



**MEMORIA**

---

de **actividades**

---

**2019**

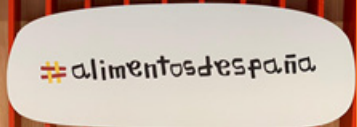


## CARNES SILVESTRES

Libertad, riqueza de alimento, hierbas aromáticas, brotes, brotes, brotes... marcan la personalidad y sabor de las carnes silvestres de caza. Una actividad tan antigua como el hombre, es tan recomendable y saludable que la Unión Europea promociona su consumo apostando calidad y seguridad.



Lomo de muflón



**VALORES NUTRICIONALES de la carne de caza** ASICCA

Comparativa carnes de caza-carne de abasto

| TERNERA       | CERDO         | CORDERO       | POLLO         |
|---------------|---------------|---------------|---------------|
| AGUA 71,4     | AGUA 71,7     | AGUA 68       | AGUA 71,3     |
| PROTEINA 20,2 | PROTEINA 20   | PROTEINA 18   | PROTEINA 20   |
| GRASA 1,4     | GRASA 8,2     | GRASA 12      | GRASA 13      |
| MINERALES 1,1 | MINERALES 1,2 | MINERALES 1,1 | MINERALES 1,2 |
| ENERGIA 131   | ENERGIA 133   | ENERGIA 123   | ENERGIA 134   |

| CIERVO        | JABALI        | CORZO         | GAMO          |
|---------------|---------------|---------------|---------------|
| AGUA 74,1     | AGUA 74,2     | AGUA 71,9     | AGUA 74,7     |
| PROTEINA 22,2 | PROTEINA 19,5 | PROTEINA 21,9 | PROTEINA 22,2 |
| GRASA 1,8     | GRASA 2,4     | GRASA 1,3     | GRASA 0,7     |
| MINERALES 1,2 | MINERALES 1,2 | MINERALES 1,2 | MINERALES 1,1 |
| ENERGIA 103   | ENERGIA 109   | ENERGIA 100   | ENERGIA 91    |

| CONEJO        | LIEBRE        | PERDIZ        | PALOMA        |
|---------------|---------------|---------------|---------------|
| AGUA 72,4     | AGUA 73,3     | AGUA 71,4     | AGUA 68,4     |
| PROTEINA 21   | PROTEINA 21,6 | PROTEINA 22   | PROTEINA 20,8 |
| GRASA 4,8     | GRASA 3       | GRASA 1,8     | GRASA 13      |
| MINERALES 1,3 | MINERALES 1,2 | MINERALES 1,1 | MINERALES 1,2 |
| ENERGIA 133   | ENERGIA 113   | ENERGIA 106   | ENERGIA 149   |

Valores de nutrientes (en g) y valor calórico (en Kcal) por 100 g

# MEMORIA de actividades 2019

## Índice

|                              |    |
|------------------------------|----|
| INTRODUCCIÓN.....            | 5  |
| 1. PROMOCIÓN.....            | 6  |
| 2. INNOVACIÓN.....           | 14 |
| 3. FORMACIÓN.....            | 15 |
| 4. MEJORA DE LA CALIDAD..... | 17 |
| 5. OTRAS ACCIONES.....       | 19 |
| ANEXOS (final del documento) |    |





# Introducción

En el transcurso de 2019 la interprofesional ha venido trabajando principalmente en el cumplimiento de los objetivos de la extensión de norma. Se detallan a continuación las acciones llevadas a cabo en el transcurso del 2019 estando unas finalizadas y otras ejecutándose en la actualidad pero que se mencionan por haberse iniciado en el 2019 y a las que se le ha dedicado tiempo y recursos en este año.

Mencionar que la gerencia y el personal administrativo no ha dejado de trabajar en la puesta en marcha, gestión y control de la extensión de norma en vigor con la ayuda de la asesoría jurídica.

En la web corporativa de ASICCAZA [www.asiccaza.org](http://www.asiccaza.org) están recogidas de manera ordenada y actualizada prácticamente la totalidad de las acciones llevadas a cabo durante la campaña 2019 que recogemos a continuación en los siguientes bloques objetivos.

# I Promoción

## 1.1.- Campaña de promoción europea.

ASICCAZA en el transcurso del 2019 y parte del 2020 ha llevado a cabo su segundo año de campaña de promoción europea. Esta campaña subvencionada en un 70% con fondos europeos tiene una duración de tres anualidades y estando enfocada la promoción tanto en España como en Francia. Sin duda es el proyecto más importante de promoción donde se ha invertido gran parte del presupuesto de la interprofesional.

Toda la actualidad de las acciones llevadas a cabo están ubicadas en el portal web: [www.carnesilvestreuropea.com](http://www.carnesilvestreuropea.com)

Aún así se adjuntan los siguientes ANEXOS de la campaña de promoción europea:

\*ANEXO I. Resumen de actividades.

\*ANEXO II. Resultados obtenidos.

ANEXO III. Estudio post test de campaña. (en el enlace [https://www.asiccaza.org/documentos/E-16436\\_Post\\_Test\\_Carne\\_Silvestre-2.pdf](https://www.asiccaza.org/documentos/E-16436_Post_Test_Carne_Silvestre-2.pdf))

\*Anexo 1 y 2 se adjuntan al final del documento



# Carne de caza silvestre de Europa

## Naturaleza en estado puro



Descubre aquí las últimas noticias relacionadas con la campaña de promoción de la carne silvestre europea y otras noticias de interés sobre el sector.



Los secretos de la Carne de Caza Silvestre, al alcance de los futuros profesionales de la hostelería del Basque Culinary Center



Los alumnos de la Basque Culinary Center descubren el potencial gastronómico de la Carne de Caza Silvestre

[Leer más...](#)

## I Concurso Cocina de Caza Silvestre de Europa.



La Interprofesional de la Carne de Caza - ASICCAZA, organiza la I Edición del Concurso Cocina Carne de Caza Silvestre de Europa

Un concurso dirigido a los estudiantes de las escuelas de hostelería, que nace con el objetivo principal de, además de informar sobre los mensajes de la campaña, los alumnos podrán conocer el producto de primera mano y trabajar con él mientras aprenden.

[Descargar las bases](#) 

## 1.2. Actividades de promoción fuera de programa europeo.

### 1.2.1 App móvil ASICCAZA para el sector de la carne de caza.

Puesta en marcha de una Aplicación móvil con el fin de que todos los usuarios puedan recibir notificaciones instantáneas con las últimas novedades, consultar los precios de la lonja de la carne de caza y ver la evolución de los precios a lo largo del tiempo, mantenerse informado sobre las últimas noticias relativas al sector, conocer las actividades que Asiccaza realiza para promocionar el consumo de la carne de caza silvestre y profundizar en cualquier cuestión relativa al sector de la carne de caza y la actividad de ASICCAZA.

Enlaces de descarga

**Iphone:** <https://apps.apple.com/es/app/asiccaza/id1518821071>

**Android:** <https://play.google.com/store/apps/details?id=org.asiccaza.es>

### 1.2.2. Actividades promocionales para los más pequeños

Encuentro en Alange (Badajoz) dentro del programa PROADES junto a la Federación Extremeña de Caza donde se le enseñan los valores de la carne de caza a más de 400 alumnos de primaria mientras se cocina con ellos carne de caza.





1.2.3. Showcooking con carne de caza en MEAT ATRACTION, feria Madrid.



1.2.4. Preparación plurirreportaje “Carnes Silvestres” en la revista de carne BEEF. Set de fotografías, elaboración y emplatado de recetas; producción gráfica y atrezzo para revista BEEF.

1.2.5. Actividades en FERCATUR. Feria de la caza y el turismo de Ciudad Real.



Taller sensorial de carne de caza para niños.



Taller de despiece de carne de caza mayor en directo.



I Concurso BECCUS de gastronomía cinegética.

**1.2.6. Jornada de cocina cinegética en el restaurante “Charlie & Champagne” de Madrid con 30 periodistas gastronómicos.**

**ASICCAZA promociona la carne de caza en una jornada con treinta periodistas gastronómicos**



La Asociación Interprofesional de la Carne de Caza (AI) patrocinó las Jornadas de Cocina Cinegética, en las que participó más de una treintena de periodistas gastronómicos. El objetivo de este encuentro era el de poner a conocer sus características y singularidad al público generalista, al tiempo que se presentó el trabajo realizado por la interprofesional en defensa de este producto.

Hay que recordar que los estudios realizados por ASICCAZA a pesar de que se está incrementando el consumo de carne de caza en España, la realidad es que sigue siendo un producto de consumo anecdótico en nuestro país. Tanto es así que de la carne de caza que se produce en España se exporta a...

Dentro de ese trabajo de promoción de este producto nuestras fronteras ASICCAZA quiere aliarse con los periodistas de comunicación, para que éstos, a su vez, se conviertan en defensores de la carne de caza una vez que la conozcan.

El evento se celebró en el restaurante Charlie & Champagne diseñado por el chef y propietario de este local, Iñaki Herrería. La comida fue presentada por Jaime Hurtado, ASICCAZA, y el conocido escritor Ramón J. Sender ofreció una charla titulada "La Sensualidad en la Cocina Cinegética".

El menú supuso un repaso completo a la cocina cinegética.

**1.2.7. Entrevista y reportaje en FUERA DE SERIE.**



## 1.2.8 . Artículo de prensa periódico “El Hoy”.

### Asiccaza y la carne del futuro



Menú de carne de caza. // ASICCAZA

#### LA OPINIÓN

Jaime Hurtado, director gerente de Asiccaza

Viernes, 22 noviembre 2019, 10:38



Hace 9 años que se creó la Asociación Interprofesional de la carne de Caza Silvestre (ASICCAZA), homologada por el Ministerio de Agricultura con el fin de defender los intereses tanto de productores como comercializadores de la carne de caza en España.

La interprofesional es una asociación nacional sin ánimo de lucro que nació ante la necesidad de posicionar un sector agroalimentario, el de la carne de caza silvestre, que hasta ahora no estaba representado por ninguna entidad, y así poder poner en valor una carne diferente, desconocida en nuestro país, única, saludable, sostenible, procedente de animales criados en las mejores condiciones de bienestar animal y con un potencial soberbio que estaba por explotar y por desarrollar.

ASICCAZA es por tanto la primera asociación que representa y defiende a este sector y desde su creación no hemos dejado de trabajar para ir cumpliendo objetivos y se han conseguido grandes logros, sin precedentes, aunque estamos en una carrera de largo recorrido y lo mejor está por llegar.

Con ASICCAZA hemos conseguido en este tiempo vertebrar un sector desestructurado y poco evolucionado en torno a entidades de productores de ámbito nacional como ASAJA, APROCA, ATICA, la ONC, la RFEC (donde se encuentra la Federación Extremeña de Caza) o la recién incorporada

**1.2.9. Programa de televisión CMMEDI “Estando contigo”. Beneficios y propiedades de la carne de caza con la Dra. Nutricionista Vidales.**



Material complementario sobre las propiedades nutricionales de la carne de caza.

**VALORES NUTRICIONALES de la carne de caza** ASICCAZA

Comparativa carnes de caza-carne de abasto

| TERNERA<br>Carne de res | CERDO<br>Carne de cerdo | CORDERO<br>Carne de cordero | POLLO<br>Pechuga |
|-------------------------|-------------------------|-----------------------------|------------------|
| AGUA 73,6               | AGUA 71,7               | AGUA 65                     | AGUA 73,3        |
| PROTEINA 20,7           | PROTEINA 20             | PROTEINA 18                 | PROTEINA 26      |
| GRASA 5,4               | GRASA 8,2               | GRASA 17                    | GRASA 5,5        |
| MINERALES 1,1           | MINERALES 1             | MINERALES 1                 | MINERALES 1,2    |
| ENERGIA 121             | ENERGIA 131             | ENERGIA 203                 | ENERGIA 121      |

| CIERVO        | JABALÍ        | CORZO         | GAMO          |
|---------------|---------------|---------------|---------------|
| AGUA 74,4     | AGUA 74,7     | AGUA 75,7     | AGUA 74,7     |
| PROTEINA 22,2 | PROTEINA 19,5 | PROTEINA 21,5 | PROTEINA 22,2 |
| GRASA 1,8     | GRASA 1,4     | GRASA 1,3     | GRASA 0,7     |
| MINERALES 1,3 | MINERALES 2,4 | MINERALES 1,2 | MINERALES 1,1 |
| ENERGIA 100   | ENERGIA 99    | ENERGIA 100   | ENERGIA 97    |

| CONEJO      | LIEBRE        | PERDIZ      | PALOMA        |
|-------------|---------------|-------------|---------------|
| AGUA 72,4   | AGUA 73,3     | AGUA 75,4   | AGUA 68,4     |
| PROTEINA 22 | PROTEINA 21,4 | PROTEINA 22 | PROTEINA 20,8 |
| GRASA 4,6   | GRASA 5       | GRASA 1,6   | GRASA 9,5     |
| MINERALES 1 | MINERALES 1,2 | MINERALES 1 | MINERALES 1,2 |
| ENERGIA 133 | ENERGIA 113   | ENERGIA 106 | ENERGIA 149   |

Valores de nutrientes (en g) y valor calórico (en Kcal) por 100 g

**1.2.10. Programa de promoción de la carne de caza en Radio Televisión Española. Jara y Sedal. Carne de caza.**  
<http://www.rtve.es/alcarta/videos/jara-y-sedal/jara-sedal-carne-caza/4924418/>

**1.2.11. Varias entrevistas en radios nacionales y regionales.**

## 2 Innovación

Aprobado proyecto del Grupo Operativo Tuberculosis (GOSTU) primeras acciones llevadas a cabo en la transmisión de la información sobre el control y la gestión de la tuberculosis entre ganadería y caza.

### El proyecto innovador para el diagnóstico precoz y control eficaz de la tuberculosis en ganadería extensiva y fauna silvestre da sus primeros pasos



El Grupo Operativo Supraautonómico "Tuberculosis", celebra una nueva reunión

Los miembros del Grupo Operativo Supraautonómico "Tuberculosis" han mantenido un encuentro en Madrid para continuar trabajando en la ejecución del Proyecto titulado "Aplicación de medidas innovadoras en el diagnóstico precoz y control eficaz de la tuberculosis en ganadería extensiva y fauna silvestre"

El proyecto, coordinado por la Fundación Artemisan, cuenta entre sus miembros con representantes tanto del ámbito ganadero como del sector cinegético y un presupuesto a dos años de más de 400.000 €. Entre las entidades participantes se encuentran la Asociación Nacional de Jóvenes Agricultores (ASAJA), la Federación Española de Ganado Autóctono y Selecto (FEAGAS), APROCA Castilla la Mancha y APROCA Extremadura, la Asociación Interprofesional de la Carne de Caza (ASICCAZA), el Instituto de Investigación en Recursos Cinegéticos (IREC) de la Universidad de Castilla la Mancha y el Centro de Vigilancia Sanitaria (VISAVET) de la Universidad Complutense de Madrid. Además, colaboran la S.C.A. Ganadera Del Valle de los Pedroches (COVAP), la Unión Nacional de Ganaderos de Vacas Nodrizas (UGAVAN), la

**GOSTU**  
GRUPO OPERATIVO SUPRAAUTONÓMICO  
**TUBERCULOSIS**

Todas las acciones pueden verse en la web corporativa del grupo:

<http://gostu.es/>

## 3 Formación

Aunque se han llevado acciones de formación en escuelas de hostelería estas se han ubicado dentro del apartado de promoción por haberse realizado dentro del marco de la campaña europea de promoción.

En este apartado de formación podemos destacar las acciones formativas que se han llevado a cabo mediante webinar en dos cursos online por el Dr Veterinario Carlos Díez.

### Webinar Control Sanitario de Carnes de Caza

Por Carlos Díez Valle

Webinar "Control Sanitario de Carnes de Caza" impartido por el Prof. Dr. Don Carlos Díez Valle en el marco del Programa de Promoción de Iniciativas Emprendedoras en el Medio Rural, desarrollado por ASICCAZA y financiado por el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social



WEBINAR

# TRIQUINELOSIS RIESGOS, PREVENCIÓN Y CONTROL

CARLOS DÍEZ, DR VETERINARIO

**¿Qué es?**

La triquinosis o triquinelosis es una enfermedad causada por un nematodo, que puede llegar a las personas a través del consumo de carne de jabalíes parasitados

**¿Qué abordaremos?**

Aspectos esenciales del ciclo biológico del parásito, las especies que pueden estar afectadas, la toma de muestras, los métodos para el diagnóstico veterinario y la prevención. Además, aclararemos algunos falsos mitos que pueden ser los responsables de la aparición de algunos de los brotes más recientes.

Más información en la descripción ¡Te esperamos!



17:00-18:00

10 Fe

Clase en c  
Gotowebi









## 4 Mejora de la calidad

ASICCAZA ha continuado con su trabajo ante las administraciones para trabajar en las modificaciones y correcciones de las normativas higiénico-sanitarias para la mejora de la calidad del producto enfocando principalmente su esfuerzo en la primera fase donde se produce el manejo de las canales recién abatidas en campo. En este sentido se han mantenido diversas reuniones con las Direcciones Generales de Salud principalmente de Extremadura, Andalucía y Castilla La Mancha.

### Asiccaza se reúne con las direcciones general de Salud de Castilla-La Mancha, Extremadura y Andalucía para valorar mejoras en el sector



**Madrid, 19 de noviembre.**- La Asociación Interprofesional de la Carne de Caza, (Asiccaza) ha mantenido en las últimas semanas reuniones con los responsables de las direcciones generales de Salud de Extremadura, de Andalucía y de Castilla-La Mancha para abordar diversos temas que afectan tanto a productores como a comercializadores del sector de la carne de caza.

Como viene siendo habitual en la interprofesional, la colaboración con las administraciones responsables en materia de salud es una constante con el fin de buscar la idoneidad de las normativas higiénico-sanitarias y adaptarlas a las demandas del sector.

Desde ASICCAZA -en su labor de interlocución y colaboración entre el sector y las administraciones- y en coordinación con las asociaciones y federaciones territoriales que forman parte de la interprofesional, se pretende actualizar y homogeneizar normativas higiénico-sanitarias entre comunidades autónomas para adaptarlas a la realidad actual del sector y así favorecer la comercialización tanto de animales de caza mayor como de caza menor, fomentando siempre las buenas prácticas en toda la cadena de valor desde el punto de vista de la Seguridad Alimentaria y la mejora de la calidad de los productos de la carne de caza.



De esta forma, en las reuniones se han tratado temas como el funcionamiento de las normativas actuales en cada comunidad y la posibilidad de mejora de las mismas, y se han puesto sobre la mesa propuestas de modificaciones de algunas de las normativas que llevan muchos años en vigor y que es necesario revisar. Otros de los asuntos tratados han sido la figura del cazador formado y su conveniencia de aplicación en casos concretos de determinadas modalidades de caza mayor y de toda la caza menor, y la aparición de los centros de recogida para la caza mayor y sus exigencias, entre otros. Además, desde la interprofesional se le ha pedido a la administración una mayor implicación en la publicación de datos oficiales del sector en cada campaña.

Igualmente, con el fin de ser proactivos, ASICCAZA ha propuesto a las administraciones trabajar de manera conjunta para iniciar medidas para implantar nuevas tecnologías en los distintos procesos de la cadena con el fin de fomentar el control y la mejora de la trazabilidad de todos los animales comercializados.



Material complementario para la concienciación del manejo de las canales en campo basado en los estudios científicos llevados a cabo con anterioridad por ASICCAZA.



**consejos PARA MANTENER LA CARNE DE CAZA EN PERFECTO ESTADO**

**01 caza con frío**  
Intenta cazar los días de frío. Evita si puedes los primeros días de temporada dónde las temperaturas suelen ser altas. La carne de caza lo agradecerá

**02 si cazas con calor**  
Si prevés que habrá altas temperaturas el día de caza, es mejor madrugar y empezar temprano para que la carne esté recogida lo antes posible.

**03 recoge cuanto antes**  
Facilita la recogida de los animales en montería. El tiempo corre en tu contra. Para ello emplea bestias, coches y personal suficientes.

**04 como marca la ley**  
Asegura las buenas prácticas de faenado en campo. El local de evisceración debe cumplir los requisitos que dicta la normativa. Los plásticos en el suelo no están permitidos.

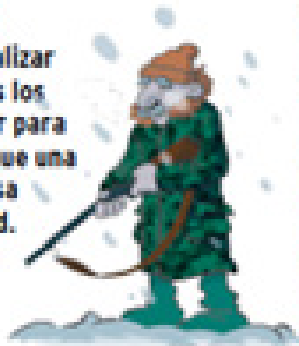
**05 NO pierdas el tiempo**  
Asegura siempre la rápida evisceración. ¡No lo demores! En las monterías se realizará en cuanto el animal llegue a la junta de carnes y en el mismo momento si se caza a rececho.

**06 en primera clase**  
Refrigera adecuadamente las canales. Es conveniente realizar un lavado previo de las mismas con agua abundante.

## GUÍA PRÁCTICA PARA MANTENER LA CARNE EN PERFECTO ESTADO

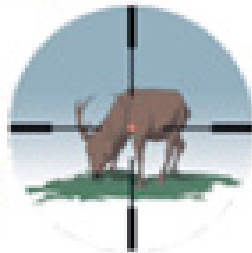
### ▶ CAZA CON FRÍO

Si quieres comercializar la carne, no escojas los días de mucho calor para tus monterías, ya que una climatología adversa perjudica su calidad. Mejor no cazar los primeros días de temporada.



### ▶ APUNTA DONDE DEBES

Si puedes haz caza selectiva mediante rececho para realizar las extracciones de tu coto y elipe bien la zona del tiro. Estas canales serán de más calidad.



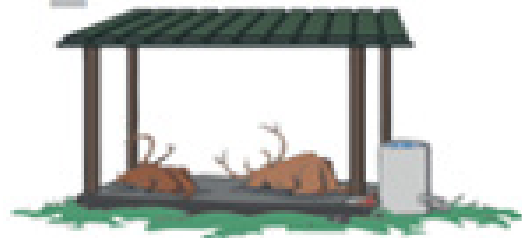
### ▶ RECOGE CUANTO ANTES

Facilita la recogida de los animales en montería. El tiempo corre en tu contra. Para ello emplea bestias, coches y personal suficientes.



### ▶ COMO MARCA LA LEY

Asegura las buenas prácticas de faenado en campo. El local de evisceración debe cumplir los requisitos que dicta la normativa. Los plásticos en el suelo no están permitidos.



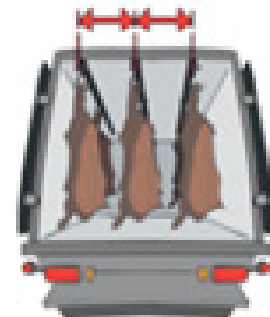
### ▶ NO PIERDAS TIEMPO

Asegura siempre la rápida evisceración. ¡No lo demores! En las monterías se realizará en cuanto el animal llegue a la junta de carnes y en el mismo momento si se caza a rececho. Y desinfecta el cuchillo entre animal y animal.



### ▶ EN PRIMERA CLASE

Refrigera adecuadamente las canales, no las amontones y deja suficiente espacio entre ellas en el camión frigorífico.



## 5 Otras acciones

- ▶ Colaboración activa en el proceso para conseguir declarar la montería como Bien de Interés Cultural.
- ▶ Línea de actuación ante la agencia tributaria y obligaciones ante la venta de carne de caza.

A efectos meramente informativos y con el fin de orientar a los diferentes colectivos de compraventa de carne de caza tanto por la rama de la comercialización como de la producción, ASICCAZA informa de las directrices marcadas por la Agencia Tributaria en cuanto a la aplicación del IVA en las ventas de carne de caza y la deducibilidad del impuesto por los compradores.

**ANEXOS**

**AÑO 2019**



# PROMOCIÓN DE CARNE SILVESTRE DE EUROPA 2018-2021

## Resumen Campaña año 2 2019-2020



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



## Objetivos de la campaña

---

- “ Aumentar la sensibilización respecto a los atributos de la carne silvestre Europea y sus altos estándares de producción de la Unión.
- “ Aumentar el conocimiento sobre las bondades y los valores intrínsecos de la carne silvestre de la Unión en el público objetivo de la campaña.



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



## Acciones realizadas



### RELACIONES PÚBLICAS

- " Gabinete de prensa

### SITIO WEB

- " Web y mantenimiento
- " Redes Sociales

### PUBLICIDAD

- " Revistas
- " Online

### HERRAMIENTAS Y MATERIALES

- " Gráfica
- " Videos promocionales



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



## Acciones pendientes de realizar

### ACTOS Y EVENTOS

- “ Viaje de Estudio Francia
- “ Misiones inversas
- “ Jornadas de Formación

### PROMOCIÓN EN PUNTO DE VENTA

- “ Promoción en Mercas

### ACCIONES EN HORECA

- “ MKT Directo Cocineros Estrella Michelin

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- “ Post test de campaña



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



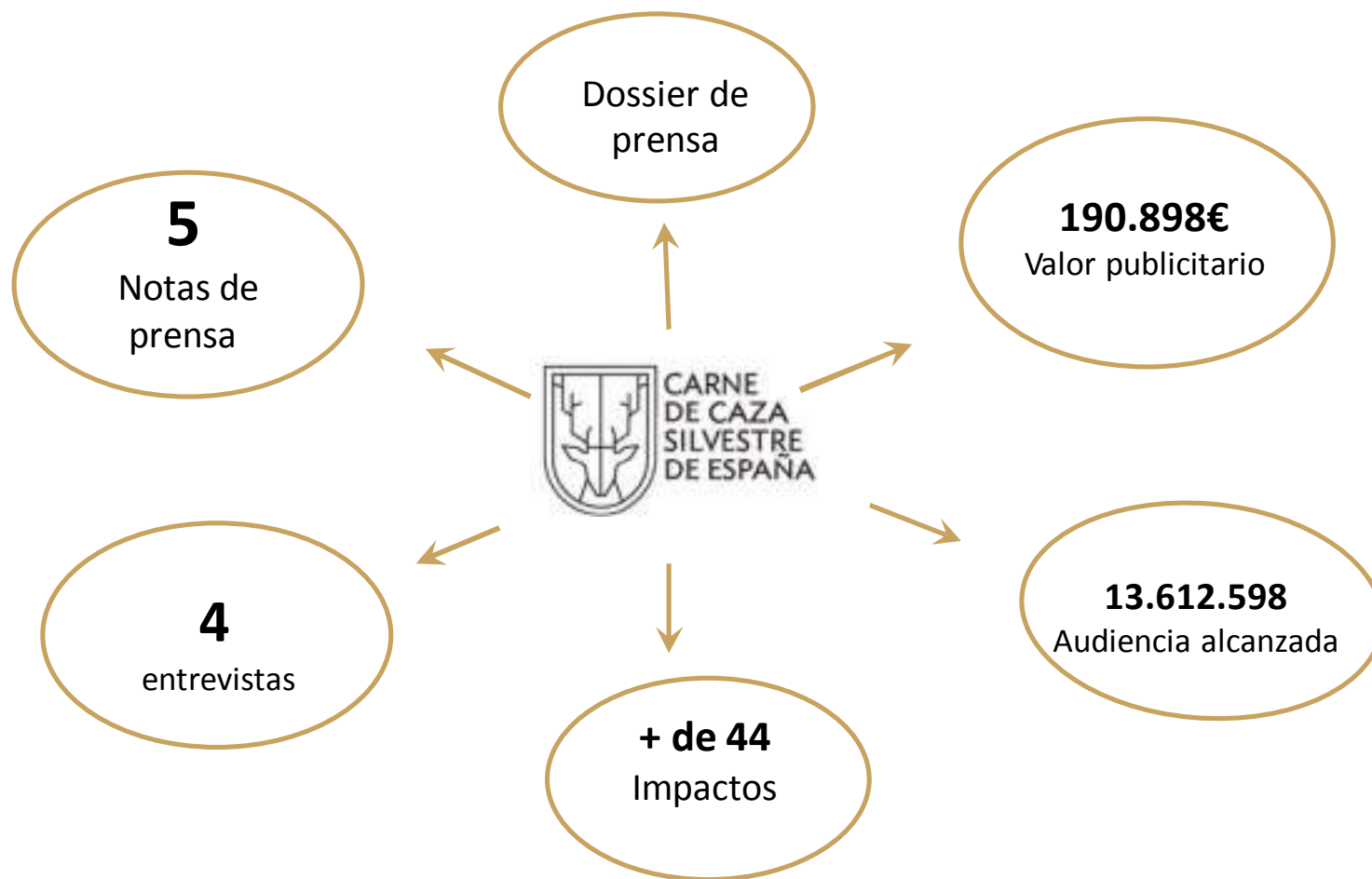
LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS  
CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD  
DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.





# RELACIONES PÚBLICAS

## Oficina de Prensa



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



# Apariciones en medios de papel

**ABC**  
 Fecha: sábado, 22 de junio de 2013  
 Hora: 12:00  
 Nº de páginas: 1

**Javier Clavero Director de la escuela de Historia de Tokus**  
**Tratar la carne de caza antes de cocinar**

La preparación de la carne de caza es un arte que requiere de un conocimiento profundo de la técnica y de la materia prima. Para ello, es necesario seguir ciertos pasos que aseguran la calidad y el sabor de la carne.

**Caras que tienen conciencia**

El mundo de la caza está cambiando. Hoy en día, los cazadores buscan animales que no solo sean buenos para comer, sino que también tengan un carácter especial. Esto se refleja en platos como el conejo, que se prepara con técnicas tradicionales.

**Pechugas de codorniz con calabaza y manzana**

Este plato combina la suavidad de la carne de codorniz con el dulzor de la calabaza y la manzana. Es una receta ideal para disfrutar de la caza en un momento tranquilo.

**La perdiz en los platos de verano**

La perdiz es un ave que se adapta perfectamente a los platos de verano. Su carne es tierna y sabrosa, y se puede preparar de muchas maneras diferentes.

**El resurgir de la carne de caza**

La carne de caza está experimentando un resurgimiento en los últimos años. Esto se debe a su sabor único y a su valor nutricional. Muchos chefs están incorporando platos de caza en sus menús.

**Caras que tienen conciencia**

Este artículo continúa hablando sobre la conciencia en la caza. Se menciona la importancia de respetar el medio ambiente y de utilizar los recursos de manera responsable.

**Expansión - Suplemento Fuera de Serie**  
 Fecha: sábado, 22 de junio de 2013  
 Hora: 12:00  
 Nº de páginas: 1

**¿POR QUÉ COMER CARNE DE CAZA SILVESTRE?**

Un producto natural, sostenible y con interesantes propiedades nutricionales que forma parte de nuestra tradición gastronómica desde siempre. Es el principal argumento del Programa Europeo para fomentar el consumo de Carne Silvestre de Europa. Bajo el lema "Sostenibilidad en estado puro", la Asociación Interprofesional de la Carne de Caza Silvestre, ASICCAZA, pone en marcha esta iniciativa de la mano de los operadores del sector productor y comercializador de carne de caza en España. En una completa agenda de actividades se pondrá en valor a un amplio abanico de especies que viven en libertad y el origen salvaje de los platos. "Estos conejos silvestres guardan una relación directa sobre la calidad, por el ejercicio constante que realizan en los bosques, así como sobre la sostenibilidad, dada el aprovechamiento de los recursos vegetales naturales que forman el grupo de su alimentación", define

**Carne Regional de Salamanca**

Este suplemento ofrece información sobre la carne regional de Salamanca, destacando su calidad y su origen local.

**El resurgir de la carne de caza**

Este artículo describe cómo la carne de caza está volviendo a ser popular entre los consumidores. Se mencionan ejemplos de platos y recetas que están ganando terreno en los restaurantes y hogares.



## Apariciones en radio

---



Más en anexo de impactos



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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





# SITIO WEB y REDES SOCIALES

## Página Web

### España

<https://www.carnesilvestreuropea.com/> - Del 31 de julio 2018 a 11 de octubre 2019:

- “ Visitas alcanzadas: 22.587
- “ Porcentaje de rebote: 77,79%

### Francia

<https://viandegibierdeurope.fr/> - Del 31 de julio 2018 a 11 de octubre 2019:

- “ Visitas alcanzadas: 1.491
- “ Porcentaje de rebote: 74,81%



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



**PUBLICIDAD**



## Planteamiento táctico revistas españolas

Selección de soportes en base a su afinidad con el público más elitista gracias a los contenidos utilizando el formato de página completa a color.

Soportes seleccionados:



**Total: 9 inserciones + apoyo editorial en todos los soportes**



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



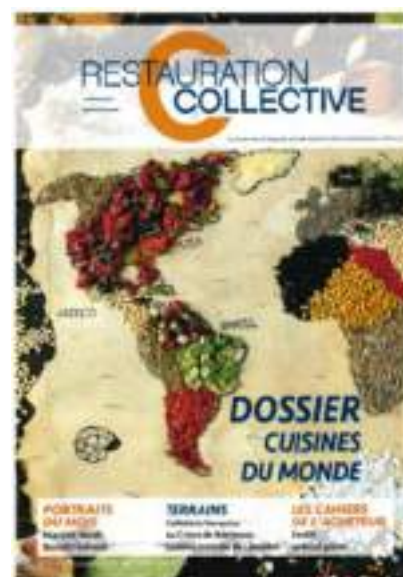
LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS  
CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD  
DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.



## Planteamiento táctico revistas francesas

Selección de soportes en base a su afinidad con el público, utilizando el formato de [página completa a color](#).

Total: 5 inserciones +  
apoyo editorial en todos  
los soportes



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



## Planteamiento táctico online

Planteamos la disciplina de video online + Campaña Display en un site de relevancia para el mundo de la caza + RRSS



AODI AUDIENCE ON DEMAND®

Difusión de vídeo a través de compra programática



Campaña Display + Difusión de contenido



Campaña en la red social con mayor audiencia



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



# **INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN**



Logo de campaña

# Carne de caza silvestre de Europa

## Naturaleza en estado puro

Claim de campaña

Key Visual en ambos idiomas



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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





Spot de campaña



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



# ACTOS Y EVENTOS

## Misión inversa Profesionales y Periodistas

**Descripción de la acción** → Invitación de un grupo de profesionales y periodistas franceses a España para conocer en primera persona el sistema de producción de la Carne Silvestre de caza de Europa, su calidad, trazabilidad y garantías de seguridad.

El objetivo de esta acción es formar e informar in situ, en el origen, sobre el proceso de producción de la Carne Silvestre de Europa mostrando los exigentes requisitos de calidad, seguridad e higiene exigidos por la UE a cualquier proceso de producción europeo.



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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





## Jornada de Formación

**Descripción de la acción** → Información y formación a los alumnos de escuelas de Hostelería donde se les mostrarán diferentes recetas elaboradas con carne de caza. Para ello, contaremos con un Maestro cocinero que se encargará de elaborar los platos y explicará a los alumnos cómo hacerlo.

**Número de asistentes** → 30 estudiantes de Hostelería por jornada

**Número de jornadas** → 7 jornadas de Formación



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



# PROMOCIÓN PUNTO DE VENTA

## Promoción en Mercas

Igual que el primer año de campaña, se seleccionarán 5 distribuidores mayoristas que comercialicen Carne de Caza Silvestre en Francia.

Incluye:

- “ 5 acciones promocionales
- “ 1 azafata media jornada
- “ 1 roll up
- “ 100 fichas de datos por puntos
- “ 100 packs de 50 recetarios por punto

Empresas que participaron año 1:

1. Villette Viandes
2. Groupe Avigros
3. Damien Dejong
4. Eurovolailles
5. Trivol
6. Courtin Hervoue



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



# ACCIONES EN HORECA

## Acciones HORECA

---

### RESTAURANTES:

1. Sobre de campaña
2. Carta de agradecimiento
3. Folleto tipo tarjetón explicativo de la promoción
4. Adhesivo identificativo para el local como embajador de la campaña
5. Sales folder explicativo de la campaña

### PARADORES:

1. Sobre de campaña
2. Carta de agradecimiento
3. Recetario
4. Sales folder explicativo de la campaña
5. Display con la imagen de campaña para colocar los recetarios

### CHEFS:

1. Caja contenedora de materiales
2. Lámina regalo personalizada
3. Carta de agradecimiento
4. Sales folder explicativo de la campaña



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



# CHEFS CON ESTRELLA MICHELIN



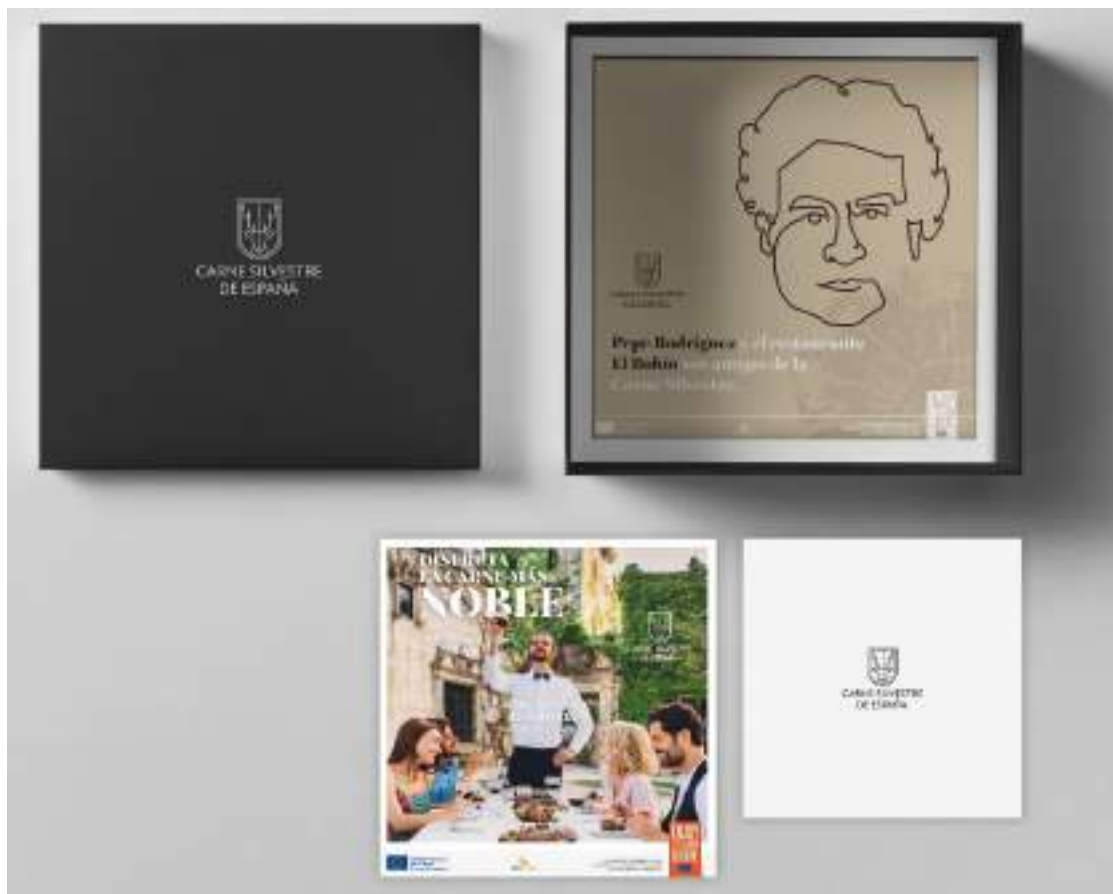
CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



# Acción Chefs



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



# Lámina personalizada





# Carta de agradecimiento



© Promoción Agrícola de España. Financiado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. La Unión Europea respalda las campañas que promueven la calidad de los productos agrícolas.

## Estimado/a:

Ante todo, nuestro agradecimiento por su apoyo a la promoción de la Carne de Caza Silvestre de España y por su compromiso con la calidad de los productos agrícolas.

Trabaja con nosotros para que puedas disfrutar de esta carne silvestre de España con la seguridad que nos ofrece el sello de calidad de la Carne de Caza Silvestre de España. Trabajamos para garantizar la calidad de nuestros productos y su origen silvestre para que puedas disfrutar de su sabor y su calidad, pero también de su sostenibilidad. No olvides incluir en tu compra el sello de calidad de la Carne de Caza Silvestre de España.

Esta carne silvestre de España es una carne silvestre de España que se produce en España, con garantías de calidad, sabor y sostenibilidad. Por eso, cuando compras carne silvestre de España, estás comprando un producto de calidad que respalda la sostenibilidad de la carne silvestre de España.

Nuestro compromiso de sostenibilidad se refleja en el sello de calidad de la Carne de Caza Silvestre de España, que respalda la sostenibilidad de la carne silvestre de España.

Con nuestro compromiso de sostenibilidad, queremos garantizar que la carne silvestre de España que compras es una carne silvestre de España que respalda la sostenibilidad de la carne silvestre de España. Por eso, cuando compras carne silvestre de España, estás comprando un producto de calidad que respalda la sostenibilidad de la carne silvestre de España.

Estamos a tu disposición para cualquier duda o comentario.

Atentamente,

Kristina Rodríguez  
Directora de Marketing

Carne de caza  
silvestre de Europa  
Naturalidad con estilo propio



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

# Sales Folder de campaña

## Campaña de promoción de la carne de caza silvestre (2018-2021)

ASICCAZA presenta con el apoyo de la Unión Europea, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.

Desde un plato ligero y saludable, rico en proteínas y fibra, hasta un plato de caza silvestre con un toque de lujo, esta campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.

Se propone la puesta a punto de una estrategia de comunicación y promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.

**Objetivos de la campaña**

Aumentar la notoriedad de la carne de caza silvestre, tanto a nivel nacional como internacional, y promover su consumo como una opción saludable y sostenible.

**Políticas objectives**

Elaborar, actualizar y mantener una estrategia de comunicación de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.



CARNE DE CAZA SILVESTRE DE ESPAÑA

2018-2021

www.asiccaza.es



# RESTAURANTES



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA

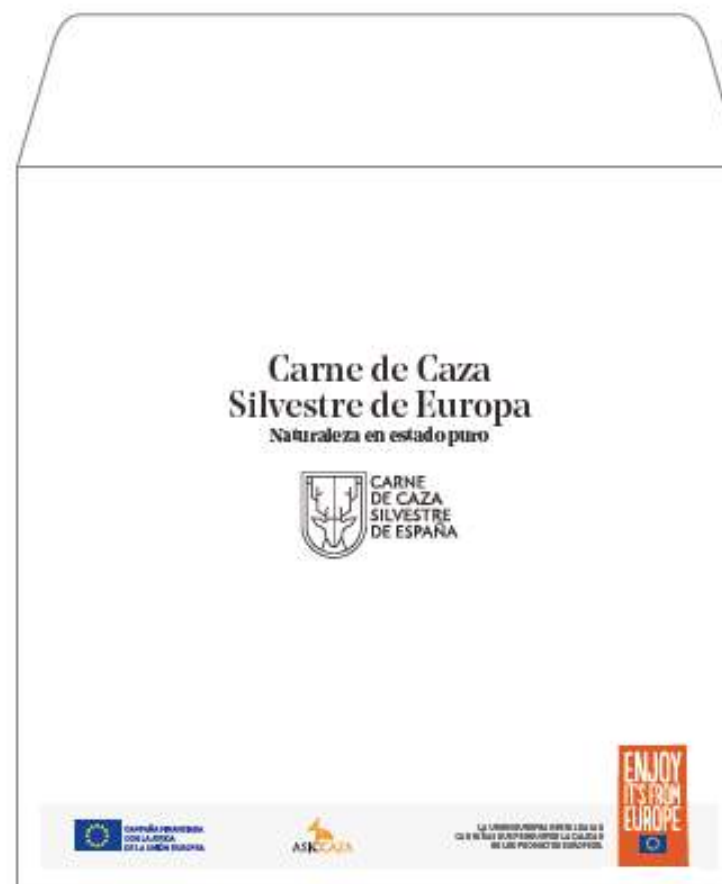


LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS  
CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD  
DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



# Sobre de campaña



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



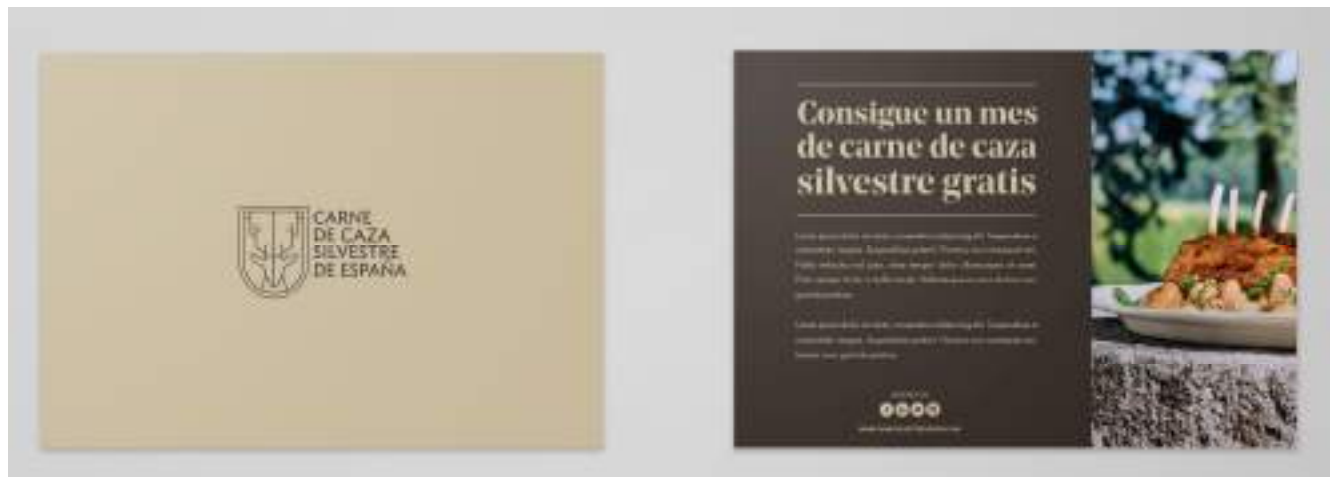
LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS  
CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD  
DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.



# Carta personalizada



# Folleto explicativo de la promoción



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



# Adhesivo identificativo

---



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



# Sales Folder de campaña

## Campaña de promoción de la carne de caza silvestre (2018-2021)

ASICCAZA presenta con el apoyo de la Unión Europea, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.

Desde su origen en la caza y recolección de animales silvestres, la carne de caza silvestre ha sido siempre un producto de calidad y sabor, muy apreciado por los consumidores. ASICCAZA, el organismo de caza silvestre de España, garantiza la calidad de la carne de caza silvestre de España, desde su origen en la caza y recolección de animales silvestres, la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.

Las campañas de promoción de la carne de caza silvestre de España, desde su origen en la caza y recolección de animales silvestres, la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.

**Objetivos de la campaña**

Aumentar la información de los consumidores sobre la carne de caza silvestre de España, desde su origen en la caza y recolección de animales silvestres, la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.

**Políticas objectives**

Elaborar, actualizar y mantener las políticas de promoción de la carne de caza silvestre de España, desde su origen en la caza y recolección de animales silvestres, la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.



CARNE DE CAZA SILVESTRE DE ESPAÑA

2018-2021

www.asiccaza.es



DISFRUTA LA CARNE MÁS NOBLE

Silvestre de Europa

CARNE DE CAZA SILVESTRE DE ESPAÑA



# PARADORES



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA

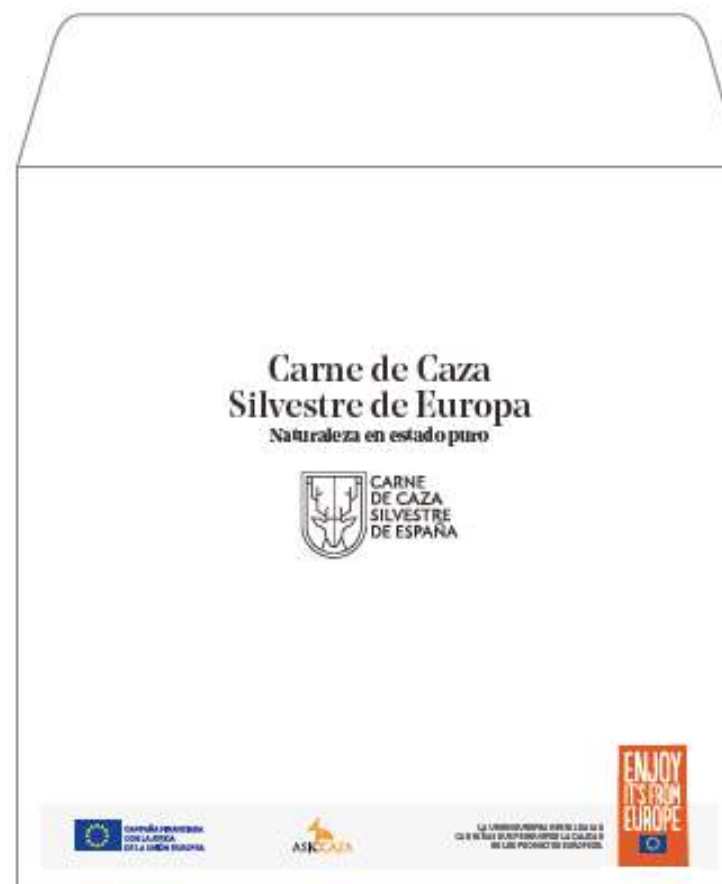


LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS  
CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD  
DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



# Sobre de campaña





# Sales Folder de campaña

## Campaña de promoción de la carne de caza silvestre (2018-2021)

ASICCAZA presenta con el apoyo de la Unión Europea, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.

Desde un plato ligero y saludable hasta un plato de caza silvestre, la carne de caza silvestre es un producto muy saludable y rico en nutrientes. Además, es un producto muy saludable y rico en nutrientes. Además, es un producto muy saludable y rico en nutrientes.

Las campañas de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.

**Objetivos de la campaña**

Analizar la situación de consumo de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.

**Políticas objectives**

El objetivo de la campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre, la nueva campaña de promoción de la carne de caza silvestre.



CARNE DE CAZA SILVESTRE DE ESPAÑA

2018-2021

www.asiccaza.es



DISFRUTA LA CARNE MÁS NOBLE

Silvestre de Europa

CARNE DE CAZA SILVESTRE DE ESPAÑA

# Tríptico recetario



## Carne Silvestre española. máxima calidad y sabor garantizado

Cuando hablamos de carne silvestre española, hablamos de un producto único por su sabor, que cuando con un marisco propio sea cocinado que viene en libertad y en la interacción del aire durante el proceso de cocción.

Se trata de una carne que se diferencia por su sabor y textura, tierna y sabrosa. Un producto de excelente calidad, reconocido por los paladares de la gastronomía que es tendencia en el mundo, tanto en el sector gourmet y de la restauración como, cada vez más, en los hogares.

Además, es una carne sometida a estrictos controles sanitarios y respaldada por los regímenes de calidad de la UE. El control en este sentido es doble, realizado por el veterinario tanto en el caso de caza como en la sala de despiece, y garantizando así su mejor sabor, su inocuidad y una óptima seguridad alimentaria.

A diferencia de otras carnes de caza, la carne silvestre española es 100% natural, y ofrece una calidad superior y un sabor único.



SÍGUENOS EN:






[WWW.CARNESILVESTREINDICA.COM](http://WWW.CARNESILVESTREINDICA.COM)



El contenido de este tríptico es puramente informativo. No constituye una oferta ni una recomendación de inversión. El contenido de este tríptico es puramente informativo y no debe considerarse una oferta ni una recomendación de inversión. El contenido de este tríptico es puramente informativo y no debe considerarse una oferta ni una recomendación de inversión.



DISFRUTA LA CARNE MÁS NOBLE

Carne de Caza Silvestre de España

Naturaleza es nuestro sabor



El contenido de este tríptico es puramente informativo. No constituye una oferta ni una recomendación de inversión. El contenido de este tríptico es puramente informativo y no debe considerarse una oferta ni una recomendación de inversión.



# Tríptico recetario

|   |   |  |
|---|---|--|
|    |   |   |
| <p><b>Pace de ciervo con puré de boniato</b><br/>🕒 60' 👤 4</p>  | <p><b>Chuletero de jabalí con trigo y boletus</b><br/>🕒 60' 👤 4</p>   | <p><b>Chuletitas de gamo en su jugo</b><br/>🕒 45' 👤 4</p>  |
| <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Carne de ciervo</li> <li>-400 g. de patata boniato</li> </ul> <p><b>Puré</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-300 g. de boniato</li> <li>-200 g. de leche</li> <li>-40 g. de mantequilla</li> </ul> <p><b>Reguait</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-14 gambas rojas</li> <li>-1 cebolla</li> <li>-100 g. de boniato</li> <li>-50 g. de boniato</li> <li>-120 g. de harina para freír</li> </ul> <p><b>Preparación:</b></p> <p>Asar el boniato en el horno a 200°C hasta que esté cocido. Para el puré, pelar y lavar la patata con la leche y la mantequilla, cocerlos hasta que estén cocidos.</p> <p>Para los reguaitos se debe cocer la carne, salar, sazonar con paprika, añadir un poco de ralladura de jugo de naranja, salar de nuevo y freírlos.</p> <p>Finalmente se hace un puré con leche y mantequilla, se calienta a 220°C durante 2 minutos después de lo cual se añade el boniato.</p> <p>Se cocina la carne de ciervo y se sirve con el puré de boniato, reguaitos y un poco de jugo de naranja, salar y sazonar con paprika, cebollita y la carne salada.</p> <p>Se sirve con mantequilla por encima de la carne.</p> | <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Carne de jabalí</li> <li>-100 g. de trigo duro</li> <li>-100 g. de boletus</li> <li>-2 boletus</li> <li>-100 g. de queso de cabra</li> <li>-1 huevo</li> <li>-100 ml. de caldo de pollo</li> <li>-100 ml. de caldo de jabalí</li> <li>-1 vaso de vino</li> <li>-1 cucharadita de sal</li> </ul> <p><b>Preparación:</b></p> <p>Se pone el caldo y se cocina a fuego lento por 15 minutos. Se añade la carne de jabalí y se salta con aceite de oliva. Se cocina a fuego lento durante 15 minutos. Se añade el queso de cabra y se cocina durante 10 minutos.</p> <p>Se cocina el trigo y se cocina durante 10 minutos.</p> <p>Se cocina el huevo y se cocina durante 10 minutos.</p> <p>Se cocina el caldo de pollo y se cocina durante 10 minutos.</p> <p>Se cocina el caldo de jabalí y se cocina durante 10 minutos.</p> <p>Se cocina el vino y se cocina durante 10 minutos.</p> <p>Se cocina la sal y se cocina durante 10 minutos.</p> | <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-6 chuletitas de gamo</li> <li>-1 cebolla</li> <li>-1 tomate</li> <li>-100 g. de patata</li> <li>-200 g. de arroz</li> <li>-2 boletus</li> <li>-300 g. de col de bruxelas</li> <li>-1 zanahoria</li> <li>-100 g. de queso</li> <li>-100 ml. de vino blanco</li> </ul> <p><b>Preparación:</b></p> <p>Se cocina el arroz y se cocina durante 10 minutos. Se cocina la carne de gamo y se cocina durante 10 minutos. Se cocina la cebolla y se cocina durante 10 minutos. Se cocina el tomate y se cocina durante 10 minutos. Se cocina la patata y se cocina durante 10 minutos. Se cocina el queso y se cocina durante 10 minutos. Se cocina el vino y se cocina durante 10 minutos.</p> <p>Se cocina el arroz y se cocina durante 10 minutos. Se cocina la carne de gamo y se cocina durante 10 minutos. Se cocina la cebolla y se cocina durante 10 minutos. Se cocina el tomate y se cocina durante 10 minutos. Se cocina la patata y se cocina durante 10 minutos. Se cocina el queso y se cocina durante 10 minutos. Se cocina el vino y se cocina durante 10 minutos.</p> <p>Se cocina el arroz y se cocina durante 10 minutos. Se cocina la carne de gamo y se cocina durante 10 minutos. Se cocina la cebolla y se cocina durante 10 minutos. Se cocina el tomate y se cocina durante 10 minutos. Se cocina la patata y se cocina durante 10 minutos. Se cocina el queso y se cocina durante 10 minutos. Se cocina el vino y se cocina durante 10 minutos.</p> |
| <p><b>Las bondades de la carne de ciervo</b></p> <p>La carne de ciervo es un alimento rico en proteínas, fibra y hierro. Además, es una carne muy saludable y con pocas calorías.</p> <p>Se cocina a fuego lento y se sirve con un poco de jugo de naranja, salar y sazonar con paprika, cebollita y la carne salada.</p> <p>Se cocina a fuego lento y se sirve con un poco de jugo de naranja, salar y sazonar con paprika, cebollita y la carne salada.</p>   | <p><b>Las bondades de la carne de jabalí</b></p> <p>La carne de jabalí es un alimento rico en proteínas, fibra y hierro. Además, es una carne muy saludable y con pocas calorías.</p> <p>Se cocina a fuego lento y se sirve con un poco de jugo de naranja, salar y sazonar con paprika, cebollita y la carne salada.</p> <p>Se cocina a fuego lento y se sirve con un poco de jugo de naranja, salar y sazonar con paprika, cebollita y la carne salada.</p>   | <p><b>Las bondades de la carne de gamo</b></p> <p>La carne de gamo es un alimento rico en proteínas, fibra y hierro. Además, es una carne muy saludable y con pocas calorías.</p> <p>Se cocina a fuego lento y se sirve con un poco de jugo de naranja, salar y sazonar con paprika, cebollita y la carne salada.</p> <p>Se cocina a fuego lento y se sirve con un poco de jugo de naranja, salar y sazonar con paprika, cebollita y la carne salada.</p>  |

# Display de campaña



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



## Calendario de Acciones para el AÑO 2



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE





| CALENDARIO DE ACCIONES                               |        |   |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
|--|--------|---|-------|-------|--------|------------|---|-----------|-----------|-------|----------------------------|-------|-------|--|--|
|  | Ámbito | 2019  |       |       |        |            |   |           |           | 2020  |                            |       |       |  |  |
|  |        | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre   | Noviembre | Diciembre | Enero | Febrero                    | Marzo | Abril |  |  |
| <b>RELACIONES PÚBLICAS</b>                           |        |   |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Actividades permanentes de RRPP                      | ESP    | 12 notas de prensa + actualización dossier + 8 gestiones de oportunidades |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| <b>SITIO WEB, MEDIOS SOCIALES</b>                    |        |   |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Web  | ESP/FR | Actualización de contenido y mantenimiento                                |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Redes Sociales                                       | ESP/FR | 424 Post en Redes Sociales  |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| <b>PLAN DE MEDIOS</b>                                |        |   |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Revistas   | ESP/FR |   |       |       |        |            | 9 inserciones España + 7 inserciones Francia                        |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Online   | ESP    |   |       |       |        |            | Planificación y compra de Facebook ADS Y AOD Video                  |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| <b>HERRAMIENTAS Y MATERIALES</b>                     |        |   |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Materiales gráficos                                  | ESP/FR | 10 recetas con carne de caza (BEEF) + 8 fotografías propias               |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Videos promocionales SPOT                            | ESP/FR | Renovación de derechos  |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| <b>ACTOS Y EVENTOS</b>                               |        |   |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Escuelas de Hostelería                               | ESP    |   |       |       |        |            | 7 jornadas de Formación + Concurso grabación receta para el ganador |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Misiones inversas con profesionales y distribuidores | FR     |   |       |       |        |            | Misión inversa distribuidores                                       |           |           |       | Misión inversa periodistas |       |       |  |  |
| <b>PROMOCIÓN PUNTOS VENTA</b>                        |        |   |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Promoción en Mercas                                  | FR     |   |       |       |        |            | 5 acciones promocionales  |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| <b>OTRAS ACCIONES: HORECA</b>                        |        |   |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Acción MKT Directo Restaurantes (envío)              | ESP    |   |       |       |        |            | Envío pack informativo a 2.000 restaurantes                         |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| MKT Directo Cocineros Estrella Michelin y Paradores  | ESP    |   |       |       |        |            | Envío pack Premium a 175 chefs                                      |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| <b>INVESTIGACIÓN DE MERCADO</b>                      |        |   |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |
| Post Test  | ESP/FR |   |       |       |        |            |   |           |           |       |                            |       |       |  |  |



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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



# Gracias



CARNE SILVESTRE  
DE ESPAÑA



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA



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

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



# RESULTADOS año 1

## RELACIONES PÚBLICAS

- “ 13 notas de prensa
- “ Dossier de prensa
- “ 35 gestiones con los medios (reportajes, entrevistas, menciones...)
- “ Más de 300 publicaciones
- “ Nº de influencers: 2.400

## Evento presentación

- “ 87 asistentes
- “ 34 medios de comunicación
- “ Nota de prensa con 55 impactos en medios online papel, entrevistas

## WEB Y RRSS

- “ Visitas España: 20.152
- “ Visitas Francia: 1.151
- “ 406 posts
- “ Seguidores obtenidos: 4.054

## HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

- “ Dossier de prensa
- “ Sales folder
- “ 15 fotografías
- “ 3 recetas
- “ Videos promocionales: 174.399 visualizaciones

## PUBLICIDAD

### PRENSA:

- “ 7 inserciones ESP
- “ 4 inserciones FR

### ONLINE:

- “ Impresiones: 2.006.021
- “ Views: 2.182.003



## RESULTADOS año 1

### ACCIONES EN HORECA

#### RESTAURANTES:

- " Realización de telemarketing
- " BBDD: 4000 registros

#### ESTRELLAS MICHELIN/PARADORES:

- " ENVÍO 45 PACK PREMIUM

### PROMOCIÓN PUNTO DE VENTA

- " 5 acciones promocionales
- " 500 impactos directos a detallistas
- " 25.000 impactos indirectos a consumidor final

### ACTOS

#### JORNADAS FORMACIÓN:

- " 1 Masterclass
- " 30 alumnos asistentes

#### MISIONES INVERSAS:

- " 2 misiones inversas
- " 1 informe evento por misión
- " 1 nota de prensa por misión

### Viaje estudio a Francia

- " 1 viaje de prospección
- " 1 informe conclusiones
- " 18 entrevistas/encuentros

## RESULTADOS año 2

### RELACIONES PÚBLICAS

- " 17 notas de prensa
- " Dossier de prensa
- " 14 entrevistas
- " 16 gestiones de oportunidad
- " 342 publicaciones
- " 82 M audiencia alcanzada
- " Nº de influencers:  
2.500

### WEB Y RRSS

- " Visitas España: 37.996
- " Visitas Francia: 2.009
- " 519 posts
- " Seguidores obtenidos:  
6.539

### HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

- " Dossier de prensa
- " Sales folder
- " 26 fotografías
- " 14 recetas
- " Videos promocionales:  
7.064.178 visualizaciones

### PUBLICIDAD

#### PRENSA:

- " 14 inserciones ESP
- " 9 inserciones FR

#### ONLINE:

- " Impresiones: 818.973
- " Views: 4.916.887



## RESULTADOS año 2



### PROMOCIÓN PUNTO DE VENTA

- " 6 acciones promocionales con mayoristas
- " 400 personas
- " 1.500 impactos indirectos a consumidor final



### ACCIONES EN HORECA

#### RESTAURANTES:

- " ENVÍO PACK INFORMATIVO A 2.000 RESTAURANTES

#### ESTRELLAS MICHELIN:

- " ENVÍO PACK PREMIUM A 175 CHEFS
  - Caja contenedora
  - Lámina personalizada
  - Salesfolder
  - Carta explicativa



### ACTOS

#### JORNADAS FORMACIÓN:

- " 5 Masterclass
- " 167 alumnos asistentes



#### MISIONES INVERSAS:

- " Canceladas



**MEMORIA**  
**de actividades**  
**2019**

