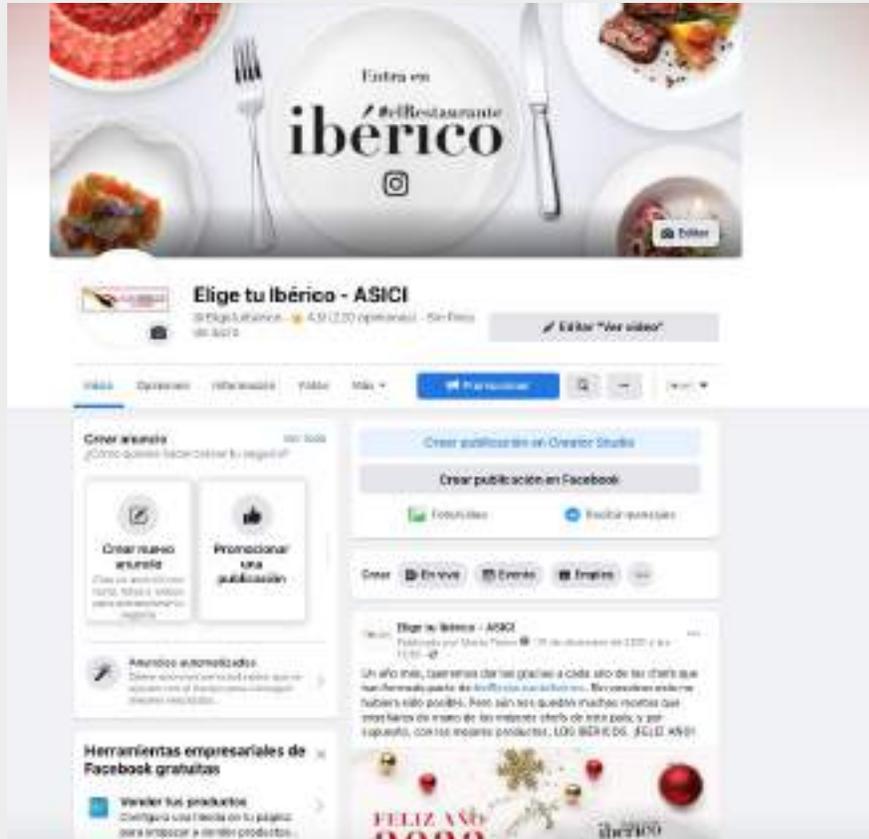
5.043.238 impresiones

27.688 visitas al perfil

Look&Feel



Facebook



1.

RESULTADOS AÑO 2021

3.644 nuevos seguidores

48.085 fans totales

74 contenidos publicados

1.604.772 alcance total

768.349 video views

Facebook

1.



CONTENIDOS

Video receta

ASICI

Elige tu Ibérico - ASICI
19 de octubre de 2021

Pizza Ibérica, sí, sí, has leído bien. Nuestra invitada La Cocina del Sur ha preparado para @elrestauranteiberico esta fantástica receta con la que sorprenderás a grande y pequeños. ¡Corre a nuestro perfil de Instagram de @elrestauranteiberico para ver el paso a paso!

solomillo ibérico
by: @lacocinadelosur

ibérico

Pizza Ibérica - El Restaurante Ibérico

INSTAGRAM.COM
Pizza Ibérica - El Restaurante Ibérico

- 102.908 impresiones
- 65.467 reproducciones
- 17 interacciones

Elige tu Ibérico - ASICI
28 de octubre de 2021

Que fantasía de receta, ¿verdad? Se trata de una Preso Ibérica ahumada con salsa latina, puré de batata, cebolla y setas encurtidas, manzana verde y flores, elaborada por la chef @ferfuentescardenas en exclusiva para @elrestauranteiberico. ¡Entra en nuestro perfil de Instagram para descubrir el paso a paso! ¿Te le vas a perder?

presa ibérica
by: @ferfuentescardenas

ibérico

Preso Ibérica ahumada con salsa latina, puré de batata, cebollas y setas - El Restaurante Ibérico

INSTAGRAM.COM
Preso Ibérica ahumada con salsa latina, puré de batata, cebollas y setas - El Restaurante Ibérico

- 209.469 impresiones
- 109.332 reproducciones
- 15 interacciones

Elige tu Ibérico - ASICI
8 de octubre de 2021

Para muchos de nosotros el arroz es un plato muy versátil que nunca falla, y como sabéis hay millones de ingredientes para elaborarlo. Entra en nuestro perfil de Instagram para descubrir la maravillosa versión Ibérica de Cristina Ferrer Garcia. ¡Qué pintón!

presa ibérica
by: @feristinaferrer

ibérico

Arroz con Ibéricos - El Restaurante Ibérico

INSTAGRAM.COM
Arroz con Ibéricos - El Restaurante Ibérico

- 101.982 impresiones
- 69.211 reproducciones
- 25 interacciones



2.

Acuerdos con la GRAN DISTRIBUCIÓN



ASICI viene trabajando en **estrategias que aporten valor al consumidor** y promuevan el **conocimiento y la valorización de los productos Ibéricos** en los diferentes canales de comercialización. La **gran distribución**, junto a la exportación, la restauración y los detallistas de la carne, se han convertido en las principales **palancas de crecimiento** del sector por su **gran poder de prescripción**.

2.1 Acuerdo colaboración con

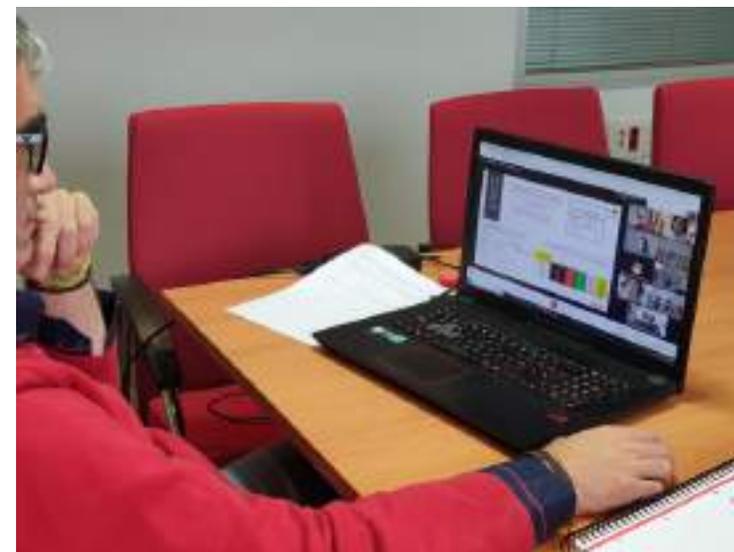
12 DE MAYO

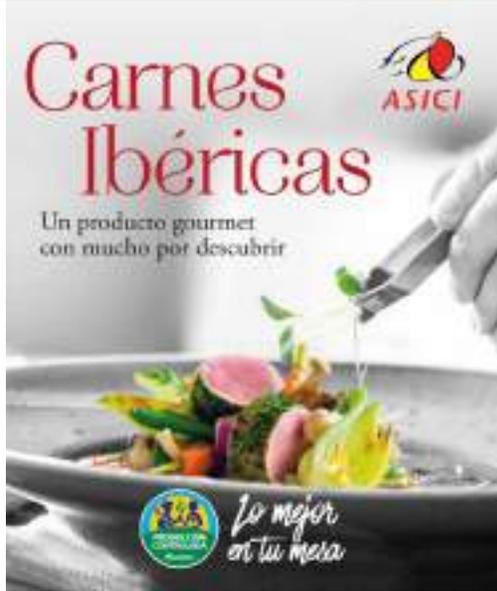
Formación online en el “Día D la carne”

79 conexiones

20 centros de toda España

119 profesionales charcuteros y carniceros





300.000
*folletos repartidos
en Navidades en
172 centros de
Alcampo
repartidos en la
Península e Islas*

2.2

Acuerdo con la **GRAN** **DISTRIBUCIÓN** **Formación**

Sesiones formativas e informativas con el objetivo de **afianzar y fortalecer la figura de los profesionales charcuteros como prescriptores de los Jamones y Paletas Ibéricos.**



8 Ciudades

15 Formaciones

*190 profesionales
charcuteros y
carniceros*

2.2 Formación corte de JAMÓN IBÉRICO

OCTUBRE - NOVIEMBRE

 **Ismael Delgado Lara** · 1er Gerente Nacional Charcutería y Quesos
3 horas · 6

Para Carrefour España el jamón ibérico es un producto muy importante y al que damos un espacio y un trato especial. Por eso, estamos muy contentos de iniciar una serie de sesiones formativas que hemos impulsado junto con ASICI (Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico) en las que vamos a formar tanto teórica como de forma práctica a nuestros profesionales charcuteros. En el programa, además de incidir en los valores diferenciales del jamón ibérico (raza, alimentación, trazabilidad...) los maestros cortadores de ASICI forman en las diferentes fases del corte de jamón, desde la preparación de la pieza al emplatado.

Seguimos!

#JamónIbérico #Carrefour



3.

Firma convenio con EDUCARNE

ASICI y el centro de formación, innovación y desarrollo del sector cárnico, **EDUCARNE**, han firmado un **acuerdo de colaboración estratégico**, con el objetivo de **poner en valor los productos Ibéricos** y propiciar la **capacitación de profesionales carniceros y charcuteros** a través de **formaciones especializadas** en torno a los **productos Ibéricos, curados y carnes frescas**



30 DE NOVIEMBRE



edu carne **ASICI**

Nota de prensa

Asici y Educarne firman un acuerdo de colaboración estratégico para reforzar el poder de prescripción de los carniceros y charcuteros especializados

30 / Noviembre / 2021
Madrid

La Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI) y el centro de formación, innovación y desarrollo del sector cárnico, EDUCARNE, han firmado un acuerdo de colaboración estratégica, con el objetivo de poner en valor los productos ibéricos y propiciar la capacitación de profesionales carniceros y charcuteros a través de formaciones especializadas en torno a los productos ibéricos, curados y carnes frescas.

Al acto de firma han asistido Antonio Prieto, presidente de ASICI, y Carlos Rodríguez, presidente de CARNIMAD, organización a la que pertenece el centro de formación EDUCARNE.

La Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI) y el centro de formación, innovación y desarrollo del sector cárnico, EDUCARNE, han firmado esta mañana un acuerdo de colaboración a través del cual ponen en marcha acciones formativas, informativas y promocionales con el objetivo de afianzar y fortalecer la figura de los profesionales carniceros y charcuteros como prescriptores de los productos ibéricos, así como poner en valor la calidad del producto, incrementar su conocimiento diferencial y el de sus atributos y características.

El presidente de ASICI, Antonio Prieto, ha señalado que "los productos ibéricos necesitan prescriptores profesionales que orienten al consumidor que los detrae de ellos. Porque hablamos de algo más que un alimento, hablamos de cultura, patrimonio gastronómico, origen, calidad, pero también de mundo rural, del paisaje que lo proporciona, de sostenibilidad, bienestar animal y biodiversidad."

3.1

Taller sobre el **arte del corte del Jamón Ibérico** para **10 alumnos del Máster de Cualificación de Charcuteros del Campus de Oficios y Artesanía del Pays de Loire (Francia)**



4.1

25 DE NOVIEMBRE

XIV Jornada Técnica Ganadera de la Sierra. CorSevilla



4.2 *II Encuentro Nacional del Ibérico en JABUGO*



5 DE NOVIEMBRE



4.3

Jornada Técnica en la Feria Internacional Ganadera FIG

Jornadas técnicas enmarcadas dentro de la Feria de Zafra. ASICI colabora en la jornada "Retos y desafíos del sector porcino", organizada por la Junta de Extremadura y Anprogapor.

1 DE OCTUBRE 2021



Jornada Presencial / on line:

"Retos y Desafíos del sector porcino" Zafra 2021

Viernes 1 de octubre. 10:30 a 13:30. Edificio Banesto. Feria Zafra

10:30 – 11:00 Recepción asistentes e Inauguración:

- Dña. Begoña García Bernal. Consejera de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio de la Junta de Extremadura
- D. Antonio Cabezas García, Director General de Agricultura y Ganadería, Junta de Extremadura
- D. Manuel García Lorenzo, Presidente de INTERPORC
- D. Antonio Prieto Risco, Presidente de ASICI

11:00 – 11:30. "Nuevas adaptaciones del sector porcino: SIGE y MTDs".

Fernando Martínez-Pereira, Director de patologías porcinas, Servicio de Sanidad, Junta de Extremadura

11:30 – 12:00. "Sistema informatizado ECOGAN para notificaciones de MTD y cálculo de emisiones de ganadería".

Javier Piquér Vidal, Subdirector Adjunto Medios de Producción Ganadera, MAPA

12:00 – 12:30. "Situación de la PPA, Bioseguridad como mejor herramienta preventiva y de control"

German Cáceres Garrido, Jefe de área de epidemiología, Subdirección Sanidad Higiene animal y trazabilidad, MAPA

12:30 – 13:00. "El ganadero ante el desafío ambiental. ¿Qué tengo que hacer en mi granja?"

Miguel Ángel Higuera Pascual, Director ANPROGAPOR

Modera: Cristina Sanz Jiménez, Jefa de Servicio de Sanidad Animal, Dirección General de Agricultura y Ganadería, Junta de Extremadura

Al finalizar se ofrecerá un vino español a los asistentes

Para asistir tanto en presencial como on line, es preciso registro previo

Registro para asistencia presencial:

<https://form.jifform.com/232633462628054>

Registro para on line:

<https://form.xifform.com/212867026624354>

5.

Foro Nacional de Hostelería

26 DE ABRIL 2021

El sector Ibérico participa en el Foro Nacional de Hostelería para apoyar a la Hostelería y la Restauración como sector generador de riqueza y empleo en nuestro país.



6. *No* *Nutri-Score*

ASICI se une a la Alianza No-Nutriscore para defender un etiquetado frontal armonizado y común a todos los países de Europa, basado en las evidencias científicas existentes



Reunión con Junta de Extremadura

5 DE ABRIL



ASICI se reúne con el presidente de la Junta de Extremadura, Guillermo Fernández Vara, para trasladarle la preocupación del sector Ibérico por la iniciativa del ministerio de Consumo de imponer Nutriscore como sistema de etiquetado frontal obligatorio.

Premios Nacionales SEPOR DE ORO 7.

ASICI colabora en la **V Edición de los Premios Nacionales Sepor de Oro** con los que se reconoce la excelencia del sector agroalimentario, poniendo en valor el trabajo de todos los actores que forman parte de un sector esencial para nuestro país.

ASICI entrega el Premio Nacional Sepor de Oro a la categoría de Exportación e Internacionalización al ICEX.

28 DE OCTUBRE 2021



8

Premios PORC D'OR Ibérico

19 DE NOVIEMBRE



Participación en el programa 'LA RUTA DE AMBROSIO'

9.1

19 DE MARZO 2022

Gonzalo D'Ambrosio recorre España descubriendo los placeres de nuestra gastronomía.

En esta ocasión, se sumerge en el Ibérico para conocer el proceso de elaboración del Jamón.



Participación en el programa 'LA COCTELERA'

9.2

20 DE MAYO 2021



MEMORIA 2021

