



Der Sektor der Ibérico-Produkte festigt seinen Schwerpunkt auf die Internationalisierung im ersten Jahr der "HAM PASSION TOUR"

Das Projekt wurde mit fast 6 Millionen Euro ausgestattet, hat 165% der Werbe- und Wertschätzungsziele des iberischen Jamón überschritten und registriert zum Beispiel mehr als 50 Millionen Auswirkungen in den europäischen Kommunikationsmitteln.

Die Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI) hat dieses historische Programm auf den Weg gebracht, das von der Europäischen Union und dem Sektor selbst kofinanziert wird, um die iberischen Jamones aus Spanien international sichtbar zu machen.

Das Identifizierungssystem mit Verschlüssen "Wähle deine Farbe, wähle dein Ibérico", ÍTACA und die APP "Ibérico" stellen eine Revolution für die Information des Verbrauchers über die Rückverfolgbarkeit des Endprodukts dar.

MADRID, Mai 2019. Die Internationalisierung und der Export der iberischen Produkte stellen nicht mehr nur eine Option dar, sondern sind zu einer der Hauptherausforderungen des Sektors geworden. ASICI, die berufsübergreifende Vereinigung des iberischen Schweins, arbeitet seit mehreren Jahren am Wachstum der Kenntnis, Anerkennung und Positionierung der iberischen Jamones aus Spanien am internationalen Markt.

Als Ergebnis dieser Arbeit entsteht vor nun einem Jahr die **"HamPassionTour. Jamón - eine Leidenschaft für Europa.** Diese Kampagne mit einem Budget von fast 6 Millionen Euro, die von der Europäischen Union und vom Sektor selbst mitfinanziert wurden, hat als Hauptziele, die Wettbewerbsfähigkeit in Frankreich, Deutschland, dem Vereinigten Königreich, Spanien und Mexiko zu verbessern und das traditionelle Herstellungssystem und die guten Eigenschaften eines der besten Produkte der spanischen Gastronomie und der mediterranen Küche, des **iberischen Jamón**, sichtbar zu machen

Bis 2020 durchläuft die **#HamPassionTour** an Bord eines modernen und auffälligen "Ham Truck" 24 europäische Städte Frankreichs, Deutschlands, des Vereinigten Königreichs und Spaniens. Dies im Rahmen einer globalen Kommunikationskampagne ohne Gleichen im Sektor, in der neben der Tour an jeder Haltestelle vielseitige Aktivitäten, wie neben anderen Werbeaktionen Masterclass in den angesehensten Hotelfachschulen jedes Landes, Kostproben in ihren Top-Restaurants, Gourmet-Geschäfte und Pressereisen an Produktionsstätte vorgenommen wurden (im ersten Jahr) und werden (in den zwei folgenden Jahren).



Allein im ersten Jahr der Kampagne wurden mehr als 265 Millionen potentielle Verbraucher erreicht und mehr als 50 Millionen Auswirkungen in der europäischen Presse, wobei die anfänglich gesetzten Ziele um 165% überschritten wurden.

"Wir müssen vermitteln, dass der iberische Jamón mehr als ein Lebensmittel ist, er ist Tradition, Qualität, Lebensmittelsicherheit, Rückverfolgbarkeit oder Nachhaltigkeit. Er ist das Gleichgewicht zwischen Umweltschutz und der nachhaltigen Nutzung von natürlichen Ressourcen. Ein gutes Beispiel für gute Arbeit, was mitgeteilt und in einen Mehrwert für die europäischen Produkte umgewandelt werden muss", hat der Präsident der **Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI), Antonio Prieto** herausgestellt. "Wir wollen die Anerkennung und Differenzierung der iberischen Jamones potentieren, diesen kulturellen und sozialen Touch des Produkts hinzufügen, die Schneidekunst zeigen und Formeln versuchen, um uns mit neuen aufstrebenden Verbrauchern, wie der Generation "Milenial" und den "Foodies" zu verbinden", fügt der Präsident hinzu.

DER SEKTOR IN ZAHLEN

2018 haben die Schlachtungen im iberischen Sektor um 5,1% bis zu 3.708.827 Tieren zugenommen, wobei mit Normverschlüssen fast 7 Millionen iberische Jamones der vier Kategorien identifiziert wurden, 7% mehr als im Vorjahr. Diese kommen in den nächsten Jahren nach dem traditionellen und langen Herstellungs- und Reifungsprozess auf den Markt.

Während dessen zeigen die globalen Exportdaten von gereiften Schinken und Vorderschinken (*) einen Wertzuwachs von mehr als 140% in den letzten zehn Jahren, über 448 Millionen Euro. Allein 2018 nahmen die Exporte um mehr als 12% zu.

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
184.730	201.093	226.953	239.243	291.002	311.817	354.798	361.239	404.943	448.580
	+8,85%	+12,85%	+5,41%	+21,63%	+7,15%	+13,78%	+1,8%	+12,09%	+12,69%

• Daten in tausend Euro

Wenn wir die von ESTACOM zur Verfügung gestellten Daten nach geografischen Zonen analysieren, haben Europa und Amerika eine vorrangige Stellung und vereinen 91,5% der Gesamtexporte. Hierbei ist der europäische Markt mit fast 80% des Wertes der Gesamtexporte der bevorzugte Bestimmungsort.

	AFRIKA	AMERIKA	ASIEN	EUROPA	OZEANIE	SONSTIGE	INSGESAMT
2018	545,29	54.434,58	24.615,96	355.764,23	10.398,71	2.821,2	448.579,97



%auf die Gesamtexporte	0,12%	12,13%	5,48%	79,3%	2,31%	0,62%	100%
------------------------	-------	--------	-------	-------	-------	-------	------

• Daten in tausend Euro

ÍTACA und APP IBÉRICO: GARANTIE FÜR DEN VERBRAUCHER

In seiner Konzentration auf Qualität und Transparenz als Garantien für den Verbraucher hat ASICI das **Identifizierungs-, Rückverfolgbarkeits- und Qualitätssystem (ÍTACA)** gefördert, ein digitales System, das alle Informationen zur Rückverfolgbarkeit der iberischen Produkte enthält. Auf der Grundlage dieser registrierten Informationen hat die Vereinigung **"Ibérico"** herausgebracht, eine Handyapplikation, die es den Verbrauchern erlaubt, die Rückverfolgbarkeitsinformationen der iberischen Jamones und Vorderschinken abzurufen und zu überprüfen, dass das Produkt die geltenden Gesetze beachtet über die Identifizierung jedes einzelnen Stücks mit einem Normverschluss (**schwarz, rot, grün oder weiß**) und immer mit dem Logo der ASICI) mit einem einzigartigen und individuellen Barcode.

Ein einfaches Foto des Barcodes auf dem Verschluss reicht aus, damit der Verbraucher auf die Rückverfolgbarkeitsinformationen dieses Stücks zugreifen und dank interaktiver Ikonen die Produktart, das Futter und die Behandlung, die das Tier, aus dem das Stück stammt, erfahren hat, den Rassenanteil, das "Erntejahr" (Monat und Jahr des Herstellungsbeginns) und die Autonome Region, in der die Herstellung des Stücks begonnen wurde, erfahren kann.

Ibérico ist ein weiterer Beweis für das Engagement des Sektors, über die Qualitäten zu informieren und die Rückverfolgbarkeit der Produkte für die Verbraucher transparent zu machen. In kurzer Zeit wurde diese kostenlose, interaktive und sehr intuitive Applikation 16.500-mal heruntergeladen und mit ihr wurden mehr als 84.500 Verschlüsse gelesen.

WIE KÖNNEN SIE IDENTIFIZIERT WERDEN

Es gibt ein Identifizierungssystem der iberischen Jamones mit farbigen Verschlüssen, die von ASICI verwaltet werden und es dem Verbraucher erlauben, seinen Ibérico dank der aufgeführten Informationen auszuwählen. Ein obligatorisches Identifizierungssystem, das garantiert, dass das Stück tatsächlich iberisch ist und dass den iberischen Jamón oder den Vorderschinken in vier durch Farben gekennzeichnete Kategorien (schwarz, rot, grün und weiß) einteilt, wobei die Art des Futters und der Behandlung des Schweins berücksichtigt wird. Die Schinken sind iberisch, die einen dieser vier Normverschlüsse tragen.

- Der **schwarze Verschluss** ist des Jamón aus Eichelmast 100% iberisch, von einem Tier 100% iberisch, dessen Eltern 100% von der iberischen Rasse und im Zuchtbuch eingetragen sind; gezüchtet in Freiheit in der



Dehesa und in der Ausmastphase von Eicheln und anderen natürlichen Ressourcen der Dehesa ernährt.

- Der **rote Verschluss** ist der des Schinken aus iberischen Eicheln, der aus Tieren von 75% und 50% der iberischen Rassen stammt, die sich in ihrer Ausmastphase von Eicheln und anderen natürlichen Ressourcen der Dehesa ernähren.
- Der **grüne Verschluss** identifiziert den Jamón de Cebo de Campo und kann von 100% iberischen Tieren oder 75% oder 50% der iberischen Rasse stammen, die sich von Futter, das hauptsächlich aus Getreide und Hülsenfrüchten besteht, und aus Gras der Weide ernähren.
- Der **weiße Verschluss** identifiziert den Jamón de Cebo und kann von 100% iberischen Tieren oder 75% oder 50% der iberischen Rasse stammen, die sich auf Schweinehöfen auf der Grundlage von Futter aus Getreide und Hülsenfrüchten ernähren.



Das Verschlusssystem bietet dem Verbraucher die höchsten Sicherheits- und Qualitätsgarantien. Der Verbraucher hat nie zuvor so viel Informationen beim Kauf eines iberischen Jamón gehabt. Die Schinken sind iberisch, die einen dieser vier Normverschlüsse tragen, hier gibt es keinen Platz für Zweifel. Wie die Informationskampagne, die von ASICI in die Wege geleitet wurden, dem Verbraucher sagt: "Wähle deine Farbe, wähle deinen Ibérico".

Über ASICI

Die **Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI)** (Interprofessionelle Vereinigung des Iberischen Schweins) ist eine gemeinnützige Interprofessionelle Nahrungsorganisation (OIA), in der gleichberechtigt mehr als 95 % der Organisationen des Herstellungsbereichs (Viehzüchter) und mehr als 95 % der Weiterverarbeitung (Industriebetriebe) des iberischen Schweins vertreten sind. 1992 gegründet wurde sie vom Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung 1999 als eine Interprofessionelle Nahrungsorganisation für den Sektor des iberischen Schweins anerkannt.



Ham Passion

TOUR

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



CAMPAIGN FINANCED
WITH AID FROM
THE EUROPEAN UNION

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGNS THAT PROMOTE
AGRICULTURAL TRADITIONS.

