



Consorcio Serrano

A pesar del contexto de inestabilidad económica en el que el mundo estuvo inmerso el pasado año

El Consorcio del Jamón Serrano Español aumentó en un 3% el número piezas selladas

El Consorcio del Jamón Serrano Español selló, en 2010, a pesar de la coyuntura económica, 574 mil piezas, lo que supuso un incremento del 3% con respecto al año anterior. Asimismo, durante el pasado año, el Consorcio llevó a cabo una intensa actividad promocional, en los diferentes mercados de destino internacional; acciones que, de nuevo en 2011, estarán muy presentes en el día a día del Consorcio para así dar a conocer un producto de alta calidad como es el Jamón Consorcio Serrano.

Madrid, 15 de marzo de 2011.- El Consorcio del Jamón Serrano Español cerró el pasado año con un sellado de 574.000 piezas, un 3% más que en 2009, a pesar de la crisis económica mundial, del estancamiento del consumo y de la guerra de precios.

Teniendo en cuenta que la misión del **Consorcio del Jamón Serrano Español** es el control de calidad y la promoción internacional de un Jamón Serrano de calidad, que en el mercado internacional se comercializa a un precio superior al resto de los jamones curados de cerdo blanco, este crecimiento del 3% supone todo un éxito porque significa que el mercado valora un Jamón Serrano de calidad –como el de la contramarca Consorcio Serrano–.

Un año de promoción

En 2010, las actividades de promoción del Consorcio se centraron tanto en los mercados estratégicos de exportación (Alemania, Francia, Portugal, Bélgica y Holanda) como en mercados que ofrecen un gran potencial para un producto como el Jamón Consorcio Serrano (USA y Australia). Y siempre con acciones adaptadas a los mercados de destino y a la percepción que los diferentes países tienen del jamón serrano.

Entre las acciones realizadas, destacan las degustaciones en punto de venta dirigidas al consumidor, la participación en ferias internacionales (Fancy Food

Nueva York, ANUGA en Colonia...), las inserciones publicitarias en medios especializados, la realización de seminarios, así como diversas actividades de relaciones públicas, sin olvidar los actos de celebración del 20º aniversario (en París y en Dusseldorf), que generaron un gran impacto mediático.

Toda esta estrategia de promoción giró en torno al sello de calidad Consorcio Serrano, que identifica a aquellos Jamones Serranos que han superado los controles de calidad de la asociación, y que se ha convertido en el referente internacional del auténtico Jamón Serrano Español.

Planes de futuro

De cara a este año, y frente a un panorama económico complicado, la apuesta por la promoción como forma de apoyar la exportación y comercialización del Jamón Consorcio Serrano que realizan todos los miembros del Consorcio, es clara.

En 2011, en torno a las acciones promocionales que llevará a cabo el **Consorcio del Jamón Serrano Español**, se ha decidido ampliar el número de mercados objetivo, enfocándose así hacia Alemania, Francia, Portugal, Bélgica, Holanda, USA, México, Australia y Brasil, sin pasar por alto cualquier otra actividad puntual que pudiese aportar valor a los socios del mismo.

Más información:

Consorcio del Jamón Serrano Español
C/ Morazarzal, 80 1º A
28034 MADRID
Tel.: +34 91 735 60 85
Fax: +34 91 735 05 03