Finaliza el segundo año del Ham Passion Tour

La Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI) ha finalizado este martes el segundo año del Ham Passion Tour con un evento formativo en la Escuela Superior de Hostelería de Madrid dirigido por el chef Sergio Fernández. Una actividad que ya se ha realizado con gran éxito de participación en ciudades como Londres (University of West London), París (Lycee Jean Drouant y Liceo François Rabelais de Dugny), Berlín (Brillat Savarin Schule) o Bilbao (Escuela Superior de Hostelería) y que supone el broche de oro al segundo año de la campaña “Ham Passion Tour”.

La Jornada formativa, que contó con la participación de alumnos de último curso y con profesores que harán de prescriptores y amplificadores de los mensajes de la campaña, se organizó con el objetivo de “despertar el interés en el entorno de las Escuelas de Hostelería para que incorporen esta formación en sus programaciones. **Es fundamental promover el conocimiento de un producto gourmet tan reconocido como el Jamón ibérico e integrarlo en la formación de los mejores centros de Europa**”, subrayó el presidente de ASICI, **Antonio Prieto** durante el evento. **720 alumnos, profesores, chefs y blogueros han asistido a las Masterclasses celebradas en París, Berlín, Londres, Bilbao y Madrid.**

Durante la jornada, los portavoces de ASICI presentaron las piezas audiovisuales de la campaña e impartieron formaciones sobre el producto y sus valores diferenciales, el sistema de trazabilidad, la correcta identificación y etiquetado o la novedosa APP “Ibérico” que permite consultar la trazabilidad de la pieza. El acto ha finalizado con un curso de corte profesional y emplatado creativo, una degustación sensorial y, como no, una sección práctica en la que los alumnos han recibido las nociones teóricas necesarias para cortar correctamente un Jamón Ibérico.

Workshops exclusivos en cada país

Una de las grandes novedades del segundo año de campaña han sido los exclusivos y apasionantes **workshops que se han celebrado en Londres, Hamburgo, París, Madrid o Ciudad de México**. Estos talleres educacionales han contado con influyentes chefs, que han creado menús únicos y vanguardistas en torno al Jamón Ibérico, como **Mikel Alonso** (en el restaurante KO Ma de México DF,) **José Pizarro** (en The Good Housekeeping Institute de Londres), **Patricio de Diego** (en el rascacielos Le Miroir de Paris), **Jesús Díaz** (en el reputado restaurante Portomarin de Hamburgo) o **Javier Estévez** (en el espacio multidisciplinar Park 36 de Madrid).

Uno de los platos fuertes de los workshops han sido las **degustaciones sensoriales** guiadas por experimentados profesionales del **SIPA** (Servicio de Análisis e Innovación en Productos de Origen Animal de la Universidad de Extremadura), donde se ha explicado a los periodistas todo lo relacionado con el producto de una manera dinámica y sensorial. Para completar la experiencia, estas catas se han complementado con un **menú degustación** en torno al Jamón Ibérico, en el que los informadores han podido **observar su versatilidad** y las distintas formas en las que se puede **introducir en la gastronomía**.

Superando todas las expectativas

El proyecto “Ham Passion Tour” arrancó con el objetivo de afianzar, consolidar y desarrollar el posicionamiento de los Jamones Ibéricos de España en mercados internacionales estratégicos como Francia, Alemania, Reino Unido y México, además de España. Hasta el momento, **la campaña ha conseguido aparecer en 1.200 artículos internacionales que llegaron a más de 200 millones de personas, crear una comunidad digital que supera los 150.000 seguidores o conseguir 3,2 millones de visualizaciones de los vídeos de campaña. En solo dos años, la campaña ha alcanzado a más de 400 millones potenciales consumidores.**

A las jornadas formativas en Escuelas de Hostelería y Workshops para prensa, se une el “Ham Truck Tour” o camión itinerante que ha recorrido Europa, degustaciones en tiendas gourmets, viajes de prensa a zonas de producción con la asistencia de los principales medios generalistas, sectoriales y lifestyle de cada país, publicidad exterior, campaña en revistas, vídeos promocionales o campaña digital, permitiendo generar **216 millones de impactos solo en el segundo año del proyecto.**

La app que garantiza toda la trazabilidad del ibérico

Durante el evento, el presidente de ASICI, Antonio Prieto, ha resaltado la evolución positiva del Ibérico en los últimos años y cómo ha contribuido notablemente en ella el Sistema de Trazabilidad y Calidad del sector Ibérico, ÍTACA, que garantiza la trazabilidad de las producciones de Ibérico. Según el presidente de ASICI, **“el futuro del sector se construye sobre la calidad, trazabilidad, transparencia e internacionalización de los productos Ibéricos”.**

Prieto destacó el plus de garantía que ha supuesto la APP Ibérico para el consumidor al permitir consultar la trazabilidad de los Jamones y Paletas Ibéricos en base a la información registrada en ITACA. Gratuita, interactiva y disponible para dispositivos iOS y Android, en poco más de un año ha obtenido **22.650 descargas con las que los usuarios han realizado más de 205.000 lecturas de precintos**. Hoy, la revolucionaria APP recoge la información de más de 60 millones de piezas identificadas con precintos desde la entrada en vigor de la Norma de Calidad (RD 4/2014).