



L'ASICI LANCE LA CAMPAGNE DE PROMOTION INTERNATIONALE LA PLUS IMPORTANTE DE TOUTE L'HISTOIRE DU SECTEUR IBÉRIQUE

La cérémonie de présentation s'est déroulée en présence du ministre de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation, Luis Planas, du président de l'ASICI, Antonio Prieto, et des chefs qui sont les ambassadeurs mondiaux de la campagne : l'Espagnol Mario Sandoval, l'Allemand Christian Sturm-Willms, la Française Amandine Chaignot, le Mexicain Carlos Gaytán et le Chinois Vicky Cheng

« Jamones Ibéricos, ambassadeurs de l'Europe dans le monde » est un projet triennal (2021-2023) de formation, d'éducation et d'information sur le jambon ibérique. Il vise à renforcer sur le marché international le positionnement de cet emblème culinaire comme produit gastronomique unique au monde.

L'ambitieux projet promu par l'ASICI bénéficie du soutien et de l'appui vigoureux de l'UE et du ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation et il introduira les qualités du *Jamón Ibérico*, le jambon ibérique, sur des marchés aussi importants que la France, l'Allemagne, le Mexique et la Chine.

Avec l'appui de l'UE, elle espère éveiller « el sentido ibérico » chez plus de 300 millions de consommateurs.

Paris, le 8 octobre 2021. L'Association interprofessionnelle du porc ibérique (ASICI) lance « Jamones Ibéricos, ambassadeurs de l'Europe dans le monde », la campagne de promotion internationale la plus ambitieuse menée à ce jour par le secteur *Ibérico*, avec l'appui décisif de l'UE et du ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation. Avec cette initiative pleine de passion et de sensibilité, elle espère éveiller « el *sentido ibérico*/le ressenti ibérique » et conquérir plus de 300 millions de consommateurs en Espagne, en France, en Allemagne et au Mexique, et atteindre pour la première fois un marché au potentiel énorme, la Chine.

Animé par la présentatrice et journaliste Alba Lago, l'évènement qui s'est déroulé dans l'auditorium de la Casa de América à Madrid, a réuni le ministre de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation, Luis Planas, le président de l'ASICI, Antonio Prieto, et les chefs ambassadeurs de la campagne : l'espagnol Mario Sandoval (chef du restaurant Coque, deux étoiles Michelin), l'allemand Christian Sturm-Willms (chef du restaurant Yunico, une étoile Michelin), la française Amandine Chaignot (chefe du restaurant Pouliche), le mexicain Carlos Gaytán (premier Mexicain à recevoir une étoile Michelin) et le chinois Vicky Cheng (chef du populaire restaurant VEA à Hong Kong).

« L'*Ibérico* se trouve à un moment stratégique où le secteur et ses entreprises redoublent d'efforts et multiplient les investissements pour positionner le *Jamón Ibérico* sur les marchés mondiaux. L'engagement du secteur sera soutenu par le développement de cette campagne de promotion internationale qui nous permettra de solidifier des marchés comme la France, l'Allemagne et

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



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





l'Espagne, et de dynamiser d'autres marchés comme le Mexique et la Chine, où nous prévoyons un taux de croissance exponentielle des ventes », déclare le président de l'ASICI, Antonio Prieto. « Nous souhaitons disposer de plus de 1 000 ambassadeurs du jambon européen dans le monde, positionner le produit dans les 1 000 restaurants les plus en vue actuellement et former plus de 1 000 maîtres coupeurs. Nous voulons que le monde, et plus particulièrement les influenceurs, les consommateurs et les leaders d'opinion, ressentent ce que beaucoup d'entre nous ressentent déjà pour le jambon ibérique », explique le président.

Dans le cadre de ce projet mondial innovant, une série d'initiatives stratégiques, notoires et spectaculaires seront lancées pour présenter au monde entier la dégustation du *Jamón Ibérico* dans toute sa splendeur. À cette fin, l'initiative comprendra des ambassadeurs mondiaux du jambon ibérique, authentiques références internationales de la haute cuisine, qui contribueront à faire connaître l'origine, la culture et l'art de vivre du jambon ibérique.

Dans ce sens, les chefs ambassadeurs de ce réseau mondial ont présenté lors de l'événement de lancement des préparations avant-gardistes autour du *Jamón Ibérico* qu'ils intégreront aux cartes de leurs prestigieuses enseignes. Le chef Mario Sandoval a présenté une recette originale et délicieuse, « Secreto Ibérico au Stroganoff avec un voile de jambon ibérique ». Pour sa part, le chef allemand Christian Sturm-Willms a présenté une « Morue noire au miso, olives et broccolini ibérique, fregula de jambon à la tomate et sa mousse de jambon ibérique », création passionnante dans laquelle il a fusionné les gastronomies japonaise et méditerranéenne. La cheffe française Amandine Chaignot a créé une « Poêlée de calamars et de cèpes au jambon ibérique », recette terre-mer fascinante. Enfin, l'ambassadeur du Mexique, Carlos Gaytán, a fait preuve d'inventivité avec ce plat inédit dont le jambon ibérique est la colonne vertébrale culinaire : « Moules au jambon ibérique, jalapeños marinés et safran ».

ÉVEILLER EL SENTIDO IBÉRICO DANS LE MONDE ENTIER

« Nous devons éveiller dans le monde entier ce que beaucoup d'entre nous ressentent déjà avec le *Jamón Ibérico* : el *Sentido ibérico*. Un sentiment qui ne peut être décrit ; il ne peut être que vécu : vous percevez alors des sensations et vivez des expériences inhérentes à notre culture, la culture européenne, qui vous amènent à en apprécier la saveur sublime. Parce que *el sentido ibérico*, ce n'est pas seulement sentir, voir, entendre, goûter ou toucher, c'est aussi ressentir, partager, apprécier et célébrer », déclare le président de l'ASICI, Antonio Prieto.

Dans ce contexte, une campagne passionnée et originale a vu le jour, avec laquelle ASICI souhaite inciter le monde entier à éveiller son « *sentido ibérico* » et à se délecter de la saveur inimitable de cet aliment culte. « Jamones Ibéricos, ambassadeurs de l'Europe dans le monde » est un projet mondial de formation, d'éducation et d'information qui vise à affirmer et à renforcer la culture ibérique sur le marché international et à encourager les entreprises du secteur à se développer dans le monde entier. Un concept vivant qui invite à goûter et à découvrir et qui marque un nouveau positionnement pour ce secteur.

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



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





Avec l'appui de l'UE, l'Association interprofessionnelle du porc ibérique (ASICI) promeut cette initiative innovante grâce à laquelle elle espère éveiller « el *sentido ibérico* » de plus de 300 millions de consommateurs en Espagne, en France, en Allemagne et au Mexique, et atteindre pour la première fois un marché au potentiel énorme, celui de la Chine.

LE PLUS GRAND RÉSEAU INTERNATIONAL DE CHEFS AUTOUR DE PRODUITS IBÉRIQUES

Afin d'éveiller « el *sentido ibérico* » chez les consommateurs, sera mobilisé un réseau international de chefs composé de la Française Amandine Chaignot, de l'Allemand Christian Sturm-Willms, du Mexicain Carlos Gaytán et du Chinois Vicky Cheng, sous la houlette du chef Mario Sandoval, ambassadeur mondial de *Jamón Ibérico*. Des promoteurs qui seront chargés de faire découvrir au consommateur ce mets exquis et de faire naître les sensations qu'il produit : son arôme agréable et équilibré, sa saveur intense, sa texture inégalable...

« Jamones Ibéricos, ambassadeurs de l'Europe dans le monde » réunira sur chaque marché une multitude d'initiatives de promotion et d'information : publicité sur des supports et des médias divers, campagne numérique ambitieuse sur les réseaux sociaux, site web multilingue, parrainage d'événements. En outre, il est prévu d'organiser différents événements institutionnels et de formation, des masterclasses et des shows culinaires avec la participation de maîtres coupeurs, ainsi que des cours intensifs de découpe du jambon ibérique dans les principaux centres et écoles hôtelières, afin que les futurs chefs qui révolutionneront la cuisine de demain deviennent les promoteurs de ce produit unique.

De même, dans le cadre de la campagne, il s'agira de relever un triple défi à l'échelle mondiale :

- Avoir plus de 1 000 ambassadeurs du *Jamón Ibérico* dans le monde.
- Positionner ce produit gastronomique dans les 1 000 restaurants les plus prestigieux de la planète.
- Former plus de 1 000 maîtres coupeurs dans le monde.

LE PREMIER PROGRAMME CRÉATEUR D'EMPLOIS

Le projet triennal met également l'accent sur le fait que le secteur s'engage à créer des emplois, car il s'agit du premier programme européen qui, grâce à un accord avec la Chambre de commerce espagnole, créera une qualification officielle relative au jambon ibérique et à l'art de la découpe, et qui engendrera des centaines d'emplois dans le monde entier. Le tout sera véhiculé par les outils de communication les plus puissants et les plus efficaces : site web de campagne, communauté sur les réseaux sociaux, partenariats avec des blogueurs et des influenceurs, projets audiovisuels ou encore kits d'information.

Dans le cadre de ce programme, le premier grand projet de Big Data portant sur la détection du bruit social dans l'environnement numérique à l'échelle mondiale sera également mis sur pied. Ce projet s'accompagnera d'un important plan d'action de relations publiques adaptées à chaque marché et à chaque cible : tables de dégustation, expérience d'atelier commercial, promotions sur les points de vente, présence sur des festivals gastronomiques ou encore parrainage du Festival international du film de San Sebastian et du Festival de Cannes.

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



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



JAMONES IBÉRICOS de España

EMBAJADORES

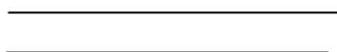
DE EUROPA
EN EL MUNDO

Ce plan de relations publiques s'accompagnera d'un programme de communauté de chefs, d'accords stratégiques avec les ambassades d'Espagne de chaque pays cible et d'une alliance avec des organisations gastronomiques, telles que l'Association des restaurants mexicains et des associations professionnelles en Chine.

Une campagne 360 a également été conçue pour la télévision, dans les médias numériques, les magazines et les cinémas, ainsi qu'un plan ambitieux de médias sociaux sur WeChat, Facebook et Instagram.

À propos d'ASICI

L'association interprofessionnelle du porc ibérique (Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico, ASICI) est une organisation interprofessionnelle agroalimentaire (OIA) à but non lucratif au sein de laquelle sont représentées plus de 95 % des organisations de la filière de production (éleveurs) et plus de 95 % de celles du secteur de la transformation (industrielle) du porc ibérique. Créée en 1992, elle a été agréée par le ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation en 1999 en tant qu'organisation agroalimentaire interprofessionnelle pour la filière porcine ibérique.



El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA

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

