



## El Jamón Español aterriza en Miami

- ASICI e INTERPORC organizan por segundo año consecutivo “*Slices of Happiness*”, una campaña de promoción del jamón para operadores y medios de comunicación

**Madrid, 11 septiembre 2024.** - Las interprofesionales [ASICI](#) e [INTERPORC](#) ponen en marcha estos días en **Miami** una acción de promoción conjunta para fomentar el conocimiento de este producto en Estados Unidos, a través de la felicidad y alegría **que aporta el consumo de jamón español.**

La campaña, que lleva por nombre “***Slices of happiness – Lonchas de felicidad***”, se desarrolla entre los días 16 y 18 de septiembre coincidiendo con la feria *Americas Food & Beverage* donde han organizado varios showcooking y un taller de corte para operadores de la ciudad y visitantes de este certamen.

Además, dentro de las acciones de esta iniciativa, está previsto llevar a cabo el próximo 18 de septiembre una experiencia culinaria en un conocido restaurante de Miami (Dolores But You Can Call Me Lolita) en el que los asistentes disfrutarán de unas deliciosas tapas de jamón. El evento contará con influencers y personajes relevantes de la sociedad de esta mágica ciudad.

“Hemos programado diversas acciones promocionales en el marco de esta campaña con el objetivo de interactuar con profesionales y consumidores de este importante mercado para resaltar el origen, calidad y sabor del jamón curado español”, explica Daniel de Miguel, director adjunto de INTERPORC.

El objetivo de la campaña ha sido dar a conocer en Estados Unidos los múltiples beneficios que aporta el consumo del Jamón español para el estado de ánimo de las personas. Y es que **la gastronomía española y el jamón como uno de sus principales productos es sinónimo de felicidad.**

“Estamos haciendo un decidido esfuerzo promocional para trasladar a los principales mercados del mundo, entre ellos el americano, la importancia del jamón español como un símbolo cultural de nuestra gastronomía, un producto selecto asociado al placer y al deleite. Con la campaña “*Slices of happiness*”, apostamos por posicionarlo en un mercado potencial de más de 330 millones de consumidores y darle la notoriedad que merece con acciones de formación y experiencias gastronómicas” traslada Jesús Pérez Aguilar, director adjunto de ASICI.



La acción desarrollada en colaboración con ICEX España Exportación e Inversiones se enmarca en la apuesta de ASICI e INTERPORC por promover el consumo de este producto en Estados Unidos, un mercado de más de 330 millones de personas que cada día aprecia más el jamón que se produce en España, por sus características especiales frente a otros de otras procedencias.