



LA CAMPAÑA 'CARNES CON ESTILO' LOGRA INCREMENTAR EL RECONOCIMIENTO DEL SELLO IGP HASTA EL 45,7% DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA

- Este dato supone un 15,7% más desde el segundo año de campaña y 26,7 puntos porcentuales más con respecto al Eurobarómetro de 2015.
- Este plan de promoción europeo, iniciado por las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) Ternasco de Aragón y Ternera Gallega en 2018, consigue afianzar el vínculo entre estos sellos IGP y los atributos de origen (44%) y calidad (80%).
- En términos globales, la campaña ha conseguido 128 millones de impactos.

Madrid, 27 de enero de 2020.- Las IGP Ternera Gallega y Ternasco de Aragón ponen punto final al programa de promoción europeo que iniciaron hace tres años con el fin de ampliar el conocimiento del sello IGP en España, incrementar la percepción sobre las cualidades diferenciales de ambas IGP y aumentar la competitividad y el consumo de ambos productos.

Desde entonces, según datos de la consultora GFK¹, se ha logrado que casi la mitad de la población española (45,7%) sepa reconocer el marchamo de Indicación Geográfica Protegida (IGP), lo que supone un 15,7% más desde su primera medición durante el segundo año de campaña y 26,7 puntos porcentuales más que el 19% registrado en el Eurobarómetro de 2015².

Además, al preguntar a los entrevistados en concreto por las IGP Ternasco de Aragón y Ternera Gallega, un 50,1% dice conocer alguna de ellas, a las que asocian con origen en un 44,3% y a calidad en un 80,1%.

Acercarse al consumidor

En términos globales, la campaña ha conseguido 128 millones de impactos³. No son de extrañar estos buenos resultados, ya que ambas IGP han “echado toda la carne en el asador” durante estos años de trabajo conjunto, diseñando e implementando una extensa variedad de acciones especialmente dirigidas al consumidor final.

A través de la publicidad se han logrado más de 50 millones y 1,5 millones de personas ha visualizado el vídeo promocional en el que se ponen en valor las cualidades de las carnes frescas de las IGP Ternera Gallega y Ternasco de Aragón ([Carnes con Estilo \(carnesconestiloigp.com\)](http://carnesconestiloigp.com)).

¹Estudio de investigación GFK 2020. Programa de promoción IGP Ternera Gallega y Ternasco de Aragón

² Dato extraído a partir del 19% de reconocimiento registrado en el Eurobarómetro en 2015. 'Special Eurobarometer 440 – Wave EB84.2 – TNS Opinion & Social'

³ Suma de impactos procedentes de la publicidad, material informativo y publicitario en punto de venta, audiencia de las videorecetas y audiencia de la información publicada en prensa





Las estrategias de dinamización en punto de venta también han sido fundamentales durante los tres años de ‘Carnes con estilo’. Se ha instalado material informativo y publicitario con la imagen de la campaña en 842 centros de distribución de 38 provincias, logrando casi 9 millones de impactos⁴. Además, se han realizado 146 degustaciones en hipermercados y más de 200.000 personas han podido llevarse directamente a casa uno de los recetarios impresos de la campaña.

Precisamente las recetas han jugado un papel muy relevante durante estos años. Alojadas en la web se pueden encontrar 28 elaboraciones en vídeo donde ambas IGP han querido popularizar nuevos cortes con el fin de modernizar el consumo y facilitar el cocinado en casa de referencias tradicionales de la carne de cordero Ternasco de Aragón y Ternera, y que han impactado en una audiencia de casi 7 millones.

Con los profesionales

La campaña también ha querido llegar a su público objetivo a través de prescriptores, como los profesionales de la industria cárnica y cientos de comunicadores de todo tipo, que han servido de altavoz a las “Carnes con estilo” en sus medios y redes sociales.

Periodistas y blogueros han podido constatar de primera mano las cualidades diferenciales de estas carnes frescas a través de almuerzos con grandes chefs y diversos showcookings; y han explicado todo lo que implica el sello europeo de Indicación Geográfica Protegida dando difusión a las diferentes notas de prensa y múltiples acciones con medios que han impactado en una audiencia de 62 millones⁵, consiguiendo un valor informativo de más de 5 millones de euros.

Los medios de comunicación han podido viajar hasta en cuatro ocasiones a Galicia y Aragón para constatar de primera mano la contribución de ambas IGP al desarrollo socioeconómico de sus territorios y la labor de trazabilidad y control que realizan sus respectivos Consejos Reguladores.

En definitiva “Carnes con estilo” ha sido una campaña exitosa desde todos los puntos de vista, tanto cuantitativamente, por los excelentes resultados alcanzados, como cualitativamente, ya que ha puesto en valor el trabajo de miles de ganaderos que contribuyen diariamente a la conservación de los métodos de producción tradicionales, a la fijación de población en sus territorios y, por supuesto, a la conservación del medioambiente. Ellos son indispensables para que podamos consumir carnes frescas con las máximas garantías y sabiendo que sus ganaderías familiares son sinónimo de bienestar animal y sostenibilidad natural y rural.

El viaje de “Carnes con estilo”, que ha unido durante tres años a las dos IGP de vacuno y cordero recental líderes de nuestro país, tanto en volumen de certificación de producto como en reconocimiento por parte de los consumidores, termina aquí, pero queda un viaje más importante aún: el del consumidor; que cada día está más formado e informado, y ya reclama

⁴ Afluencia media por tienda al día (Tickets de compra por tienda con unca media de 4.000 individuos al día por tienda)

⁵ Suma de las audiencias de los medios que han publicado información sobre la campaña





en su punto de venta las garantías de calidad y origen que ofrecen los sellos IGP, como el de Ternera Gallega y Ternasco de Aragón.

IGP Ternasco de Aragón

El Ternasco de Aragón es un cordero de menos de 90 días, alimentado con leche materna y cereales naturales hasta alcanzar un peso en canal que oscila entre 8 y 12,5 kg.

Su exigente proceso de crianza y control está regulado desde 1989 por el [Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida Ternasco de Aragón](#), lo que supone la distinción de ser la primera carne fresca en España reconocida con una Denominación específica. La IGP Ternasco de Aragón fue amparada por la Unión Europea como Indicación Geográfica Protegida en el año 1996.

Gracias a que todo el proceso de crianza está previamente definido, y a los frecuentes controles que se realizan durante todo ese tiempo, se garantizan unos estándares de calidad óptimos que se traducen en una carne de cordero tierna, sabrosa y saludable —demostrado en varios estudios profesionales publicados—, y cada vez más versátil, para satisfacer a nuevos tipos de consumidores y nuevas formas de consumo.

Como beneficio adicional, el Ternasco de Aragón favorece la economía rural aragonesa, su cultura y medio de vida, manteniendo la población y preservando el medio natural.

IGP Ternera Gallega

[La Indicación Geográfica Protegida Ternera Gallega](#) inicia su labor de control y promoción en 1989. Desde 1996 está reconocida por la Unión Europea, siendo la primera carne de vacuno con control integral y certificado de garantía.

La carne comercializada bajo el amparo de la IGP Ternera Gallega es exclusivamente de terneros nacidos, criados y sacrificados en Galicia, que proceden de razas autóctonas y sus cruces y que superaron un riguroso programa de control integral.

Son terneros de menos de 10 meses, criados en ganaderías y cebaderos tradicionales, alimentados siguiendo las pautas seculares de la producción de carne en Galicia, con el aprovechamiento de los forrajes propios de la explotación y con concentrados autorizados exclusivamente de origen vegetal. Además en el caso de Ternera Gallega Suprema, la base de su alimentación es la leche materna como mínimo hasta los 7 meses de edad. La carne se caracteriza por su textura de músculo fino, por su jugosidad, sabor y extraordinaria ternura.

Para más información: Patricia Magaña – 676 50 71 67 – p.magana@gaiacomunicacion.es

