

# noticias del *Jamón Serrano*



PUBLICACIÓN TRIMESTRAL DE LA FUNDACIÓN DEL JAMÓN SERRANO N°3 ABRIL 2004

## Campaña de comunicación para el fomento y promoción del Jamón Serrano de la Fundación

La Fundación del Jamón Serrano ha presentado a sus miembros, en la reciente Asamblea General celebrada en Madrid, el nuevo plan de medios y otras acciones comunicativas que darán continuidad a los iniciados en 2003 y reforzarán el fomento y promoción del Jamón Serrano de la Fundación.

El plan de medios comprende la presencia de la Fundación en el programa "En la Cocina de Karlos Arguiñano", utilizando a este restaurador de reconocido prestigio –como se hizo en ocasiones anteriores con gran éxito– como prescriptor para la emisión de mensajes acerca del valor nutricional de este producto y su idoneidad para desayunos, meriendas, aperitivos, etc.

Asimismo, se prevé la inserción del spot publicitario de la Fundación en los programas "Por la Mañana" de TVE 1 y "Día a Día" de TELE 5 con un total de cien pases y una campaña de anuncios en prensa con concursos y regalos.

Dado el éxito obtenido con la "Semana Gastronómica del Jamón Serrano de la Fundación" en Paradores de Turismo de

España, que fue ampliamente difundido por los medios de comunicación, se ha acordado la "institucionalización" de esta acción.

### Boletín informativo "Noticias del Jamón Serrano"

El presente boletín informativo de la Fundación continuará desarrollando su labor de contacto e información entre la Fundación y sus miembros, otras empresas jamoneras, empresas de distribución, escuelas de hostelería, cámaras de comercio, administración, etc. De igual modo, la actividad generada por la Fundación quedará recogida en notas de prensa que el departamento de comunicación emitirá periódicamente.

Las acciones promocionales en los canales de distribución constituyen otra línea de actuación prevista, para la cual se elaborará material promocional como carteles, folletos, marcadores de precios para los lineales, etc.



Edita: Fundación del Jamón Serrano

C/ General Rodrigo, 6 28003 Madrid / Tel. 91 554 70 45 / Fax 91 554 78 49 / info@fundacionserrano.org / www.fundacionserrano.org

Coordinación: José Manuel Álvarez - José Collado - Miguel Huerta - Paloma Valera / Redacción: Natalia Segrelles

Diseño: Avance de Publicidad, S.L. / Impresión: Adhesivos Verde, S.A.

# La Fundación presenta en la Asamblea General su

La reciente edición de la Asamblea General de la Fundación del Jamón Serrano, celebrada el pasado mes de marzo y que contó con una nutrida asistencia de socios, dio un repaso a las acciones realizadas hasta el momento, sus logros, resultados, proyectos de futuro... haciendo hincapié en el posicionamiento del Jamón Serrano y su defensa y promoción tanto a nivel nacional como internacional.

En la Asamblea se expuso la positiva evolución de la Fundación, que cuenta ya con 108 empresas integradas y con un crecimiento en la comercialización de las contraetiquetas (Plata, Oro y Gran Serrano) del 24,41% sobre el mismo mes de febrero del año anterior y del 100% en el etiquetado de formatos loncheados para el libre servicio.

En cuanto al boletín informativo de la Fundación, se ofreció la posibilidad a las empresas miembros de editar su propia tirada personalizada con una estructura común a la general y unos espacios concretos destinados a sus informaciones. La maqueta sería entregada en un CD y cada empresa se encargaría de imprimir sus ejemplares.

## PROMOCIÓN EXTERIOR

Los mercados internacionales constituyen otro importante segmento de público para la Fundación y sus empresas miembros. Por este motivo, la Fundación planteó su integración en el plan de promoción exterior de CONFECARNE, que se presentará al Instituto de Comercio Exterior (ICEX).

Con el apoyo de esta organización, la Fundación podría participar en ferias inter-

ción de "Alimentaria" en Barcelona, y que ha continuado con su participación en la XVIII Edición del "Club Gourmets" que se celebró en Madrid.

## VALOR NUTRICIONAL

Para dar a conocer las características, propiedades nutricionales, de salud y calidad del Jamón Serrano con mensajes positivos para el consumidor, la Fundación realizará un Informe Operacional de Valorización del Jamón Serrano.

Asimismo, se contactará con centros tecnológicos e institutos de investigación para fomentar estudios sobre el Jamón Serrano que contribuyan a resolver los problemas técnicos que el sector tiene planteados.

Una información imprescindible para el mejor conocimiento del sector.



Se presentaron a los asistentes a la Asamblea los planes de promoción y publicidad para este año, que incluyen el desarrollo de 25 acciones para el impulso y defensa del Jamón Serrano de la Fundación.

Así, Tactics Europe, agencia de publicidad responsable de la campaña publicitaria, exhibió el plan de medios con patrocinios y spots en las principales cadenas de televisión de ámbito nacional así como los elementos promocionales de la Fundación del Jamón Serrano para puntos de venta, jornadas gastronómicas, etc. desarrollados en la noticia de portada.

nacionales, misiones comerciales, investigaciones y estudios de mercado, etc.

En este sentido, la Fundación ha participado ya en Foodex, la más importante feria de alimentación y bebidas del continente asiático, y tiene previsto hacerlo en "IFFA Delicat", salón especializado en productos cárnicos artesanales con marcas de calidad, que se celebra en Alemania el próximo mes de mayo.

Por otro lado, la Fundación ha establecido un calendario de participación en las más importantes ferias alimentarias de ámbito nacional, que estrenó con su presencia con stand propio en la pasada edi-

## INFORMACIÓN Y FORMACIÓN

Otro de los puntos expuestos en la Asamblea fue el de la formación de vendedores de las empresas jamoneras. Es fundamental y prioritario que aquellos que van a "vender" la imagen y los jamones de la Fundación sean capaces de transmitir los valores que la encarnan y las propiedades del producto que representan.

Así, la Fundación plantea la realización de un curso que trate sobre las características del jamón serrano y sus diferencias con los jamones curados, sobre la Fundación y sobre un argumentario de venta del Jamón Serrano de la Fundación.

# plan para el impulso y defensa del Jamón Serrano

Por ello, tanto las campañas de promoción como el argumentario de venta de las empresas jamoneras, contarán con el respaldo de unas realidades que pueden convertirse en mensajes positivos para el Jamón Serrano en temas como nutrición, calidad y salud.

En cuanto al resto de segmentos de interés para la Fundación, se encuentran las escuelas de hostelería y cocina y las asociaciones de consumidores y usuarios. Unos colectivos a los que, además del envío del boletín, la Fundación quiere facilitar material promocional, charlas informativas, cursos de corte, etc.

## REGULARIZACIÓN Y CONTROL

La Fundación informó de que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) va a realizar un Estudio y Valoración de los Parámetros Físico-Químicos del Pliego de Condiciones de la

ETG del Jamón Serrano, a fin de mejorar la caracterización de los jamones ETG y, sobre todo, mejorar el documento de requisitos mínimos de control.

Asimismo, está previsto reunirse regularmente con las entidades de certificación para mejorar los procedimientos de control que, hasta el momento, se han revelado insuficientes. Un mayor control que podría reforzarse con la contratación de entidades de inspección para la supervisión, homogeneidad y cumplimiento de la ETG del Jamón Serrano tanto en grandes superficies como en comercio tradicional.

Unas iniciativas estrechamente vinculadas a la lucha contra el fraude para la que la Fundación anunció la continuidad de las acciones emprendidas por su

gabinete de abogados y la colaboración de todos los miembros a través de la información de posibles incumplimientos que ha sido de gran utilidad.

Los aspectos enunciados, junto a otros, protagonizaron la Asamblea del pasado mes de marzo y dieron paso a intervenciones, debates y nuevos planteamientos en relación a los puntos expuestos.



## Reuniones con la gran distribución

La Fundación ha mantenido diversas reuniones con responsables de algunas empresas de distribución, para analizar las deficiencias en el etiquetado y otras anomalías detectadas en sus establecimientos en lo concerniente a la comercialización de productos bajo la denominación "Jamón Serrano".

En estas reuniones, la Fundación tuvo la ocasión de transmitir el significado, alcance y protección de la denominación "Jamón Serrano" y de la normativa europea acerca de la ETG (Especialidad Tradicional Garantizada).

El resultado de estas reuniones ha sido muy positivo y las empresas en las que se han constatado estas deficiencias han tomado las medidas oportunas para la subsanación de las mismas y se ha abierto un canal de diálogo permanente, quedando patente el interés común de defender a los consumidores y luchar contra el fraude y la competencia desleal.

La mayor parte de los incumplimientos de la normativa se centraban en la inclusión de la denominación "Jamón Serrano" en el etiquetado de jamones no

certificados, así como la no inclusión del nombre de la entidad de control independiente encargada de la certificación tanto en piezas como en otras presentaciones inferiores de los jamones certificados.

Estas acciones contribuirán sin duda a la promoción y mejora del conocimiento de productos de calidad certificada como el Jamón Serrano avalado por el sello de calidad ETG y a una mayor garantía a los consumidores, fines éstos que también centran los objetivos de este tipo de establecimientos.

PRESENCIA EN FERIAS

## La Fundación en Alimentaria y Foodex

La Fundación del Jamón Serrano, con el fin de dar a conocer y promocionar la organización y sus proyectos entre las empresas del sector jamonero, ha puesto en marcha su agenda de asistencias –como expositor- a las ferias del sector más destacadas.

La primera cita ha sido Alimentaria, la más importante feria de alimentación y bebidas de nuestro país. En el stand de la Fundación, ubicado en el pabellón de Intercarn, se encontraba Paloma Valera, Responsable de Ejecución de la Fundación, quien se encargó de informar a los muchos interesados que se acercaron.

La feria Alimentaria, en concreto el espacio dedicado al sector cárnico (Intercarn), ha visto en esta edición crecer el número de empresas participantes en un 23%.

### La Fundación en Japón

Por otro lado, y durante la misma semana en que se celebraba la feria catalana, la Fundación asistía a la feria de alimentación y bebidas más importante del mercado asiático, FOODEX.



Al frente del stand de la Fundación, se encontraba María Trallero, responsable del Departamento de Comercio Exterior de CONFECARNE.

Más de cuarenta empresas de nuestro país, a través de stands individuales o conjuntos exponían en el Pabellón Español de esta feria japonesa bajo la coordinación del ICEX.

El resultado de la participación en ambas ferias ha sido muy satisfactorio ya que se ha tenido la oportunidad de realizar numerosos contactos tanto de empresas jamoneras como de empresas de distribución e importadoras. Se ha comprobado que existe un conocimiento e interés por la Fundación, sus contraetiquetas y por la labor que ésta realiza de defensa y promoción del Jamón Serrano.





**ADHESIVOS VERDE, S.A.**

**Al servicio de la industria cárnica y del jamón en especial**

Fabricamos:

- Vitolas, marchamos y corbatines, numerados y sin numerar.
- Etiquetas adhesivas y colgantes.
- Librillos de instrucciones, insertados o separados de las vitolas.
- También expositores para sobres de loncheados, carteles y displays en plástico para publicidad y campañas de marketing.
- Impresiones en lenticular 3D.

*No dude en consultarnos para el desarrollo de cualquier idea o proyecto.*

**ADHESIVOS VERDE, S.A. - (ADHEVESA)**  
Hnos. Lumiere, s/n. - Pol. Ind. San Marcos 28906 GETAFE (Madrid)  
Tel.: 91 683 97 80\* - Fax: 91 683 72 75  
E-mail: comercial@adhevesa.com