

LA FUNDACIÓN DEL JAMÓN SERRANO APUESTA POR LA PROMOCIÓN Y LA CALIDAD DURANTE 2009

Esta Fundación va a abordar durante 2009 un ambicioso plan de promoción para fomentar las ventas de este producto tan emblemático de nuestra gastronomía, tanto en España como en los mercados exteriores. El coste de ejecución previsto para estas iniciativas es superior a los 1,5 millones de euros, e incluye tres tipos de actuaciones:

1) Se va a desarrollar una campaña informativa genérica sobre la E.T.G. Jamón Serrano, dirigida tanto al mercado nacional como al exterior, y estará pilotada en parte por el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (MARM) dentro de su política de promoción de las figuras de calidad diferenciada, y, entre ellas, las E.T.G. (Especialidades Tradicionales Garantizadas).

2) Se va a llevar a cabo otra campaña específica de promoción del Jamón Serrano de la Fundación, que incluirá novedosas iniciativas dirigidas a diferentes públicos objetivos como los consumidores infantiles, jóvenes, deportistas, compradores adultos, etc., y que serán presentadas más adelante.

3) En el ámbito de promoción exterior, la Fundación va a desarrollar actuaciones dentro de la estrategia de la OECE (Oficina de Exportación de la Carne de España), con la participación en ferias como Anuga (Alemania), Polagra (Polonia) o Sial Mercosur (Argentina) y la celebración de "showrooms" dirigidos a la distribución y restauración en zonas europeas de interés.

Durante este año se va a consolidar el Plan de Calidad y

Diferenciación aprobado en 2008 por la Fundación para avanzar en la diferenciación de este producto gracias a las mayores exigencias de control de los procesos de elaboración y la calidad del producto final amparado por las contraetiquetas de la Fundación. Desde el 1 de julio de 2008, éstas son únicamente de las categorías Reserva (para jamones con un periodo de 12 meses de curación mínima) y Gran Reserva (para jamones con más de 15 meses de curación). Además, los loncheados se etiquetan con diez meses de curación mínima. Lo que sitúa a los jamones de la Fundación muy por encima de los niveles exigidos por la propia normativa comunitaria para las E.T.G.

El nuevo Reglamento General Técnico plantea unas exigencias aún más estrictas sobre la materia prima, los sistemas de trazabilidad y las características del producto final, en aspectos como la merma, el periodo de curación y las características físico-químicas y sensoriales, y se han intensificado los sistemas de control propios, tanto en los centros de elaboración de las industrias de la Fundación como en los puntos de venta en los que el consumidor puede encontrar el producto, en nuestro país y en los otros mercados en los que nuestros jamones están presentes. Y este control se materializa con la realización de más de 2.000 inspecciones anuales.

El pasado año 2008 fue ejercicio complicado para toda la industria cárnica y para las empresas jamoneras en particular. El estallido de la

crisis económica coincidió con la segunda mitad del año, precisamente la de mayor consumo de jamón, con lo que la negociación y las ventas para la campaña de Navidad fueron difíciles, y el consumidor se retrajo en productos como éste, que si bien tiene un precio por "unidad de consumo" mucho más barato que la mayoría de los que componen la cesta de la compra, para un sector de consumidores parece conservar todavía cierta aureola de producto elitista.

En este contexto de dificultad, durante 2008 se comercializaron con las contraetiquetas de la Fundación unos tres millones de piezas equivalentes, con un consumo prácticamente estabilizado de jamón serrano en pieza, lo cual ha de considerarse como un éxito, ya que la tendencia del mercado nacional es inequívocamente hacia los formatos loncheados o porciones. En este tipo de productos se registró una leve evolución.

En el caso de las exportaciones, el comportamiento del jamón serrano fue altamente positivo, muy por encima de la media de todo tipo de elaborados cárnicos. De hecho, las ventas exteriores de jamones curados crecieron durante 2008 un 17%, frente a la progresión del 7% del conjunto de embutidos, fiambres y salazones. Y en esta favorable progresión en el exterior, tiene mucho que ver la cada vez más potente exportación de las empresas de la Fundación frente al estancamiento histórico de otros operadores.

Desde el punto de vista de la promoción, se realizaron más actividades dirigidas a los niños, para explicarles las cualidades del jamón serrano y sus ventajas frente a otros productos menos saludables. Igualmente, se llevaron a cabo promociones en los puntos de venta. Por último, la Fundación estuvo presente en las ferias Intermeat (Düsseldorf, Alemania) y en Sial (París, Francia).



BSL 264

EMBUTIDOS

La Ribera

San Isidro, 46
09441 SOTILLO DE LA RIBERA (Burgos)
Tels.: 947 532 353 / 616 907 320
Fax: 947 546 707

info@morcillasribera.com
www.morcillasribera.com

Chistorra

Chorizo Oreado

Torreznillos

Picadillo

Morcillas "La Posada de Burgos" congelada y en rodajas

Morcilla de Burgos "La Ribera"

Hasta 90 días ¡Sin conservantes!