



Desafíos y retos para el futuro del sector cárnico

◆ Giuseppe Aloisio

Director General de la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE)

Resumen: El sector cárnico en España es un referente en la producción, exportación y empleo de la industria de alimentación y bebidas durante la última década, manteniendo su liderazgo durante este tiempo.

El sector se encuentra en un momento crucial, sometido a una creciente presión regulatoria y con grandes retos como los ambientales, de bienestar animal, de sostenibilidad y de reputación. Ello está animando a toda la cadena a cohesionarse y realizar estrategias conjuntas de comunicación.

En cuanto al comercio exterior, la industria cárnica reclama el apoyo de la administración a la exportación, para seguir manteniendo su liderazgo, con la puesta en marcha de medidas concretas que permitan al sector continuar afianzando posiciones en muchos mercados internacionales.

Palabras clave: Sector cárnico, industria, consumo, exportaciones, reputación, promoción.

Representando hoy casi un tercio de la facturación total del sector de la alimentación, la industria cárnica española sigue siendo el primer sector de la industria española de alimentación y bebidas.

En 2023, pese a una coyuntura económica poco favorable, superó los 33.000 millones de euros de facturación (el 27,30% del PIB de la industria alimentaria), con una cifra récord de exportaciones de 10.583 millones de euros y una balanza comercial del 625%, superando en un 6,2% las ventas al exterior de 2022.

Hoy, este sector sigue siendo el mejor aliado de la lucha contra la despoblación porque sus más de 113.000 empleos directos se han creado y mantenido especialmente en las zonas rurales, contribuyendo a la vertebración sectorial y poblacional en el medio rural y preservando sus ecosistemas (Cuadros 1, 2 y 3).

El sector se encuentra en un momento crucial, sometido a una creciente presión regulatoria y con grandes retos como los ambientales, de bienestar animal, de sostenibilidad y de reputación que dejan al sector en una situación de desventaja competitiva con respecto a los productos de otros estados de la UE y países terceros.

Una situación que ha llevado a ANICE a solicitar al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación la necesidad de incluir en la Estrategia Nacional de Alimen-

tación un profundo análisis del impacto económico y operativo de estas normativas a lo largo de toda la cadena de valor, por la previsible pérdida de producción y la escalada de los costes de producción.

Se necesita un diálogo proactivo con las administraciones para encontrar el equilibrio entre dicha presión regulatoria y la viabilidad económica de la industria, que podría verse comprometida; si no se hace una revisión adecuada de estas políticas.

IMAGEN REPUTACIONAL

Por otra parte, la cadena ganadero-cárnica se enfrenta al gran reto común que es el de la imagen y reputación sectorial. Ello está animando a toda la cadena a cohesionarse y realizar estrategias conjuntas de comunicación para actuar y contrarrestar los ataques constantes que viene sufriendo el sector desde hace tiempo, por parte de diversas organizaciones que poseen un enorme interés por acaparar el mercado mundial de la proteína.

Un fenómeno, auspiciado y mantenido por intereses económicos y bursátiles cada vez menos ocultos que junto a la excesiva viralización de las “fake news” y las “fast news” (noticias falsas o tendenciosas y de consumo emocional, rápido e irreflexivo), están afectando fuertemente a la reputación del sector, condicionando

CUADRO 1. Producción de carne en España (toneladas)

| Año | Porcino | Vacuno | Ovino y caprino | Aves | Cunícola | Equino | Total |
|-----------------|--------------------|------------------|-----------------|--------------------|-----------------|----------------|--------------------|
| 2010 | 3.368.920 | 602.509 | 141.800 | 1.349.430 | 63.506 | 7.111 | 5.533.276 |
| 2011 | 3.469.348 | 604.112 | 142.000 | 1.373.604 | 64.139 | 11.265 | 5.664.468 |
| 2012 | 3.466.323 | 596.853 | 133.100 | 1.384.243 | 64.578 | 15.606 | 5.660.703 |
| 2013 | 3.431.219 | 580.840 | 128.100 | 1.342.578 | 63.289 | 11.668 | 5.557.694 |
| 2014 | 3.620.222 | 577.264 | 121.100 | 1.436.689 | 63.790 | 11.529 | 5.830.594 |
| 2015 | 3.854.658 | 626.104 | 125.000 | 1.446.990 | 63.461 | 12.940 | 6.129.153 |
| 2016 | 4.181.091 | 637.013 | 126.900 | 1.526.631 | 59.589 | 13.088 | 6.544.312 |
| 2017 | 4.298.789 | 643.861 | 125.700 | 1.528.846 | 57.258 | 11.034 | 6.665.488 |
| 2018 | 4.530.474 | 666.632 | 129.900 | 1.636.819 | 55.824 | 10.194 | 7.029.843 |
| 2019 | 4.627.179 | 695.939 | 126.806 | 1.736.120 | 52.662 | 9.823 | 7.248.529 |
| 2020 | 5.023.534 | 677.295 | 124.465 | 1.717.879 | 51.229 | 9.531 | 7.603.932 |
| 2021 | 5.180.077 | 717.967 | 131.098 | 1.629.454 | 47.521 | 8.543 | 7.714.659 |
| 2022 | 5.027.402 | 733.748 | 131.217 | 1.632.740 | 40.929 | 8.306 | 7.618.923 |
| 2023 | 4.851.858 | 694.869 | 115.609 | 1.718.426 | 36.957 | 8.235 | 7.425.953 |
| 2024 Ene-Jul | 2.874.124 +0,7% | 420.696 +5,2% | 63.822 -9,3% | 1.035.708 +5,0% | 20.714 -6,8% | 4.556 -2,6% | 4.419.620 +1,8% |
| % 23/22 | -3,5% | -5,3% | -11,9% | 5,2% | -9,7% | -0,9% | -2,0% |

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA

CUADRO 2. Producción de elaborados cárnicos en España (toneladas)

| Producto | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | Variación 23/22 |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|
| Jamón y Paleta Curados | 299.000 | 306.000 | 300.000 | 303.000 | 307.000 | 308.000 | 300.300 | -2,5% |
| Embutidos curados | 209.000 | 214.000 | 220.000 | 224.000 | 227.000 | 230.400 | 223.488 | -3,0% |
| Jamón y Paleta Cocidos | 178.200 | 175.000 | 170.000 | 176.000 | 180.000 | 185.000 | 182.225 | -1,50% |
| Embutidos cocidos | 429.800 | 430.000 | 438.600 | 455.000 | 457.000 | 459.000 | 442.935 | -3,5% |
| Productos adobados y frescos | 197.000 | 200.000 | 202.000 | 195.000 | 200.000 | 202.000 | 207.050 | +2,5% |
| Platos preparados | 100.000 | 104.000 | 107.200 | 113.000 | 118.500 | 121.000 | 123.420 | +2,0% |
| Total | 1.413.000 | 1.429.000 | 1.437.800 | 1.466.000 | 1.489.500 | 1.505.400 | 1.479.418 | -1,73% |

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA

CUADRO 3. Consumo de carne y derivados cárnicos en el hogar (kilos por persona/año)

| | 2010 | 2015 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 Ene-Jun | Var. 24/23 Ene-Jun | Var. 23/22 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|--------------|--------------------|---------------|
| CARNE DE PORCINO | 11,16 | 10,89 | 10,93 | 9,64 | 8,61 | 9,15 | 4,55 | +0,3% | +6,2% |
| CARNE DE VACUNO | 6,74 | 5,69 | 5,36 | 4,75 | 3,83 | 3,85 | 1,96 | +1,4% | +0,5% |
| CARNE DE OVINO/CAPRINO | 2,23 | 1,68 | 1,43 | 1,12 | 0,91 | 0,85 | 0,33 | -9,3% | -6,7% |
| CARNE DE POLLO | 14,58 | 13,78 | 13,64 | 12,06 | 10,51 | 11,97 | 6,25 | +2,0% | +13,9% |
| CARNE DE CONEJO | 1,35 | 1,29 | 0,94 | 0,80 | 0,65 | 0,59 | 0,29 | -7,5% | -8,9% |
| CARNE TRANSFORMADA | 12,22 | 11,74 | 12,39 | 11,57 | 10,54 | 10,34 | 5,00 | -1,0% | -2,0% |
| Jamón y Paleta curado | 2,41 | 2,06 | 2,19 | 2,09 | 1,83 | 1,78 | 0,75 | -2,5% | -2,59% |
| Lomo curado | 0,27 | 0,23 | 0,26 | 0,25 | 0,24 | 0,23 | 0,11 | -2,0% | -6,02% |
| Otros curados | 0,99 | 0,83 | 0,89 | 0,77 | 0,73 | 0,74 | 0,37 | +1,0% | +1,20% |
| Tocino y panceta | 0,23 | 0,27 | 0,41 | 0,39 | 0,37 | 0,38 | 0,19 | +1,9% | +3,16% |
| Chorizo | 1,14 | 0,97 | 1,08 | 0,95 | 0,89 | 0,86 | 0,42 | -1,5% | -3,38% |
| Salchichón/salami | 0,53 | 0,41 | 0,44 | 0,41 | 0,39 | 0,37 | 0,17 | -7,0% | -5,11% |
| Fuet/longanizas | 0,56 | 0,67 | 0,72 | 0,66 | 0,59 | 0,58 | 0,29 | +2,0% | -2,51% |
| Salchichas | 1,24 | 1,35 | 1,51 | 1,42 | 1,31 | 1,29 | 0,63 | -0,2% | -1,39% |
| Jamón y paleta cocidos | 1,56 | 1,55 | 1,26 | 1,20 | 1,15 | 1,13 | 0,58 | -0,9% | -1,63% |
| Embutidos cocidos | 2,23 | 2,36 | 2,55 | 2,43 | 2,17 | 2,12 | 1,05 | -2,9% | -2,71% |
| Foie-gras y patés | 0,41 | 0,38 | 0,35 | 0,32 | 0,26 | 0,25 | 0,11 | -3,1% | -4,31% |
| Otros productos | 0,65 | 0,66 | 0,74 | 0,67 | 0,61 | 0,62 | 0,32 | +6,1% | +1,38% |

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA

en exceso los habituales patrones de consumo, con una evidente distorsión de la realidad y ausencia de base científica, como base argumental.

Los contenidos relacionados con la cocina y con la alimentación están en auge en TikTok. En el año 2021 el número de publicaciones en este sentido se triplicó en relación al año anterior.

Y más reciente, un estudio publicado por la Universidad de Dublín y MyFitnessPal ha destacado un dato alarmante: un 87% de los usuarios millennials o de la generación Z recurren a Tik Tok para informarse so-

bre alimentación, cuando solo el 2,1% de los contenidos sobre nutrición que se publican en la plataforma se basan en la evidencia científica. Esto es, el 97,9% de publicaciones restantes son inexactas, solo parcialmente exactas o están clasificadas como inciertas.

Esta realidad está causando gran preocupación entre investigadores y educadores que ya están advirtiendo sobre el impacto negativo de las redes sociales en la nutrición de los jóvenes. Hay muchos pseudocientíficos y gurús circulando por las redes, que están empeorando significativamente con false-

dades los hábitos alimenticios de los adolescentes, al trasladarles información sin ningún tipo de rigor o evidencia científica. Y esto hay que combatirlo.

Se debe proteger al consumidor, por ello ANICE continúa ejerciendo una defensa integral de los intereses de las industrias cárnicas españolas y de su papel como proveedor de alimentos esenciales para nuestra sociedad, haciendo frente a todos estos retos mediante numerosas acciones colaborativas con otras entidades, entre las que caben destacar las campañas como #SiYoNoProduzcoTúNoComes, #ElSentidodelaCarne y #CadaCosaPorSuNombre. Un ejercicio alineado con las advertencias, cada vez más numerosas, de los profesionales de la salud y de la nutrición que advierten de los peligros derivados de la eliminación de la carne en una dieta equilibrada.

En 2022, más de un millar de científicos de todo el mundo y de distintas disciplinas se unieron para redactar y suscribir la llamada "Declaración de Dublín". Un documento dirigido a generar conocimiento sustentado en la investigación y por extensión en el dato, para ofrecer una visión objetiva del futuro de la ganadería y de la carne y su papel en la salud de las personas y la del planeta.

En el otoño de 2024, y partiendo de esta iniciativa que vio la luz en 2022, el Centro de Seguridad y Calidad de la Carne de la Universidad Estatal de Colorado (CSU) organizó la "Cumbre Internacional sobre el Papel de la Carne y el Ganado en la Sociedad" en Denver (EE. UU.) para abordar, desde la evidencia científica y de la mano de expertos mundiales, el papel social de la carne y el ganado en la sociedad y el planeta.

Un debate fundamental que ha abogado una vez más por el papel de los alimentos de origen animal en la lucha contra la malnutrición y sobre el rol ecológico de los sistemas ganaderos, así como por la recomendación de implementar políticas que, apoyadas en la ciencia, se alejen de los enfoques simplistas de "talla única", subrayando así la importancia de la transparencia y el rigor.

Si bien, y esto liga con uno de los retos del sector expresados por la Asociación, destacan que hay que mejorar la comunicación científica para que los hallazgos sean comprensibles y relevantes para la sociedad. En este punto se hace necesario incidir en la necesidad de traducir el dato para acercar estos estudios a la población. Este informe se publicará a principios de 2025 en la revista "Animal Frontiers", bajo el título "Llamada a la Acción de Denver".

Por último, pero no menos importante, ANICE trabaja en la defensa del consumidor, y demanda reglas claras y juego limpio para no confundir a la sociedad, en línea con las palabras que pronunció recientemente el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, quien expresó que "no debería llamarse hamburguesa a un producto de origen vegetal por una cuestión de transparencia".

PRESENCIA DE LA CARNE ESPAÑOLA EN MÁS DE 120 PAÍSES

Analizamos también junto al sector los principales datos coyunturales de la industria cárnica, con cifras actualizadas correspondientes al periodo enero-julio 2024, destaca positivamente la presencia del sector en más de 120 países (Cuadros 4, 5 y 6).

CUADRO 4. Exportaciones españolas de carnes (toneladas)

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | ene-jul 23 | ene-jul 24 | Variación ene - jul 19/24 | Variación ene - jul 23/24 |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|---------------------------|---------------------------|
| Carne de porcino | 1.718.910 | 2.130.808 | 2.213.707 | 2.086.521 | 1.918.607 | 1.110.426 | 1.086.578 | 13,55 | -2,15 |
| Despojos y grasas de porcino | 527.529 | 645.591 | 674.180 | 636.237 | 628.760 | 370.493 | 387.473 | 26,17 | 4,58 |
| Carne de vacuno | 191.696 | 199.930 | 207.111 | 222.989 | 248.037 | 126.973 | 137.615 | 28,78 | 8,38 |
| Despojos y grasas de vacuno | 40.158 | 32.835 | 36.501 | 33.014 | 41.089 | 29.356 | 20.425 | -18,69 | -30,42 |
| Carne de ovino | 44.019 | 43.170 | 52.998 | 49.191 | 44.442 | 29.046 | 28.263 | 4,47 | -2,70 |
| Despojos de ovino | 4.932 | 4.865 | 5.329 | 4.466 | 5.226 | 3.215 | 3.349 | 3,06 | 4,17 |
| TOTAL | 2.527.244 | 3.057.198 | 3.189.825 | 3.032.419 | 2.886.162 | 1.669.509 | 1.663.702 | 16,64 | -0,35 |

Fuente: DATACOMEX

CUADRO 5. Exportaciones españolas de carnes (miles de euros)

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | ene - jul 2023 | ene - jul 2024 | Variación ene - jul 19/24 | Variación ene - jul 23/24 |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Carne de porcino | 4.575.292 | 5.650.689 | 5.501.455 | 5.841.920 | 6.295.326 | 3.657.615 | 3.568.456 | 52,49 | -2,44 |
| Despojos y grasas de porcino | 613.828 | 851.205 | 964.994 | 997.590 | 1.018.702 | 629.728 | 565.269 | 82,36 | -10,24 |
| Carne de vacuno | 746.180 | 760.508 | 876.374 | 1.213.506 | 1.244.450 | 719.426 | 787.691 | 86,52 | 9,49 |
| Despojos y grasas de vacuno | 55.372 | 49.192 | 67.037 | 75.656 | 93.700 | 64.880 | 43.566 | 32,26 | -32,85 |
| Carne de ovino | 194.105 | 195.581 | 281.622 | 304.683 | 263.599 | 170.963 | 203.371 | 72,08 | 18,96 |
| Despojos de ovino | 11.561 | 8.817 | 10.352 | 10.761 | 13.362 | 8.373 | 9.827 | 59,15 | 17,37 |
| TOTAL | 6.196.339 | 7.515.991 | 7.701.834 | 8.444.117 | 8.929.139 | 5.250.985 | 5.178.181 | 60,33 | -1,39 |

Fuente: DATACOMEX

CUADRO 6. Principales destinos de las exportaciones españolas de carne, despojos y grasas de porcino en enero-julio 2024 (toneladas)

| | DESTINO | VOLUMEN | % SOBRE EL TOTAL | Variación ene-jul 19/24 | Variación ene-jul 23/24 |
|----|--------------------------------|------------------|------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1 | China | 306.405 | 21% | -0,03 | -7,19 |
| 2 | Italia | 157.303 | 11% | 53,13 | 5,24 |
| 3 | Francia | 144.437 | 10% | -3,81 | 0,54 |
| 4 | Japón | 117.088 | 8% | 38,81 | 7,68 |
| 5 | Filipinas | 110.608 | 8% | 106,49 | 26,90 |
| 6 | Polonia | 64.598 | 4% | 30,95 | -5,58 |
| 7 | Corea del Sur | 58.717 | 4% | 15,71 | -13,47 |
| 8 | Rumanía | 57.482 | 4% | 66,69 | 3,70 |
| 9 | Portugal | 56.541 | 4% | -7,02 | 1,29 |
| 10 | Rep. Checa | 53.948 | 4% | 41,04 | 6,30 |
| 11 | Alemania | 31.913 | 2% | 21,19 | -10,26 |
| 12 | Hungría | 29.920 | 2% | 38,22 | 0,76 |
| 13 | Bulgaria | 28.743 | 2% | 23,45 | -2,70 |
| 14 | Reino Unido | 26.133 | 2% | -4,74 | -1,25 |
| 15 | Eslovaquia | 18.880 | 1% | 19,78 | 1,45 |
| 16 | Malasia | 16.654 | 1% | 520,03 | -19,34 |
| 17 | Serbia | 15.840 | 1% | 133,89 | 18,89 |
| 18 | Grecia | 13.348 | 1% | 6,99 | -9,01 |
| 19 | Suecia | 13.335 | 1% | 28,52 | -15,60 |
| 20 | Taiwán | 12.230 | 1% | -14,53 | -39,59 |
| | Suma 20 primeros países | 1.334.123 | 91% | | |
| | Resto países | 139.927 | 9% | | |
| | TOTAL | 1.474.051 | 100% | | |

Fuente: DATACOMEX

CUADRO 7. Datos básicos del sector cárnico en el primer semestre de 2024

- **Incremento del 6,4% del consumo de todas las categorías de carne y elaborados** en los hogares.
- En el apartado de producción destaca su recuperación. A pesar de la pérdida de producción en volumen del -2% registrada en 2023, **el primer semestre de 2024 muestra cierta mejoría.**
- Por especies, **el porcino sigue liderando la producción de carnes en España**, representando el 65% de la producción total, situando a nuestro país en el cómputo internacional en una tercera posición, solo por detrás de China y EE.UU.
- En el **apartado internacional**, a pesar del descenso de las exportaciones en volumen, **estas han crecido en valor.**
- De nuevo el sector cárnico, situado en la última década a la vanguardia de las exportaciones de la industria de alimentación y bebidas, mantiene su posición de liderazgo en el total de la industria, siendo de nuevo **el porcino** el sector que **lidera las exportaciones cárnicas españolas.**

Un dato que avala la calidad de las carnes y los elaborados españoles y que nos convierte en uno de los grandes estandartes de la “Marca España”, algo que hay que recordar todos los días y sentirnos orgullosos de ello.

En este contexto, Meat Attraction 2025, la feria de referencia del sector cárnico en nuestro país, que se celebrará del 25 al 27 de febrero en el recinto ferial IFEMA Madrid, jugará un papel clave, como viene siendo tradicional, para quienes buscan impulsar y conectar sus empresas tanto a nivel nacional como internacional.

La apuesta y confianza del sector está siendo muy positiva y ya está ocupado más del 75 % del espacio disponible, con una previsión de más de 200 expositores. En su vocación de internacionalización, Meat Attraction contará con Italia y Corea del Sur como países invitados.

Italia se destaca como uno de los principales destinos de nuestras exportaciones en todas las especies. Según los datos de enero a agosto de 2024, ocupa la segunda posición en volumen, después de China, y la tercera en valor para las exportaciones de carne y despojos de porcino. En cuanto a carne y despojos de vacuno, es el tercer destino en volumen y el segundo en valor. Además, Italia ostenta una excelente posición, situándose como el segundo mercado en el pódium tanto en volumen como en valor, de ovino.

Tampoco hay que olvidar las potencialidades del jamón ibérico para el consumidor italiano, como cliente mejor formado y preparado del mundo para valorar y apreciar esta joya de la producción cárnica española.

Por su parte, Corea del Sur demanda grandes volúmenes de carne de porcino para satisfacer su consumo interno, consolidándose como uno de los

mercados clave para el porcino español. En 2023, importó 563.900 toneladas de carne y productos derivados del porcino, con un valor de 1.927,86 millones de euros. En ese mismo periodo, España exportó a Corea 114.197 toneladas de carne y despojos de porcino, por un valor de 407,8 millones de euros (con exportaciones de productos elaborados aún bajas).

En los primeros ocho meses de 2024, Corea se posiciona como el noveno destino en volumen de carne y despojos, y el octavo a nivel global. Sin embargo, considerando solo los países no pertenecientes a la Unión Europea, ocupa un favorable cuarto lugar en volumen. Además, el sector del vacuno está en proceso de abrir mercado de vacuno en este país.

Los productos cárnicos ibéricos contarán con su propio espacio en la feria, en Ibérico Land. Un espacio monográfico para la puesta en valor y el impulso a la comercialización de los productos cárnicos ibéricos, dentro y fuera de nuestro país.

ANICE también acudirá a la feria con su Pabellón Agrupado, una modalidad colaborativa, que permite a sus empresas asociadas acudir en unas condiciones muy ventajosas, contando en todo momento con el apoyo de la Asociación.

El Pabellón ya está ocupado al 100%, lo que corrobora el potencial de Meat Attraction como instrumento para el networking, la formación y el desarrollo de negocio nacional e internacional.

Aunque es innegable el papel de la feria en la internacionalización del sector, la industria cárnica reclama el apoyo de la administración a la exportación, para seguir manteniendo su liderazgo, con la puesta en marcha de medidas concretas que permitan al sector continuar afianzando posiciones en muchos mercados internacionales. ■

REFERENTE ALIMENTARIO MUNDIAL: LA UNIÓN EUROPEA

A SLICE OF QUALITY. CHOOSE PDO AND PGI DELI MEATS FROM EUROPE

UN PROGRAMA PIONERO EN LA LABOR DIVULGATIVA A LA SOCIEDAD EUROPEA

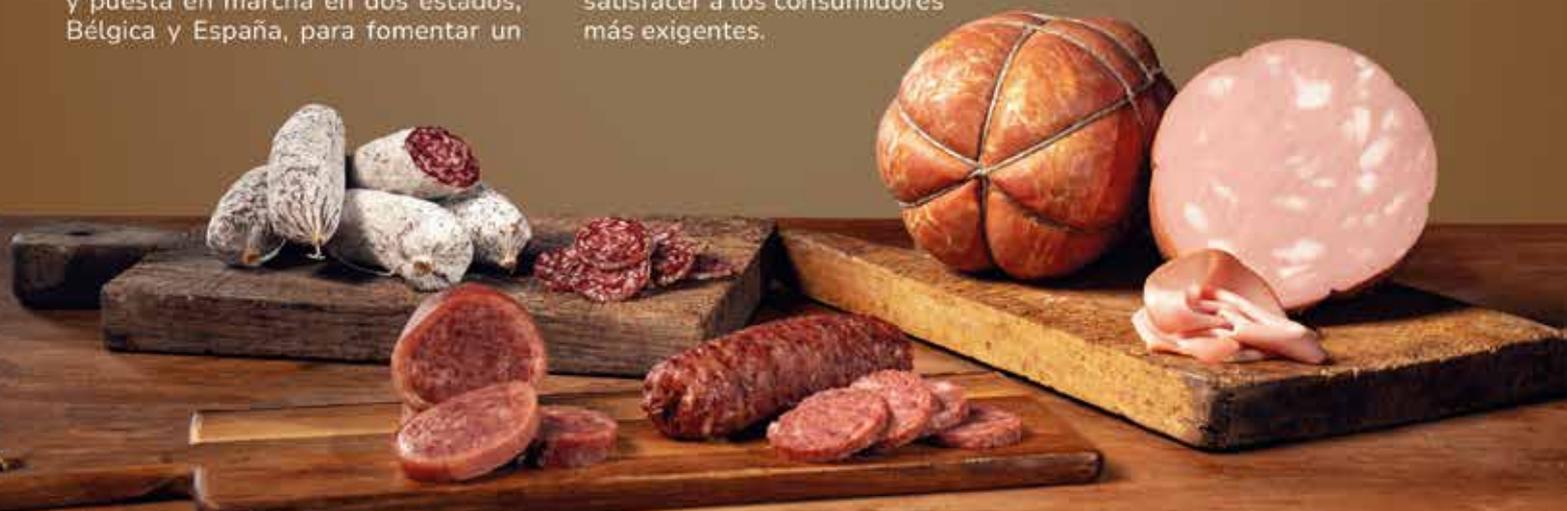
- Los sellos UE de calidad diferenciada por el origen: valor añadido en calidad nutricional y sabor.
- A disposición de un canal HORECA que busca dar lo mejor a sus clientes.
- Una iniciativa trianual para dar a conocer la despensa tradicional de Europa.

Los estados de la Unión Europea forman uno de los mejores ámbitos de producción de alimentos de todo el mundo. Aquí se busca una excelencia en lo nutricional, lo sostenible y lo organoléptico desde el origen hasta el plato. En este contexto, los marchamos **Denominación de Origen Protegida, DOP, e Indicación Geográfica Protegida, IGP**, suponen una ventaja añadida para aquellos que apuestan por un consumo consciente en su cesta de la compra.

En las cocinas domésticas y profesionales estos campeones de la excelencia son un punto de apoyo esencial para los que buscan una oferta adaptada al consumidor de hoy y de mañana. El programa **"A Slice of Quality. Choose PDO and PGI Deli meats from Europe"** es una iniciativa trianual y puesta en marcha en dos estados, Bélgica y España, para fomentar un

mayor conocimiento de estos distintivos a través de 4 referentes de la alta charcutería europea: la **Mortadella Bologna IGP**, los **Salamini Italiani alla Cacciatora DOP**, el **Zampone Modena IGP** y el **Cotechino Modena IGP**.

Una puesta en valor de máximos exponentes de la mejor charcutería de la UE como forma de fomentar un mejor conocimiento, como paso previo a un mayor consumo. Un esfuerzo repartido en diferentes ejes de actuación, tanto para la sociedad en general como para los encargados de generar tendencias alimentarias, como son el HORECA y los comerciantes. Seguridad alimentaria, excelencia nutricional y sostenibilidad son las grandes aportaciones de los alimentos con medalla por su origen. La mejor respuesta para los que quieren satisfacer a los consumidores más exigentes.



SÍGANOS A TRAVÉS DE NUESTRAS REDES SOCIALES O VISITE NUESTRA PÁGINA WEB PARA DESCUBRIR TODA LA CAMPAÑA Y SUS ACTIVIDADES.

WWW.ASLICEOFQUALITY.EU



@ASLICEOFQUALITY.ES

@ASLICEOFQUALITY.ES

Para obtener directrices completas sobre dietas sanas y equilibradas, consulte el sitio web de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN)

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a sus autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o de la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (IEA). Ni la Unión Europea ni la autoridad otorgante pueden ser considerados responsables de ellos.



Cofinanciado por
la Unión Europea

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

