

Rotundo éxito en la presentación de la campaña de promoción europea “Carne Silvestre de Europa, Naturaleza en estado puro”



El evento de presentación de la campaña de promoción europea “Carne Silvestre de Europa, Naturaleza en estado puro” se celebró este jueves en Madrid con una enorme acogida.

Un centenar de personas procedentes de diversas instituciones, representantes de la industria y de la producción y los medios de comunicación copó el Salón de Actos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en un acto presidido por María Navarro González-Valerio, subdirectora general de Promoción Alimentaria.

Junto a ella, y para ahondar en diversos aspectos relativos al plan de promoción, se encontraban

Florencio Rodríguez, presidente de la Asociación Interprofesional de la Carne de Caza ([ASICCAZA](#)), entidad promotora de la campaña, Mateo Blay, presidente de AGR y experto en marketing sectorial alimentario, y Jaime Hurtado Ceña, director-gerente de [ASICCAZA](#).

Un sector unido

María Navarro González-Valerio, subdirectora general de Promoción Alimentaria quiso felicitar a [ASICCAZA](#) y a todo el sector de la Carne Silvestre por ser depositaria de la confianza de la Unión Europea a la hora de recibir fondos de este pionero plan de promoción europeo por valor de un millón de euros.

Por su parte Florencio Rodríguez, presidente de ASICCAZA, quiso agradecer el apoyo incondicional de las instituciones y del propio sector de la Carne Silvestre a la hora de hacer realidad esta campaña y destacó la importancia de la caza en España como “motor de la economía rural española”, que genera más de 54.000 empleos anuales y supone un 0,3% del PIB.

Mateo Blay, presidente de AGR, quiso trasladar al sector la importancia de su unión como “un valor estratégico que va a permitir que el consumidor pueda disfrutar de una carne diferencial y única”.

Por último, Jaime Hurtado explicó a los asistentes los objetivos fundamentales del plan de promoción: “Dar a conocer los valores diferenciales de la Carne Silvestre de España tanto a nivel nacional como en el mercado francés, para posicionarla como un producto natural, que contribuye a la fijación de la población rural y es fundamental para la conservación de la naturaleza”.

Una carne aspiracional

Durante los tres años en los que transcurrirá este plan de promoción europeo se pretende posicionar la Carne Silvestre como un producto aspiracional, una carne única por su origen silvestre y por su modo de alimentación: *“la carne más noble”*.

Estas son las líneas estratégicas de esta campaña dirigida a todos los públicos, pero muy especialmente a hombres de entre 35 y 60 años de nivel adquisitivo medio-alto, que pretende poner a la Carne Silvestre en valor como una carne digna de los paladares más exigentes.

De esto dieron fe los asistentes al evento, que pudieron degustar un exquisito cóctel de productos de Carne Silvestre elaborados por el chef toledano Javier Chozas, gran experto en este tipo de carnes.

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR:

[??El sector porcino reduce en un 50% las emisiones de amoníaco por kilo producido](#)

[de carne](#)

[??La UE ajustará los contingentes arancelarios de carne de vacuno y ovino por el Brexit](#)