

LET'S TALK ABOUT PORK FROM EUROPE

CALIDAD
SEGURIDAD
BIENESTAR ANIMAL



NOTA DE PRENSA

El sector porcino Europeo hace balance del programa 'Let's talk about EU Pork'.

Se reúnen en Lisboa las Organizaciones impulsoras de España, Francia y Portugal para hacer balance de la evolución del innovador programa de información y comunicación, ejecutado por primera vez de forma conjunta entre tres países, con el apoyo financiero de la Unión Europea (UE).

La campaña, que pretende dar a conocer las realidades del sector porcino de capa blanca en un contexto en el que proliferan bulos y fake news, y ha logrado su pico de audiencia en la pasada Eurocopa, llegando a 100 millones de contactos

Llegar a los más jóvenes es uno de los objetivos de esta campaña, y se ha notado la gran aceptación de las campañas en TikTok y Twitch en las que ha logrado más de 3 millones de impresiones

(10 de Noviembre, 2021) Se acerca el cierre del año, y con él llega el momento de hacer balance. En el caso de Interporc este 2021 no podría haber sido mejor. Con su campaña "Let's talk about pork From Europe", destinada a desmontar los falsos mitos sobre la producción porcina y el consumo de carne de cerdo, se supera los 100 millones de impactos en lo que va de 2021 gracias a las acciones en TV, redes sociales y medios digitales, entre otras.

'Let's Talk About Pork From Europe' es el ambicioso programa europeo que INTERPORC (2020-2022) junto con la organización interprofesional de porcino francesa Inaporc y las asociaciones portuguesas de porcino Aligrupo y Agrupalto.

El mayor despliegue de la campaña se realizó durante la pasada Eurocopa de Fútbol disputada en junio de 2021. Con el uso del hashtag #LaMejorSelección, se presentó el once ganador de aperitivos con carne de cerdo de capa blanca para acompañar los encuentros de España y del resto de partidos que se disputaron hasta el 11 de julio. 175 artículos se hicieron eco de esta acción, que dieron lugar a 23 millones de contactos.

La campaña tuvo un enfoque global con un eje principal: [un spot de televisión de 20 segundos](#) de duración que se emitió en los momentos previos a los partidos de la Selección Española, así como en los decisivos encuentros de octavos, cuartos, semifinales y en la gran final de la Eurocopa. Y que tan solo por televisión fue seguido por 75 millones de personas. Pero el triunfo de esta campaña, más allá de los datos está en los buenos resultados en la evaluación, con un 83% de recuerdo entre los entrevistados.

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



CAMPAÑA FINANCIADA
CON AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA.

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



LET'S TALK ABOUT PORK FROM EUROPE

CALIDAD
SEGURIDAD
BIENESTAR ANIMAL



La innovación realizada en esta campaña también fue un rotundo éxito, ya que por primera vez se ejecutó una acción en las redes sociales de **TikTok** y **Twitch** con el objetivo de llegar al público más joven. Y se lograron **más de 3 millones de impresiones**, un 12% más de lo previsto inicialmente.

Cómo luchar contra bulos y fake news

Let's Talk About Pork From Europe está proporcionando información útil y veraz a través de la voz de todas las partes implicadas en el proceso de producción de carne de cerdo en Europa. En el programa también participan los consumidores, quienes pueden resolver sus dudas sobre el modelo de producción de carne de cerdo en Europa a través de la página web letstalkabouteuropork.com y los perfiles sociales de Twitter (**@TalkAboutEuPork**) e Instagram (**@letstalkabouteuropork_es**).

“Esta campaña nació para informar con seriedad y transparencia sobre el modelo de producción europeo, el más exigente en bienestar animal, sostenibilidad, bioseguridad, trazabilidad y seguridad alimentaria”, explica Alberto Herranz, Director de Interporc. “Queremos dar a conocer las bondades de la carne de cerdo y sus productos y poner en valor los esfuerzos realizados por los productores europeos para proporcionar productos de calidad, seguros y saludables, en un contexto en el que existen muchos bulos y fakenews que circulan, sobre todo en Internet y redes sociales”, añaden desde la Interprofesional.

La campaña combina diversas acciones y eventos dirigidos a la generación *millennial* y a la Generación Z, bajo la dinámica “Fake or real”.

Programa de promoción llevado a cabo entre 3 países: España, Francia y Portugal

Gracias a estos números, España se ha convertido en la piedra angular de este **proyecto de promoción en el que participan 3 países: España, Francia y Portugal**. Cada uno enfocado en su target más local para llegar así a un público global. **Interporc** ha sido el encargado de realizar esta labor de comunicación en España. **Inaporc** ha hecho lo propio en Francia, y en Portugal los protagonistas de esta campaña han sido **Aligrupo** y **Agrupalto**.

Todos estos resultados se han puesto en común en la reunión de consorcio entre los 3 países participantes de la campaña que han realizado esta semana en Lisboa.

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

LET'S TALK ABOUT PORK FROM EUROPE

CALIDAD
SEGURIDAD
BIENESTAR ANIMAL



Campaña *Let's Talk About Pork From Europe*

La campaña *Let's Talk About Pork From Europe* proporciona información útil y veraz a través de la voz de todas las partes implicadas en el proceso de producción de carne de cerdo en Europa. En el programa, que cuenta con la financiación de la Comisión Europea, también participan los consumidores quienes pueden resolver sus dudas sobre el modelo de producción de carne de cerdo en Europa a través de la página web letstalkabouteupork.com y los perfiles sociales de Twitter ([@TalkAboutEuPork](https://twitter.com/TalkAboutEuPork)) e Instagram ([@letstalkabouteupork es](https://www.instagram.com/letstalkabouteupork_es)).

Sobre INTERPORC

INTERPORC es la Organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca, reconocida por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y tiene entre sus objetivos potenciar la imagen del sector porcino de Capa Blanca ante la sociedad española.

INTERPORC es una organización de carácter privado, de ámbito nacional y constituida por organizaciones de la producción, transformación y comercialización del sector porcino de capa blanca.

CONTACTO

Diego Aragón López
diego.aragon@tactics.es
+34 654 75 52 91

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



CAMPAÑA FINANCIADA
CON AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA.

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

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

