

El Jamón Español protagonista en Miami

- La campaña “*Slices of Happiness*”, impulsada por ASICI e INTERPORC, aterriza en la feria Americas Food & Beverage de Miami para distribuir felicidad entre los operadores de la zona
- Estados Unidos es el primer importador no europeo de Jamón español en todo el mundo. España exportó a este país por valor de más de 34 millones de euros en 2023, entre jamones y paletas, tanto ibéricos como procedentes de cerdos de capa blanca

Madrid, 17 septiembre 2024. – [ASICI](#) e [INTERPORC](#), las organizaciones interprofesionales del sector porcino español se han unido por segundo año consecutivo para promocionar en Estados Unidos el conocimiento de uno de los productos estrella de la gastronomía española y concretamente en Miami, a través de la campaña “**Slices of Happiness – Lonchas de felicidad**”.

En España se produjeron en 2023 unos 42,9 millones de jamones y paletas, de los cuales unas 29,5 son de cerdo blanco y algo más de 14 millones son ibéricos. Del total de la producción, aproximadamente cerca del 25% están dirigidos a mercados exteriores.

El valor total del comercio internacional de jamones y paletas ascendió en 2023 a 743 millones de euros. **Estados Unidos es el primer importador no europeo de jamón en todo el mundo. España exportó a este país en 2023 por valor de más de 34 millones de euros, entre jamones y paletas, tanto ibéricos como procedentes de cerdos de capa blanca.**

INTERPORC y ASICI continúan su labor de promoción de los productos del cerdo, destacando su valor nutricional, sabor incomparable y versatilidad en la cocina. A través de campañas como “**Slices of Happiness – Lonchas de felicidad**”, desarrollada en colaboración con **ICEX España Exportación e Inversiones**, estas organizaciones buscan llevar la experiencia y cultura del jamón producido en España a todos los rincones del mundo.

En esta ocasión, la iniciativa ha aterrizado en uno de los **eventos gastronómicos más destacados** de Estados Unidos: la **Americas Food & Beverage Show**. Durante la feria, los asistentes han podido disfrutar de una jornada llena de sabor y aprendizaje gracias al taller de corte que se ha impartido para operadores de la distribución, restauración y empresas de catering, con el objetivo de mostrarles cómo las nuevas técnicas les permitan rentabilizar mejor las piezas de jamón en sus actividades diarias.



Para Jesús Pérez, director adjunto de Asici, **“el desarrollo de acciones conjuntas entre las dos interprofesionales del Jamón de España en un mercado como el norteamericano es necesario para ayudar a las empresas a abrirse camino en un país tan importante como Estados Unidos, un mercado potencial de más 330 millones de personas”**.

Además, la zona de demostraciones de la feria ha abierto sus actividades con una degustación sensorial de Jamón, antes del primer *showcooking* de otros productos españoles, para mostrar con la práctica a los asistentes que el lema de la campaña, *Slices of Happiness*, es una realidad y que **el consumo de este producto aporta felicidad a los que lo disfrutan**.

Por su parte, Alberto Herranz, director general de INTERPORC, ha señalado que **“se van a cumplir 20 desde que Estados Unidos autorizara la importación del primer jamón desde España y los productores están convencidos de la oportunidad que representa este país para ellos”**. **“Este tipo de acciones están orientadas a conseguir que los importadores, la distribución y la restauración apuesten por el jamón español frente a otros de otras partes del mundo que no pueden competir con nosotros ni en sabor, ni en precio y, por supuesto, en calidad”**.

Esta acción se engloba dentro de la campaña Slices Of Happiness, www.slicesofhappiness.food que comprende, además, otras actividades dirigidas a promover el consumo de jamón en la hostería de Estados Unidos, como es la #SpanishJamonWeekUS que tendrá lugar en octubre de este año en un buen número de establecimientos amparados por el sello Restaurants From Spain.

Slices of Happiness es una iniciativa promocional que pretende compartir la felicidad que genera el jamón español entre los consumidores estadounidenses. Promovida por INTERPORC y ASICI, esta propuesta pretende unirse a los proyectos Restaurants From Spain de ICEX España Exportación e Inversiones y al Spain Food Nation, promovido por ICEX junto al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, para fomentar el consumo de los alimentos de España, entre ellos el Jamón, producto en Estados Unidos.

Descarga de imágenes y video en este enlace: <https://we.tl/t-xe7ieV22pz>

Más información: Mari Carmen Martínez – info@slicesofhappiness.food