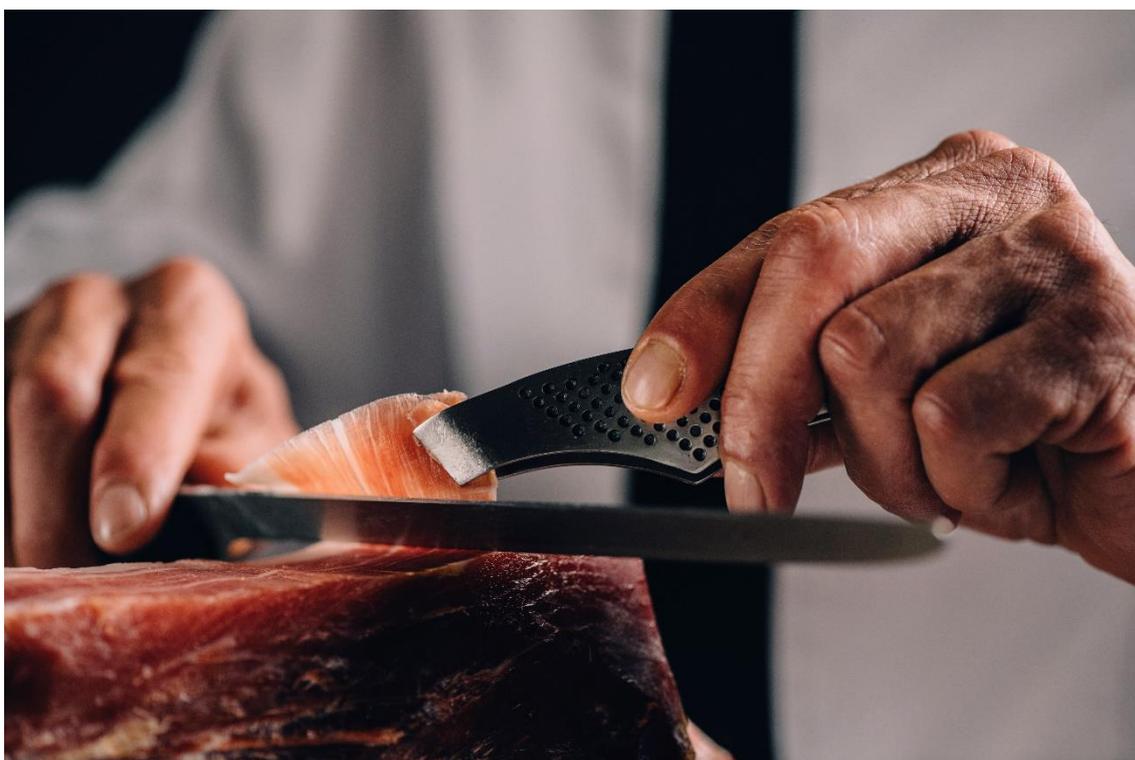


EL JAMÓN DE TERUEL D.O.P. CONSOLIDA SU PODER EN EL MERCADO: TERCERA POSICIÓN Y SABOR INIGUALABLE

- El Jamón de Teruel D.O.P. se mantiene en tercera posición en compra/consumo declarado y en intención de compra.
- El sabor y la calidad siguen siendo los principales motivos de intención de compra de la DOP Jamón de Teruel.

Febrero 2024. La D.O.P. Jamón de Teruel, ha finalizado su segundo año de la campaña europea “Marcada a Frío”, que, financiada con fondos de la UE, pone en relieve las características del Jamón de Teruel, como son el territorio y la climatología, claves para el desarrollo de este jamón tan especial.

Bajo un objetivo claro, establecerse en la mente del consumidor como marca y símbolo de calidad, este segundo año ha consolidado esta idea haciendo hincapié en las peculiaridades que hacen excelente a la Denominación de Origen Jamón de Teruel.



Este año, la Denominación de Origen ha estado presente en una potente campaña en medios, más concretamente de televisión con su anuncio “Es poco salado, como yo”, premiado en 2023 en el Festival Internacional de Publicidad y Humor Smile con dos galardones muy reconocidos: mejor uso del mensaje en spot y web y premio al mejor humor en campaña. Con este spot tan característico, Jamón de Teruel quiere trasladar al consumidor su secreto mejor guardado: el frío. Un frío tan característico y especial



que, combinado con el saber hacer de sus gentes, dota a este jamón de un valor excepcional.

Según datos recogidos en el Estudio Post Test Publicitario de la campaña DOP Jamón de Teruel, Marcado a frio, llevado a cabo por GFK en noviembre de 2023, en España un 44,4% de los responsables de compra en el hogar de 35 a 55 años reconoce el sello de calidad europeo (Denominación de Origen Protegida). Por su parte, el 65,6% de los que están familiarizados con las Denominaciones de Origen Protegidas, las asocian a una buena calidad del producto, y un 55,4% con algún elemento relacionado con el origen (característico de un lugar, autóctono, etc.). Además, según dicho estudio, Jamón de Teruel D.O.P. está fortaleciendo su posicionamiento estratégico, siendo percibido como un jamón de origen nacional, de buen aspecto, de calidad y con un proceso de crianza y elaboración exigente.

La notoriedad de marca no se ha limitado exclusivamente a la presencia en televisión, además, se han logrado más de 140.000.000 de impactos en prensa digital y papel a través de publicaciones orgánicas y publirreportajes. Todos estos esfuerzos en comunicación han consolidado la presencia de la D.O.P. Jamón de Teruel en el mercado nacional, aumentando su percepción ante el consumidor y su posicionamiento ante los competidores.



LA CAMPAÑA “MARCADO A FRÍO” CLAVE PARA PONER EN RELIEVE ESTE PRODUCTO DE ALTO VALOR GASTRONÓMICO.

Con esta financiación, Jamón de Teruel D.O.P. lleva a cabo acciones enfocadas en poner en valor los aspectos esenciales y dar a conocer todos los detalles del sistema de producción de este producto inimitable. La DOP Jamón de Teruel continúa apostando por la promoción del sello de calidad que, gracias a los fondos de la UE, la D.O.P. Jamón de Teruel pretende continuar reforzando su presencia en el mercado nacional y posicionarse en la mente del consumidor como un jamón diverso, versátil y sostenible (al seguir procesos de economía circular).

LA DOP JAMÓN DE TERUEL

Este año Jamón de Teruel celebra el 40 aniversario del reconocimiento del sello de la Denominación de Origen Protegida, la primera D.O.P de jamón de España. En 1984, la Consejería de Agricultura del Gobierno de Aragón aprobó el Reglamento de la Denominación de Origen Jamón de Teruel. En marzo de 1985 se produjo la correspondiente ratificación por parte del Ministerio de Agricultura. y en 1997 por la Unión Europea.

Desde ese momento la DOP Jamón de Teruel lidera la economía aragonesa, se convierte en un referente a nivel internacional, y es la Denominación de Origen de mayor producción con un sello de calidad.

Su producción circular en la provincia de Teruel cuenta con 32 secaderos, 18 granjas de producción, 7 mataderos, 99 cebaderos, 13 granjas de ciclo cerrado, 7 salas de despiece y 20 salas de envasado.



Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Ni la Unión Europea ni la autoridad otorgante pueden ser considerados responsables de ellos.

D.O.P. Jamón de Teruel

MARCADO A FRÍO

Un sabor tan elegante solo puede conseguirse aquí, porque cuanto más frío, menos sal.

BUSCA LA CALIDAD DEL SELLO EUROPEO



Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Ni la Unión Europea ni la autoridad otorgante pueden ser considerados responsables de ellos.

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Financiado por la Unión Europea

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS