



MEMORIA

de actividades

2022

MEMORIA de actividades 2022



Índice

1. INTRODUCCIÓN	5
2. PROMOCIÓN.....	6
3. INNOVACIÓN	12
4. FORMACIÓN.....	14
5. MEJORA DE LA CALIDAD	15
6. OTRAS ACCIONES.....	16
• Acciones de difusión de la actividad de ASICCAZA	16
• Acciones reivindicativas.....	17
• Acciones solidarias	18
ANEXOS (final del documento)	



1 Introducción

Se detallan a continuación las acciones llevadas a cabo en el transcurso del 2022.

Mencionar que la gerencia y el personal administrativo no han 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 están recogidas de manera ordenada y actualizada prácticamente la totalidad de las acciones llevadas a cabo durante la campaña 2022.

El tercer año de programa europeo de promoción se reinició en marzo de 2022 finalizando en enero de 2023. Todas las actividades del programa se pueden ver en (www.carnesilvestreuropea.com).

A continuación se recogen las acciones llevadas a cabo por ASICCAZA en los siguientes bloques objetivos.

2 Promoción



LA CARNE DE CAZA SILVESTRE ESTUVO PRESENTE EN UNA NUEVA EDICIÓN DEL SALÓN GOURMETS CON UN COMPLETO PROGRAMA DE ACTIVIDADES.

Esta feria de alimentación celebrada en abril de 2022 en Madrid se convirtió en el mejor escaparate para promocionar la carne de caza. La interprofesional presentó un stand que fue el punto de referencia para hosteleros, restauradores y prescriptores, que pudieron conocer de primera mano las características singulares de la carne de caza. Se llevaron a cabo constantemente degustaciones de productos de caza en el stand institucional de Asiccaza, así como 'showcooking' con carne de caza en el escenario central de las manos de chef expertos en el tratamiento de este producto.





Programadas diversas actividades con cocineros de todo el país



El ministro Planas se compromete a atender las demandas del sector de la carne de caza

Además, tuvieron lugar los premios Asiccaza 2022 que buscan el reconocimiento de personalidades, empresas o instituciones que apoyen la carne de caza sin complejos y que apuesten por un producto de cercanía, sostenible, saludable, y que fomenta la conservación y la biodiversidad, contribuyendo a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible fijados por la ONU. En esta ocasión el premio se le otorgó a Luis Lera, estrella Michelin en su restaurante de Castroverde de Campos en Zamora.



Luis Lera recibe el premio ASICCAZA 2023



*Video resumen de la participación de ASICCAZA en el 35 Salón Gourmets.

https://www.youtube.com/watch?v=k9oDQmz6o_w



SE REACTIVA LA CAMPAÑA EUROPEA PARA LA PROMOCIÓN DE LA CARNE DE CAZA SILVESTRE BAJO EL LEMA "CARNE DE CAZA SILVESTRE DE EUROPA, NATURALEZA EN ESTADO PURO".

Tras el parón de la campaña de promoción europea como consecuencia de la pandemia, en el 2022 se volvió a reactivar el tercer y último año del programa de promoción.

- ▶ Comienza el tercer año de este Programa Europeo, que ha estado suspendido por la pandemia
- ▶ ASICCAZA, la interprofesional que encabeza la iniciativa, tiene previstas diversas actividades hasta diciembre
- ▶ Se trata de un producto con grandes atributos nutricionales y que está avalado por los altos estándares de la Unión Europea



El Programa Europeo para la promoción de la Carne de Caza Silvestre arranca su tercer año de campaña para continuar poniendo en valor la calidad de estos productos, tras tener que suspenderse repentinamente en 2020. Bajo el nombre de "Carne Silvestre de Europa, Naturaleza en estado puro" y avalado por la Unión Europea, se pretende dar a conocer los beneficios que tiene el consumo de la Carne de Caza Silvestre y sensibilizar a la población general sobre sus atributos.



El programa “Carne de caza silvestre de Europa mantiene en SIAL más de 100 reuniones con empresas interesadas en este producto.

Su participación en este evento buscaba dar a conocer las bondades de la carne de caza europea y en ese sentido se han mantenido más de un centenar de reuniones donde el potencial de la comercialización de este tipo de carne ha sido el punto más comentado. Gracias a estas reuniones se abre la posibilidad de que los comercializadores y distribuidores de carne de caza en España cierren acuerdos con operadores extranjeros. Un primer paso con el que ASICCAZA ha puesto de manifiesto las características únicas de la carne de caza para brindar a sus asociados la oportunidad de reforzar los canales de distribución de este tipo de carne, con el fin último de aumentar su consumo en el mercado europeo.

Se ha medido y analizado la eficacia de la campaña de promoción de carne de caza silvestre durante estos tres años recogiendo en un documento de post test de campaña los resultados obtenidos. Se trata de un estudio de investigación que mide los hábitos de compra y consumo de la carne de caza silvestre y evalúa la eficacia de la campaña a promocionar dichos productos.

*VER ANEXO I DE PROGRAMA DE PROMOCIÓN EUROPEA

*Se adjunta al final de este documento



ASICCAZA MUESTRA LAS EXCELENCIAS DE LA CARNE DE CAZA EN MEAT ATTRACTION.

Madrid, 8 de marzo de 2022. La Asociación Interprofesional de la Carne de Caza (Asiccaza) participó en la feria internacional del sector cárnico Meat Attraction, donde puso en valor las bondades de la carne de caza con un showcooking realizado por Javier Chozas, gerente de Ákera eventos.



3 Innovación



GRUPO OPERATIVO SUPRA AUTONÓMICO TUBERCULOSIS (GOSTU)

Durante el 2022 ha seguido activo **Grupo Operativo Supra autonómico Tuberculosis (GOSTU)** donde se han seguido llevando a cabo acciones enfocadas a la innovación en la transmisión de la información sobre el control y la gestión de la tuberculosis entre ganadería y caza.

Todas las acciones pueden verse en la web corporativa del grupo:
<http://gostu.es/>



Incluimos algunas en este dossier.

El Grupo Operativo Supraautonómico Tuberculosis (GOSTU) ha publicado la Guía de inspección de carne y subproductos procedentes de actividades cinegéticas de caza mayor, en la que sintetiza de manera práctica todas las normativas sobre los requisitos de las zonas de faenado, y criterios generales de inspección de las piezas abatidas.

Enlace de la guía

<http://www.gostu.es/es/formacion/version-descargable-de-la-guia-de-inspeccion-de-carne-y-subproductos-procedentes-de>





GRUPO OPERATIVO DE PREVENCIÓN FRENTE A LA PESTE PORCINA AFRICANA (GO PREVPA)

El Grupo Operativo de prevención frente a la Peste Porcina Africana (GO PREVPA) ha continuado con su labor formativa organizando el taller online especializado en "Innovación en mejora de la eficacia cinegética para la regulación de poblaciones de jabalí", dirigido al subsector cinegético y personal de las administraciones públicas. Este taller gratuito se ha impartido en tres fechas distintas para facilitar la asistencia; el 11 de mayo y 14 de junio en horario de mañana (10:00-13:20h.) y el 7 de junio en horario de tarde (16:00-19:20h.).





PREVPA
GRUPO OPERATIVO SOBRE
PESTE PORCINA AFRICANA

11 de mayo MIÉRCOLES
de 10:00 h. a 13.20 h.

TALLER ONLINE



Taller II:
Innovación en mejora de la eficacia cinegética para la regulación de poblaciones de jabalí

DIRIGIDO A
subsector cinegético y administraciones públicas

10:00 h. - 10:10 h. **Apertura. Presentación del GO PREVPA.** Jaime Hurtado, ASICCAZA

10:10 h. - 10:40 h. **Dinámica poblacional del jabalí y problemática.** Joaquín Vicente, IREC

10:40 h. - 11:10 h. **Monitorización como herramienta imprescindible de gestión.**
Pelayo Acevedo, IREC

11:10 h. - 11:30 h. **Descanso**

11:30 h. - 12:00 h. **Opciones para el control del jabalí como herramientas frente a la PPA.** Christian Gortázar, IREC

12:00 h. - 12:30 h. **Promoción de la eficacia cinegética en las CC.AA.** Representante autonómico

12:30 h. - 13:20 h. **Mesa redonda sobre los últimos dos puntos.** OskarBerdión, ARABACAZA. Llanos Gabaldón, Servicio Caza y Pesca JCCM. Nicolás Urbani, FARCAZA. María Teresa González, APROCA Extremadura. Gonzalo Varas, FUNDACIÓN ARTEMISAN. Juan Herrera, RFEC.

www.prevpa.com

socios





inscribete

4 Formación



FORMACIÓN EN ESCUELAS DE HOSTELERÍA

Durante el 2022, han sido 28 escuelas de hostelería donde ASICCAZA ha estado presente en jornadas formativas tanto con el programa europeo de promoción como con la colaboración llevada a cabo con rifles BERGARA.

*Se adjunta **ANEXO II. ESCUELAS DE HOSTELERÍA** adonde se puede ver el impacto que se ha tenido en el nicho de la hostelería.



Video resumen de las jornadas de formación de la #carnedecaza que hemos llevado a cabo en ASICCAZA junto a Rifles BERGARA durante estos últimos meses en las Escuelas de Hostelería españolas.

<https://www.youtube.com/watch?v=QQCAAtyaIjjo>

*Se adjunta al final de este documento

5 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 ha hecho un intenso trabajo con ayuda de una necesaria asesoría veterinaria para hacer frente a estas cuestiones de máximo interés que afectan a la calidad final de nuestra carne de caza.



Mesa de trabajo “Mejora en la producción de carne de caza”

*Adjuntamos un breve resumen llevadas a cabo en este apartado
ANEXO III. TRABAJO ASESORÍA TÉCNICA VETERINARIA

*Se adjunta al final de este documento

6 Otras acciones



ACCIONES DE DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD DE ASICCAZA

- ▶ En nuestra página web se han incorporado todas las acciones llevadas a cabo por ASICCAZA y especialmente las relativas a la extensión de noma. Se incluyen en un apartado específico para ello las recaudaciones de la misma y animales comercializados que se han controlado con la extensión de norma.
- ▶ Igualmente se publican las cotizaciones de las lonjas de Ciudad Real y Extremadura que son referencia de precios para toda España.
- ▶ A través de nuestra app y boletín informativo que siguen activos todos aquellos que lo deseen pueden tener información actualizada en todo momento de la labor de la interprofesional.
- ▶ Activa participación en RRSS contando la actualidad del sector mientras se ha estado promocionando la carne de caza.

* VER ANEXO IV. DIFUSIÓN EN RRSS

Algunos ejemplos de publicación:

Entrevista radio bondades de la carne de caza.

José Ángel Remírez, presidente de la FNC, y Jaime Hurtado, director gerente de Asiccaza hablan de las bondades de la carne de caza. Un producto de calidad, sostenible y de kilómetro cero. Una carne, además, que cada vez está más valorada entre los grandes cocineros. Pincha el enlace para escuchar la entrevista (a partir del 1' 50")

<https://go.ivoox.com/rf/87927185>

*Se adjunta al final de este documento



ACCIONES REIVINDICATIVA

ASICCAZA ESTÁ PRESENTE EN LA ORGANIZACIÓN DE LA MANIFESTACIÓN DEL 20M



El domingo 20 de marzo de 2022 pasará a la historia como el día en el que una marea naranja inundó las calles de Madrid para exigir el fin de las políticas anti-caza del Gobierno y reivindicar su importancia como una actividad generadora de economía, fijadora de empleo, y que aporta enormes beneficios sociales, medioambientales y culturales al mundo rural.



Video 20M. Rural juntos por el campo – Asiccaza
<https://youtu.be/vVBaPQpdyfE>



ACCIONES SOLIDARIAS

- ▶ Hemos continuado con el Proyecto Solidario Carne de Caza. Toda la información en <https://carnedecazasolidaria.com/>.



Video de la campaña:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=94&v=K-aIH-TXwM5c&feature=emb_logo

- ▶ Durante el 2021 se gestó el proyecto de colaboración entre la marca rifles Bergara y ASICCAZA consistente en un nuevo proyecto de Responsabilidad Social Corporativa y promoción de la carne de caza que se llevará a cabo a lo largo de 2022 y que se inició con una donación en Navidad y que posteriormente llegará a numerosas escuelas de hostelería de toda España.



Acto de entrega en la Fundación Madrina.



Vídeo proyecto solidario carne de caza
<https://youtu.be/SbPGzh7Fixg>

anexos

2022



anexo 1

Post test de campaña



Post Test Carne de caza Silvestre de Europa

Informe de resultados
CONSUMIDORES

angel.mongay@gfk.com
E-18489



Índice

1. Introducción
2. Ficha Técnica
3. Hábitos de Compra / Consumo
 - Consumo y frecuencia
 - Perfil del consumidor
 - Lugar de compra
 - Frenos al consumo
 - Intención de consumo futuro
4. Imagen y actitudes hacia la carne de caza Silvestre
5. Notoriedad publicitaria y Post Test de campaña
 - Notoriedad de la carne de caza Silvestre
 - Post Test de la campaña publicitaria (impacto, mensaje, likes y dislikes)
 - Perfil de la campaña
6. Diagnóstico



Introducción

Planteamiento y objetivos

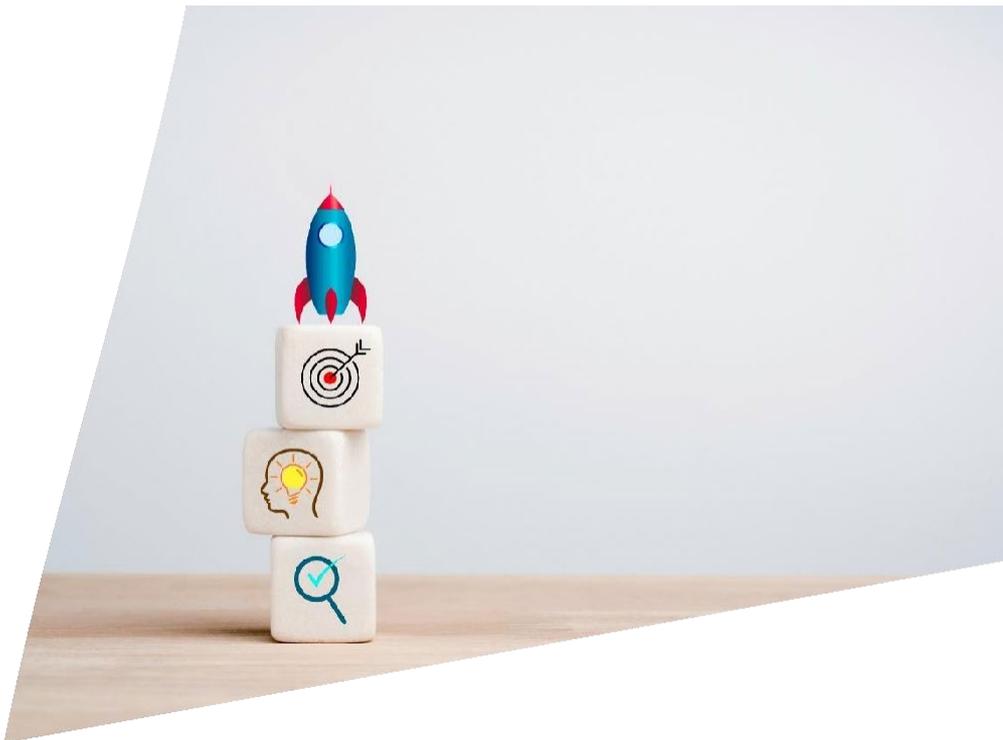
Contexto



GfK, empresa dedicada a la realización de estudios de mercado y sondeos de opinión, ha diseñado la siguiente investigación para **medir y analizar la eficiencia de la campaña publicitaria de carne de caza Silvestre** durante 3 años. En el presente documento se presentan los resultados del tercer año de la campaña de promoción.

Se trata de un estudio de investigación que mide hábitos de compra y consumo de la carne de caza Silvestre y evalúa la eficacia de la campaña destinada a promocionar dichos productos.

1. Mediante el bloque de **Hábitos de compra y consumo** se mide la evolución de diferentes indicadores de consumo de productos de los regímenes de calidad de la UE objeto del programa, tales como frecuencia de consumo, canales de acceso, etc.
2. El bloque de **Post Test publicitario**, por su parte, tiene como objetivo principal evaluar la campaña en términos de impacto, perfil, valoración, comprensión de mensaje, y su influencia en la notoriedad, imagen e intención de compra futura carne de caza silvestre.



Ficha técnica



Universo

Residentes en España



Tamaño muestral

608 (panel GfK)



Distribución de la muestra

Proporcional según población general por las variables de género, edad, área geográfica y tamaño del municipio.



Tipo de entrevista

CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) mediante cuestionario semi estructurado



Margen de error

La muestra alcanzada supone operar con un error global de $\pm 3,97\%$ considerado dentro de un intervalo de confianza del 95,5%, siendo $p=q=50\%$



Fechas de las entrevistas

Del 02 al 09 de febrero de 2023

Metodología

Target “Colectivo Gourmet”

Para añadir valor al estudio, se ha creado el **Colectivo Gourmet**. Esta agrupación está formada por personas cuyos hábitos de alimentación se rigen en mayor medida por los siguientes principios:

- Generalmente **prefiero comprar marcas de calidad** en lo que se refiere a productos de alimentación
- **Estoy dispuesto a pagar más** por productos de alimentación de mayor calidad
- Cuando salgo fuera a comer/cenar **me gusta ir a restaurantes que me garanticen un cierto nivel de calidad**, independientemente del precio
- Solo compro productos que **satisfagan mis expectativas culinarias**
- Cuando **tengo que elegir** entre un producto de alimentación u otro, **me baso en la calidad y no en el precio**
- Pienso que tengo una considerable **cultura gastronómica**
- La **gente suele pedirme opinión** sobre restaurantes
- Soy **muy activo online** y **blogueo** o **participo de manera frecuente** sobre mis **experiencias gastronómicas**

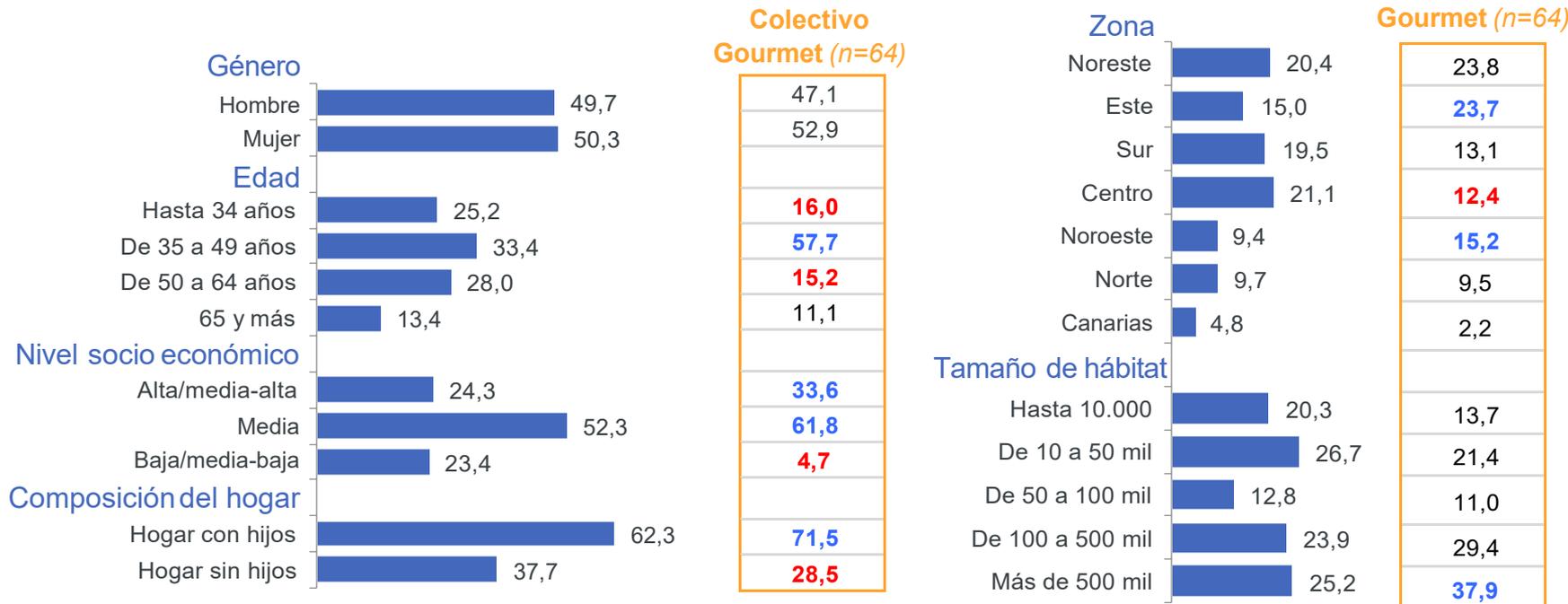


Unidad: Porcentaje - Base: Total muestra (n=608)

C08 Por favor, indique en qué medida está personalmente de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, utilizando una escala en la que "1" significa "Totalmente en desacuerdo" y 7 significa "Totalmente de acuerdo"

Metodología

Perfil de la muestra vs. Target “Colectivo Gourmet”



Para establecer una comparación de los indicadores obtenidos entre los diferentes segmentos analizados y el total muestra, así como los resultados de la presente investigación y las mediciones anteriores, se utiliza un test de significación estadístico.

Es un criterio de análisis estadístico resultado de la interpretación conjunta de la diferencia entre dos valores y el tamaño muestral de sus bases. Para este informe de resultados se ha aplicado la significatividad a un nivel de confianza del 95%.

Así pues, cuando se identifiquen diferencias estadísticamente significativas en cualquiera de los segmentos respecto al resultado total, o frente al resultado de mediciones anteriores, éstas se señalarán en el informe mediante la siguiente leyenda:

Valor significativamente superior al total

Valor significativamente inferior al total

 *Valor significativamente superior a la medición anterior*

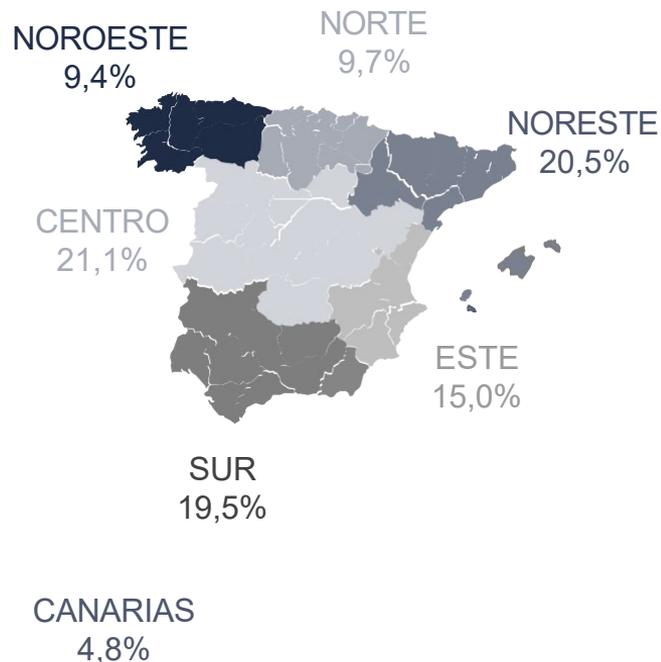
 *Valor significativamente inferior a la medición anterior*

 *Significativamente superior a Norma GfK*

 *Significativamente inferior a Norma GfK*

Metodología

Distribución territorial de las entrevistas



Noreste	Este	Sur	Centro	Noroeste	Norte	Canarias
Islas Baleares	Albacete	Almería	Ávila	A Coruña	Álava	Las Palmas
Barcelona	Alicante	Badajoz	Cáceres	Asturias	Burgos	Santa Cruz de Tenerife
Girona	Castellón	Cádiz	Ciudad Real	León	Cantabria	
Huesca	Murcia	Córdoba	Cuenca	Lugo	Guipúzcoa	
Lleida	Valencia	Granada	Guadalajara	Pontevedra	Navarra	
Tarragona		Huelva	Madrid	Ourense	Palencia	
Zaragoza		Jaén	Salamanca		Vizcaya	
		Málaga	Segovia			
		Sevilla	Soria			
			Teruel			
			Toledo			
			Valladolid			
			Zamora			



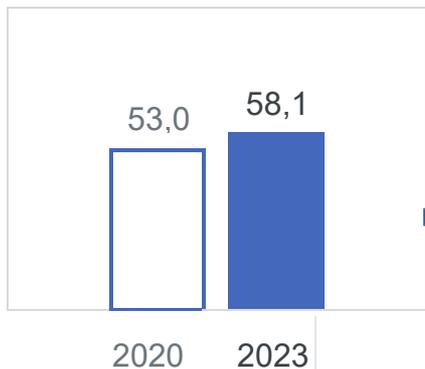
Notoriedad y consumo

Notoriedad de carne de caza Silvestre

¿Sabe lo que es la carne de caza silvestre?



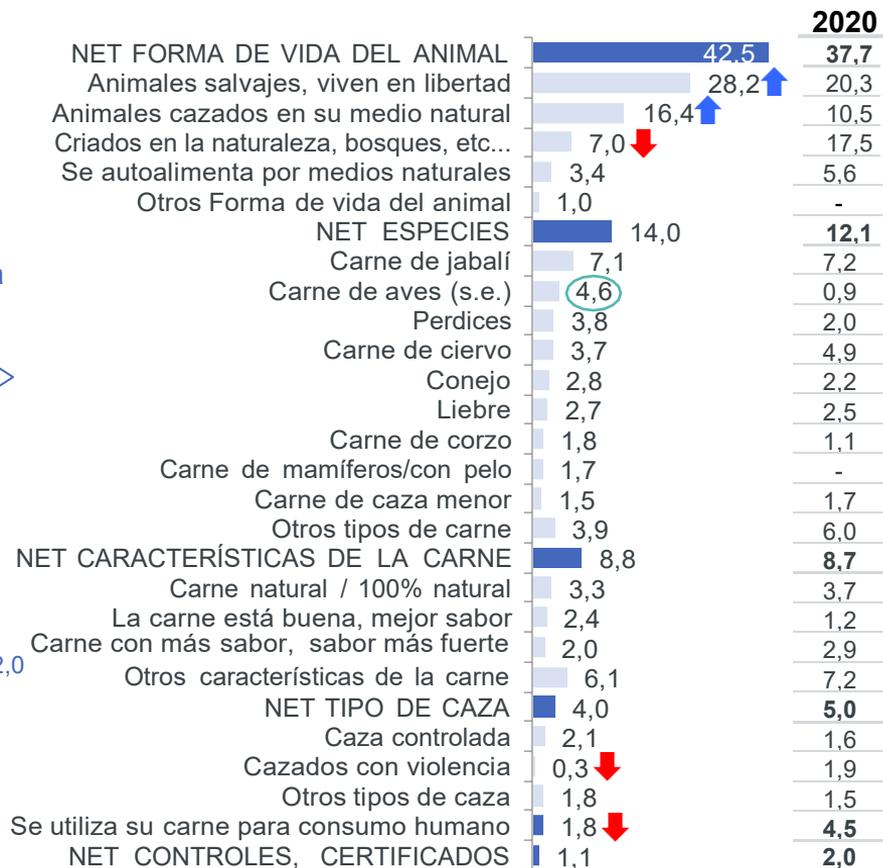
Un 42% de la población española desconoce la carne de caza silvestre.



¿Qué es para Ud. la carne de caza silvestre?

72,8%
Target Gourmet
(61,6% en 2020)
71,1%
Ámbito rural

Nº medio
respuestas: 2,0



Unidad: Porcentajes y medias

Base: Total muestra (n=608)

N04 [S] ¿Sabe usted lo que es la carne de caza Silvestre?

N05 [O] [M] Imagine que tiene que explicarle qué es la carne de caza Silvestre a una persona que no sabe qué tipo de carne es. ¿Cómo se lo explicaría? ¿Cómo definiría lo que es la carne de caza Silvestre?

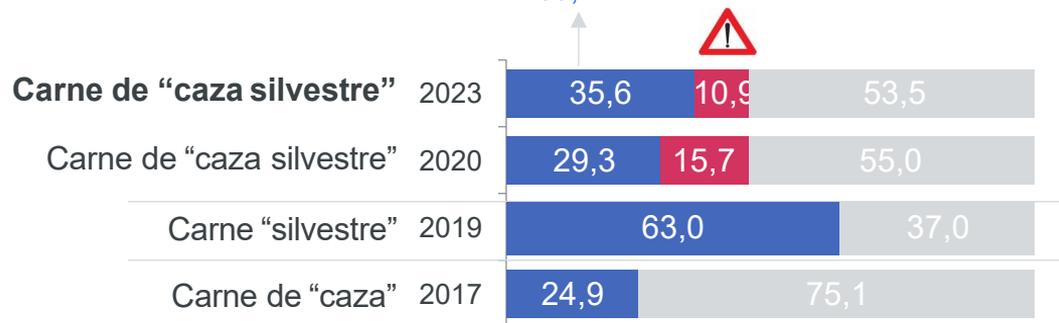
A partir de este momento, se explica al entrevistado (tanto a los que dicen conocer lo que es carne de caza Silvestre como a los que no) lo que es este tipo de carne:

“Nos referimos a carne que procede de la caza, tanto de caza mayor como menor, y no de granja. Por ejemplo: carne de ciervo, jabalí, gamo, corzo, liebre, perdiz”

Consumo de carne de caza Silvestre

¿ Consume carne de caza Silvestre al menos una vez al año?

Ámbito rural
48,0%
Target Gourmet
59,4%



El 35,6% de la población (59,4% del colectivo Gourmet) declara haber consumido "carne de caza silvestre" al menos una vez al año. Por su parte, **un 10,9% dice haber consumido carne de caza pero no sabe qué es la carne de caza Silvestre.**

- La conoce y ha consumido U12M
- No la conoce pero ha consumido carne caza U12M
- No la ha consumido U12M

Unidad: Porcentajes y medias
Base: Total muestra (n=608)

H01 ¿ Consume usted carne de caza silvestre al menos una vez al año? Por favor , tenga en cuenta tanto el consumo que realiza en su hogar como el que realiza fuera de él, por ejemplo en bares y restaurantes.

Consumo

Por colectivos

	TOTAL	GÉNERO		EDAD				CLASE SOCIAL			HOGARES CON HIJOS		COLECTIVO GOURMET
		Hombre	Mujer	18 a 34	35 a 49	50 a 64	65 y más	Alta/ Media-Alta	Media	Media-baja/ Baja	Sí	No	Sí
<i>Base</i>	608	302	306	153	203	171	81	148	318	142*	379	229	64*
Consume carne de caza Silvestre (2023)	35,6	39,9	31,3	34,3	39	34,1	32,5	45,7	34,1	28,4	39,7	28,8	59,4
Consume carne de caza Silvestre (2020)	29,3	36,6	22,1	33,3	26,3	30,4	25,9	36,4	30,2	20,0	33,5	23,2	23,2
Consume carne Silvestre (2019)	63,0	66,5	59,7	62,0	65,9	55,8	71,4	68,5	63,3	58,3	66,8	54,7	54,7
Consume carne de caza (2017)	24,9	30,3	19,8	24,3	30,1	27,3	19,1	26,8	26,7	21,8	24,9	24,8	24,8

	TOTAL	ZONAS GEOGRÁFICAS							TAMAÑO DE HABITAT (habitantes)					
		Noreste	Este	Sur	Centro	Noroeste	Norte	Canarias	ÁMBITO RURAL (Hasta 10.000)	De 10 a 50 mil	De 50 a 200 mil	De 200 a 500 mil	Mas de 500 mil	Madrid & Barcelona (Capital)
<i>Base</i>	608	124	91*	119	128	57*	59*	29**	123	162	78*	145	99*	54*
Consume carne de caza Silvestre (2023)	35,6	29,3	34,0	46,4	33,7	42,9	31	26,6	48,0	31,1	34,7	33,4	31,1	35,7
Consume carne de caza Silvestre (2020)	29,3	36,6	22,1	33,3	26,3	30,4	25,9	36,4	30,2	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
Consume carne Silvestre (2019)	63,0	66,5	59,7	62,0	65,9	55,8	71,4	68,5	63,3	58,3	58,3	58,3	58,3	58,3
Consume carne de caza (2017)	24,9	30,3	19,8	24,3	30,1	27,3	19,1	26,8	26,7	21,8	21,8	21,8	21,8	21,8

Unidad: Porcentajes y medias

Base: Total muestra (n=608)

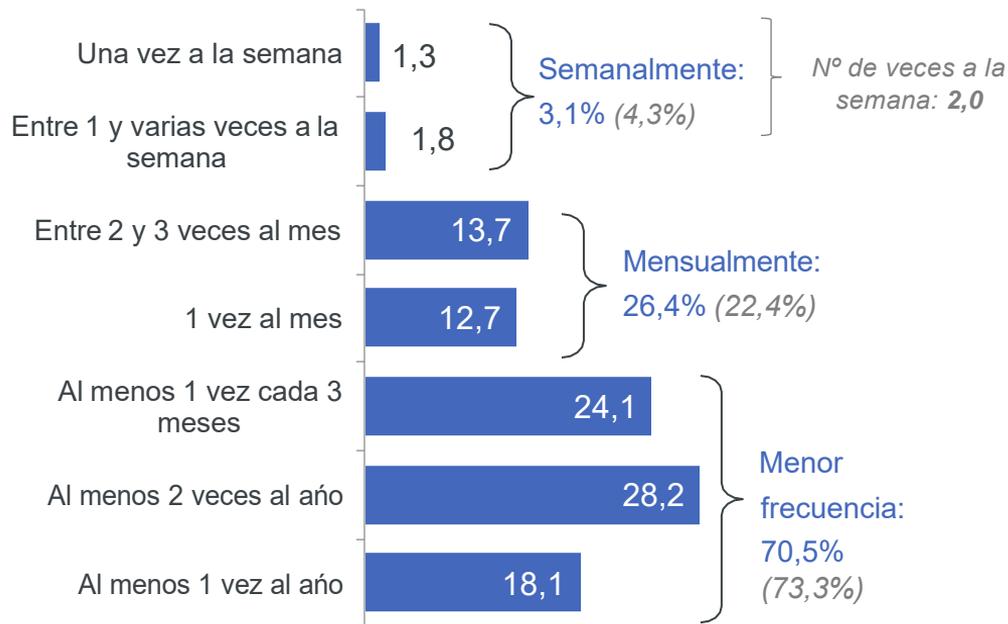
H01 ¿Consume usted carne de caza silvestre al menos una vez al año? Me refiero tanto a carne de caza mayor como menor, que procede de la caza no de granja. Por ejemplo carne de ciervo, jabalí, gamo, corzo, liebre, perdiz. Por favor, tenga en cuenta tanto el consumo que realiza en su hogar como el que realiza fuera de él, por ejemplo en bares y restaurantes.

Frecuencia de consumo

¿ Consume carne de caza Silvestre al menos una vez al año?



¿Con qué frecuencia?

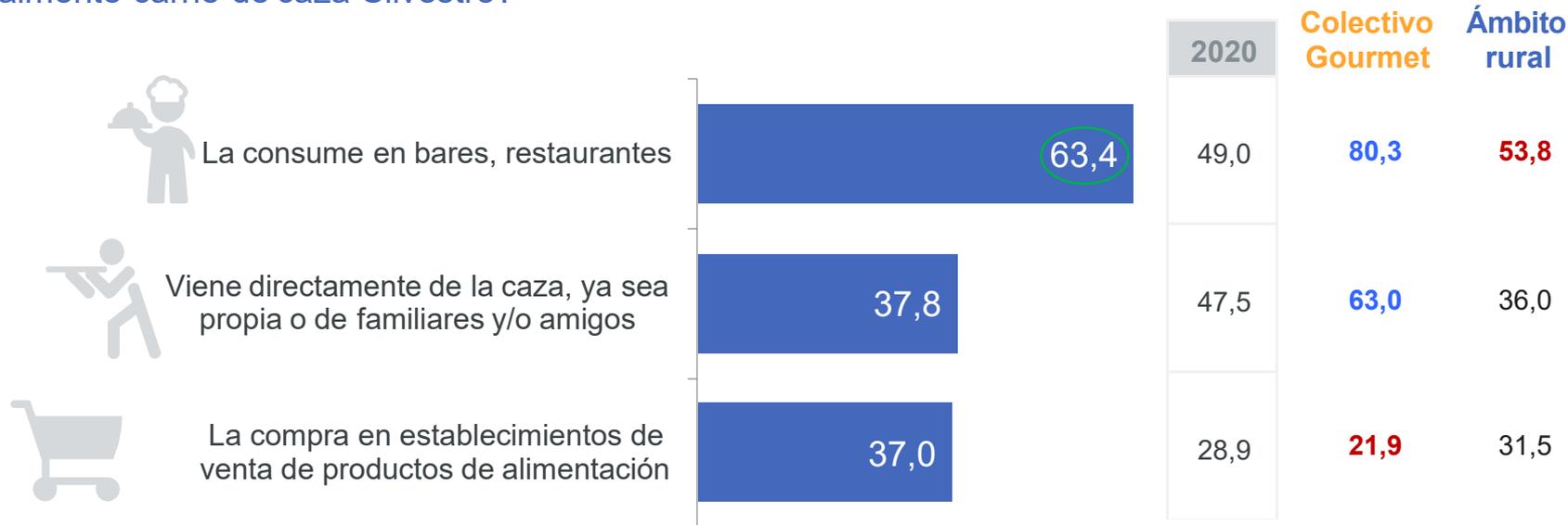


Unidad: Porcentajes y medias

Base: Ha consumido y conoce la carne de caza silvestre (n=216)

Lugar de compra y/o consumo

¿Dónde compra o consume habitualmente carne de caza Silvestre?



Unidad: Porcentajes y medias

Base: Ha consumido y conoce la carne de caza silvestre (n=216)

H04 ¿Dónde compra o consume habitualmente carne de caza Silvestre?

Frenos al consumo

¿Por qué no consume carne de caza Silvestre?



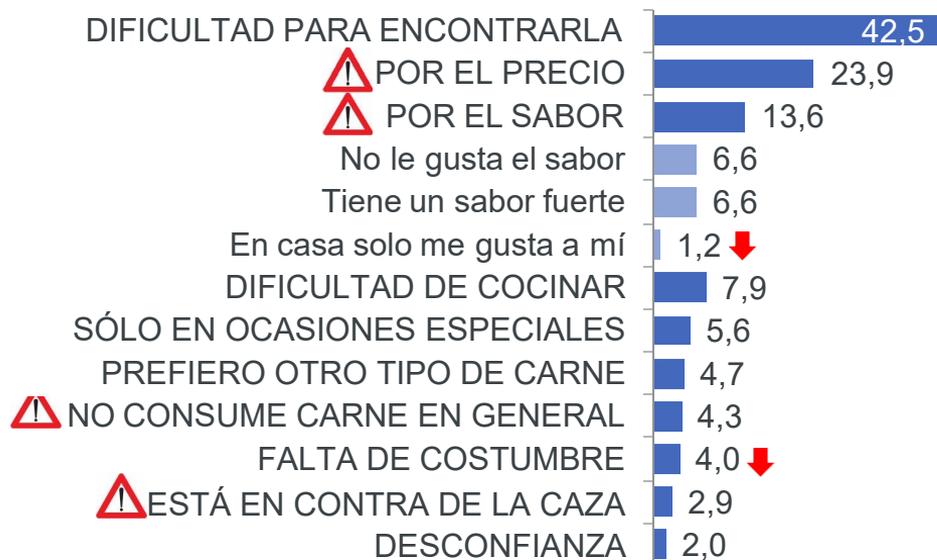
	2023	2020	2019
Barreras No franqueables	49,8	47,0	44,4
Barreras Franqueables (resto frenos)	55,1	55,4	53,8

Unidad: Porcentajes y medias

Base: No consume carne de caza (n=326)

H05 ¿Por qué no consume este tipo de carne?

¿Por qué no la consume con más frecuencia?



	2020	2019
DIFICULTAD PARA ENCONTRARLA	44,7	44,2
⚠️ POR EL PRECIO	15,6	19,3
⚠️ POR EL SABOR	17,9	15,6
No le gusta el sabor	7,5	10,4
Tiene un sabor fuerte	5,7	1,5
En casa solo me gusta a mí	5,4	3,8
DIFICULTAD DE COCINAR	6,9	5,9
SÓLO EN OCASIONES ESPECIALES	-	-
PREFIERO OTRO TIPO DE CARNE	5,6	4,0
⚠️ NO CONSUME CARNE EN GENERAL	2,3	1,3
FALTA DE COSTUMBRE	11,9	9,1
⚠️ ESTÁ EN CONTRA DE LA CAZA	2,5	2,2
DESCONFIANZA	1,9	2,7

	2023	2020	2019
⚠️ Barreras No franqueables (En contra caza & No consume carne)	41,6	37,1	35,7
Barreras Franqueables (resto frenos)	60,3	68,8	63,4

Unidad: Porcentajes y medias

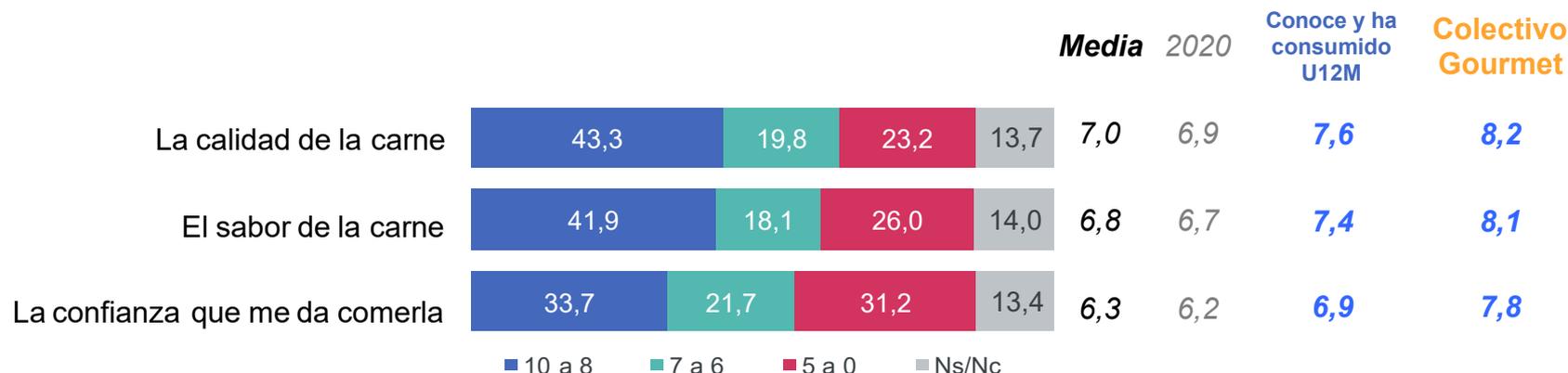
Base: No consume habitualmente (1 vez al mes) carne de caza (n=233)

H05 ¿Por qué no consume con más frecuencia este tipo de carne?



Imagen y actitudes hacia la carne de caza Silvestre

Valoración de la carne de Caza Silvestre



En el colectivo Gourmet “la carne de caza silvestre” ha conquistado los territorios de carne de calidad y con sabor. Sin embargo, en población general “la carne de caza silvestre” no tiene un posicionamiento destacado en estos atributos.

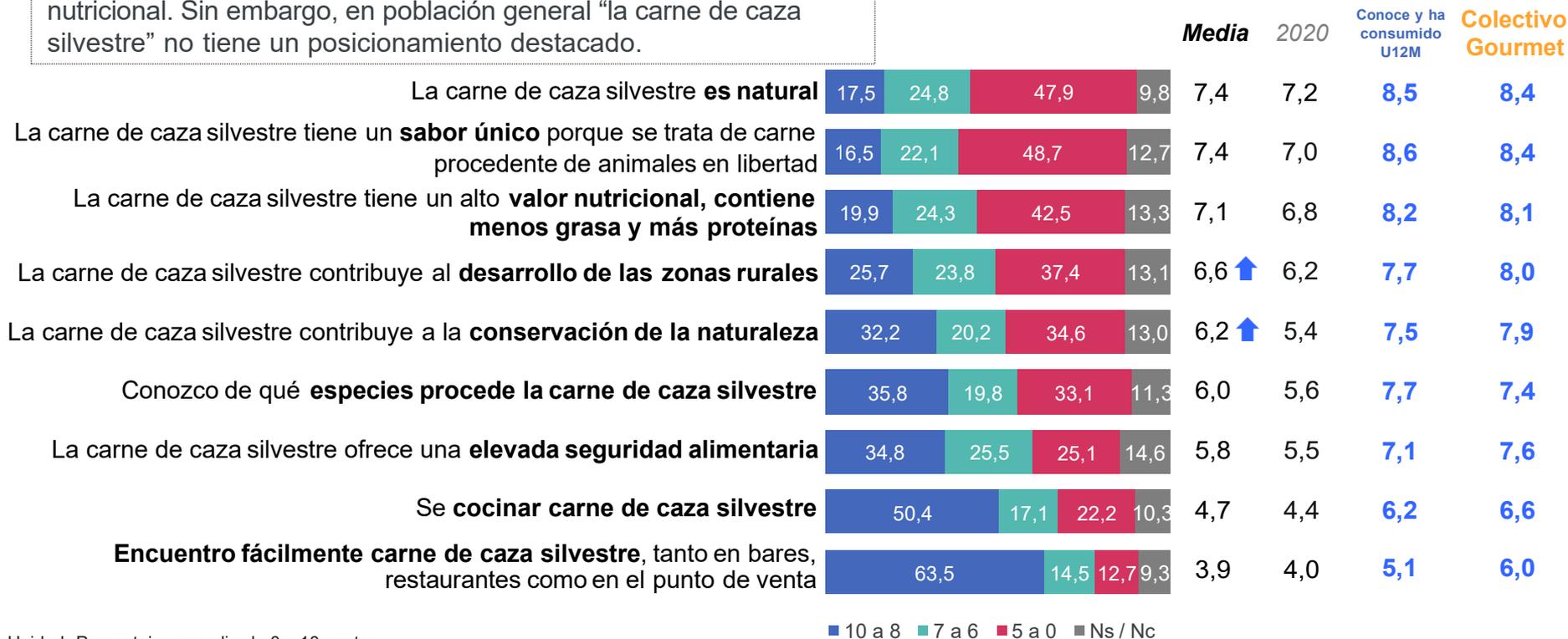
Unidad: Porcentajes y media de 0 a 10 puntos

Base: Total muestra (n=608)

I01. En comparación con otras carnes, valore por favor la carne de caza Silvestre en los siguientes aspectos. Utilice para ello una escala de 0 a 10 donde el 0 significa que está muy insatisfecho con ese aspecto de la carne de caza Silvestre, y el 10 que está totalmente satisfecho.

Valoración de la carne de Caza Silvestre

En el colectivo Gourmet “la carne de caza silvestre” ha conquistado los territorios de carne natural, con sabor único y alto valor nutricional. Sin embargo, en población general “la carne de caza silvestre” no tiene un posicionamiento destacado.



■ 10 a 8 ■ 7 a 6 ■ 5 a 0 ■ Ns / Nc

Unidad: Porcentajes y media de 0 a 10 puntos

Base: Total muestra (n=608); Conoce y ha consumido U12M (n=216); Gourmet (n=64)

I01. En comparación con otras carnes, valore por favor la carne de caza Silvestre en los siguientes aspectos. Utilice para ello una escala de 0 a 10 donde el 0 significa que está muy insatisfecho con ese aspecto de la carne de caza Silvestre, y el 10 que está totalmente satisfecho.

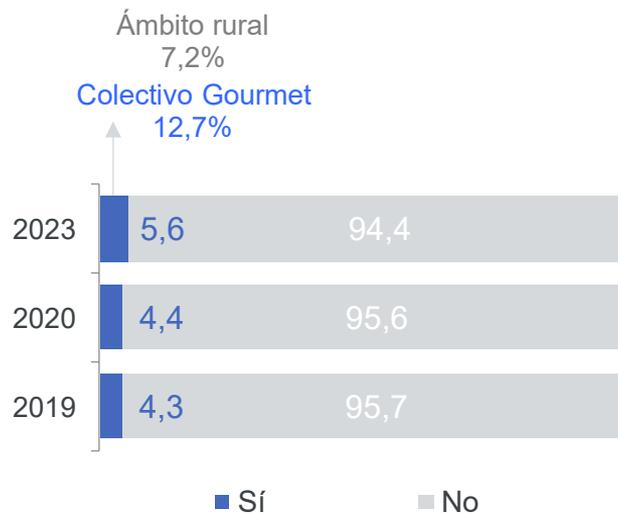


Post test de campaña

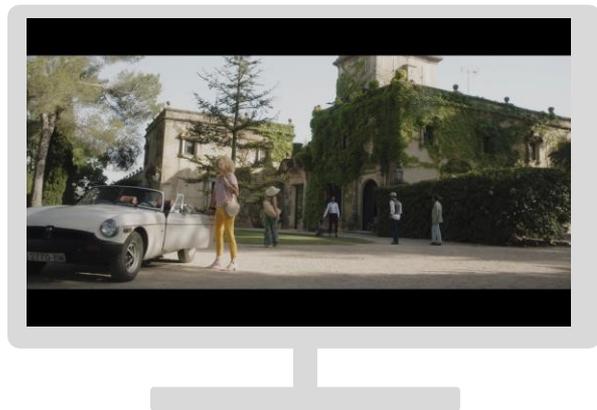
Notoriedad publicitaria de la carne de caza Silvestre

Espontáneo

¿Recuerda haber leído o visto publicidad sobre carne de caza silvestre?

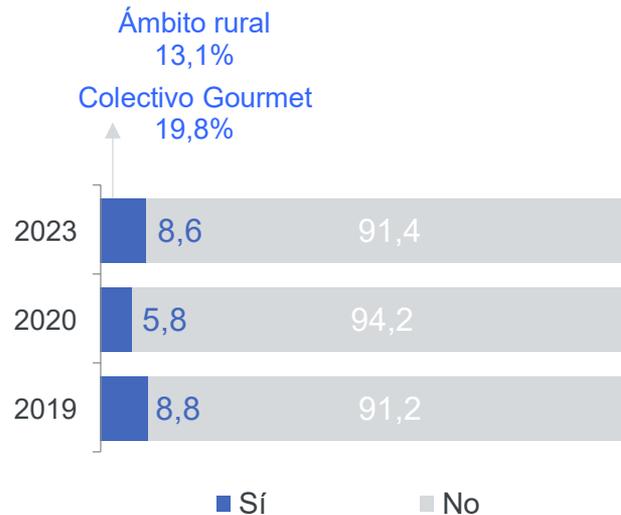


¿Había visto este vídeo anteriormente?



Unidad: Porcentaje - Base: Total muestra (n=608)

P04. ¿Había visto este vídeo anteriormente?



*Campañas digitales
(sin apoyo de TV)*

El impacto se sitúa en la norma para campañas con una inversión similar en medios digitales, éste ha sido significativamente superior a la norma en el colectivo gourmet.

Post Test Campaña

Medios

¿En qué medios?

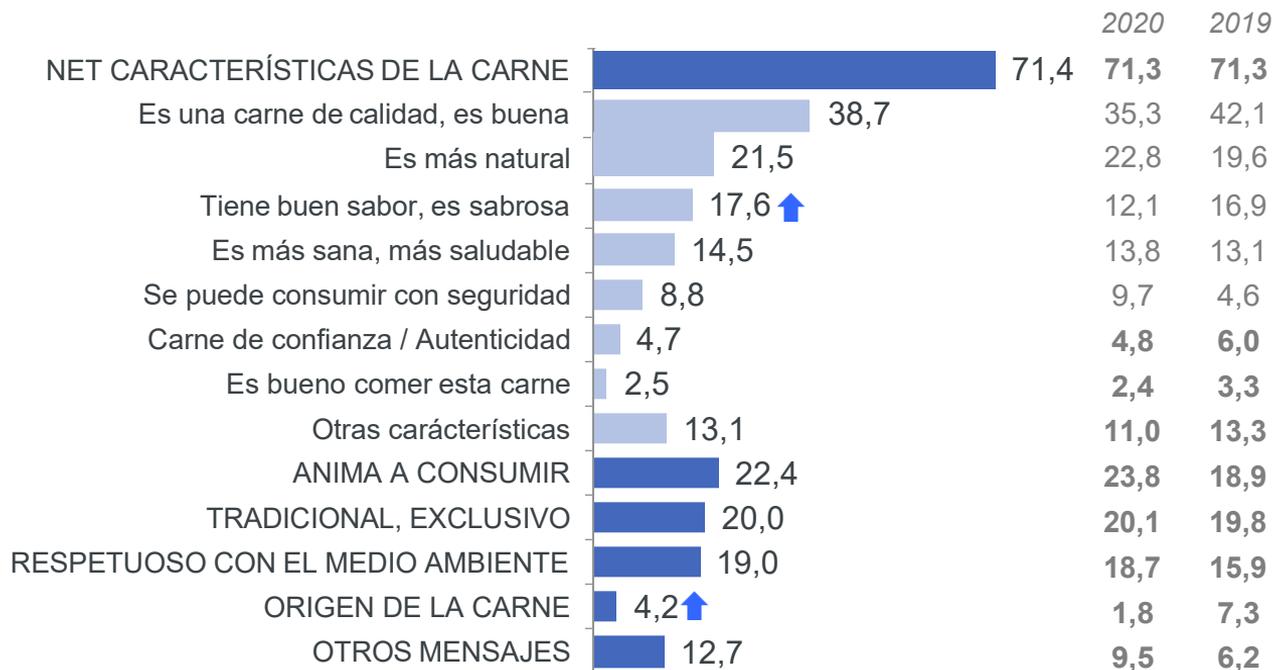
		2020	2019
Anuncio en televisión	6,4	4,3	7,8
INTERNET + RRSS	3,6	1,9	2,4
Internet, páginas Web	2,9	1,7	1,8
RRSS	1,4	0,7	1,4
Anuncio en radio	1,3	0,8	0,8
Otros	2,0	0,9	0,9
<i>Nº medio de canales:</i>	<i>1,7</i>	<i>1,8</i>	<i>1,6</i>

Unidad: Porcentaje y media - Base: Total muestra (n=608)

P05/P06. Indique los medios o lugares en los que recuerda haber visto, oído o leído este video o alguno de sus elementos: imágenes, mensajes, etc.

Post Test Campaña

Mensaje



El mensaje ha llegado de forma clara al 95,5%, centrándose principalmente en las características de la “carne de caza silvestre”.

Unidad: Porcentaje y media - Base: Total muestra (n=406)
 P07. En su opinión, ¿qué cree que intentan transmitir este vídeo? ¿Cuáles cree usted que pueden ser los mensajes principales que pretende comunicar?

Transmite mensaje
 Nº medio de respuestas

	2023	2020	2019
Transmite mensaje	95,5	95,1	93,5
Nº medio de respuestas	2,2	2,0	2,0

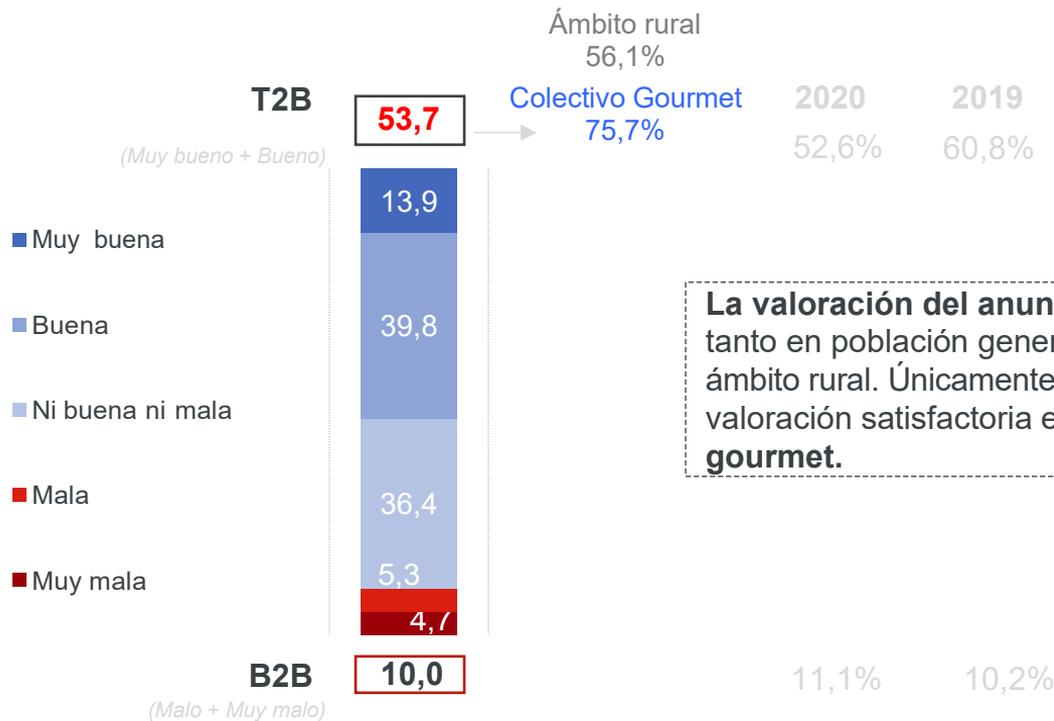
Norma **92%**

Post Test Campaña

Valoración

Norma 
74,0%

Campañas digitales
(sin apoyo de TV)



La valoración del anuncio es baja tanto en población general como en el ámbito rural. Únicamente alcanza una valoración satisfactoria en el colectivo gourmet.

Unidad: Porcentaje - Base: Total muestra (n=608)

P08. En términos generales, ¿qué opina del vídeo que le hemos mostrado? Considera usted que es...

Post Test Campaña

Valoración

	TOTAL	GÉNERO		EDAD				CLASE SOCIAL			HOGARES CON HIJOS		COLECTIVO GOURMET
		Hombre	Mujer	18 a 34	35 a 49	50 a 64	65 y más	Alta/ Media-Alta	Media	Media-baja/ Baja	Sí	No	Sí
	Base 608	302	306	153	203	171	81*	148	318	142*	379	229	64*
Muy bueno + bueno	53,7	54,4	52,9	49,1	53,6	54,3	61,2	60,3	53,8	46,7	57	48,2	75,7
Muy malo + malo	10,0	11,1	8,9	12,3	8,6	9,9	9,3	7,4	12,3	7,4	7,2	14,5	8,3

	TOTAL	ZONAS GEOGRÁFICAS							TAMAÑO DE HABITAT (habitantes)					
		Noreste	Este	Sur	Centro	Noroeste	Norte	Canarias	ÁMBITO RURAL (Hasta 10.000)	De 10 a 50 mil	De 50 a 200 mil	De 200 a 500 mil	Mas de 500 mil	Madrid & Barcelona (Capital)
	Base 608	124	91*	119	128	57*	59*	29*	123	162	78*	145	99*	54*
Muy bueno + bueno	53,7	45,2	45,1	66,1	56,9	55	55,8	45,2	56,1	48,6	50,4	58,7	54,1	62,5
Muy malo + malo	10,0	15,2	9,4	5,4	7,5	9,5	11,8	15,9	9,4	10,6	7,1	11,7	9,4	8,9

Unidad: Porcentaje - Base: Total muestra (n=608)

P08. En términos generales, ¿qué opina del vídeo que le hemos mostrado? Considera usted que es...

Post Test Campaña

Lo que más le gusta (Likes)

Target Gourmet: 87,5%

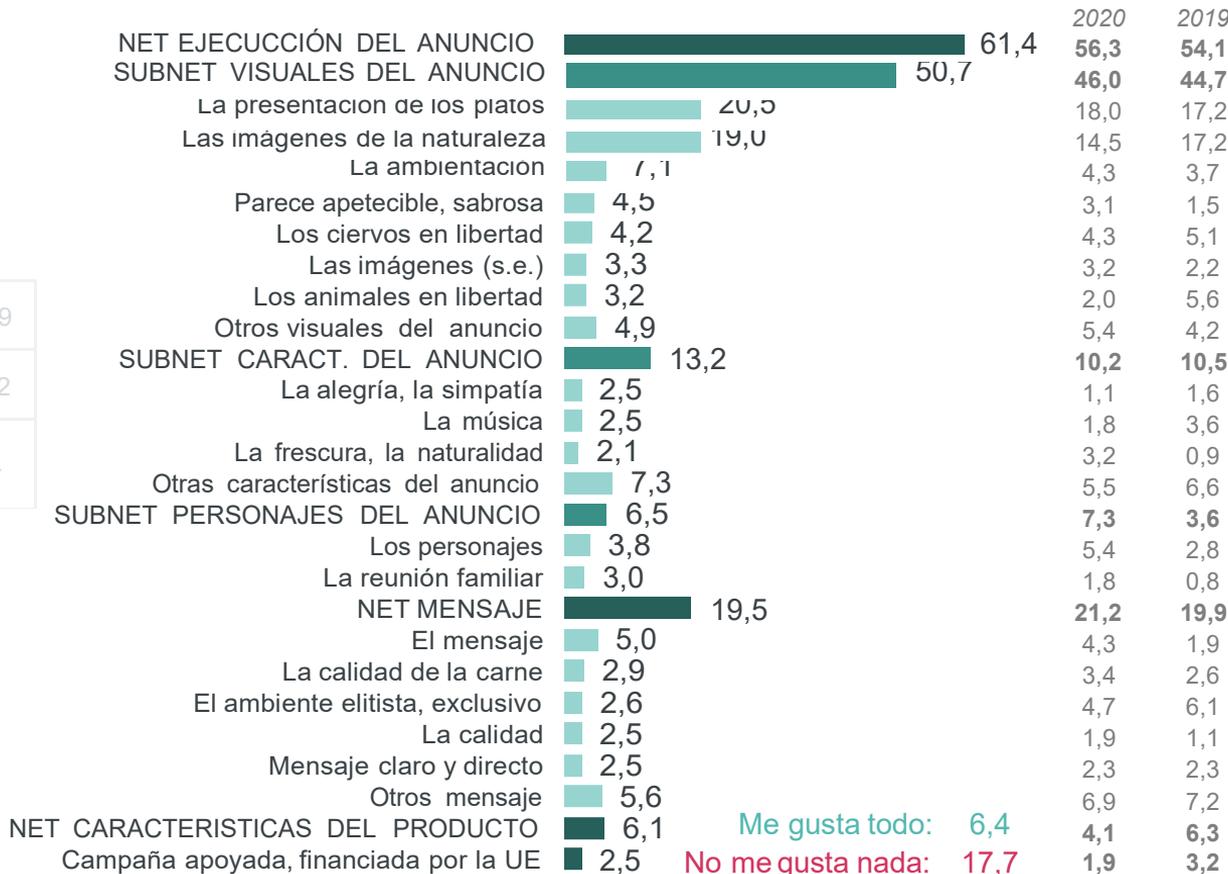
Más de 1M hab.: 88,9%

Ámbito rural: 70,6%

	2023	2020	2019
Mencionan Likes	77,0	72,4	80,2
Nº medio de respuestas	1,6	1,4	1,4



Campañas digitales
(sin apoyo de TV)



Me gusta todo: 6,4
No me gusta nada: 17,7

Unidad: Porcentaje y media - Base: Total muestra (n=608)

P09. Tras haber visto este vídeo, ¿qué es lo que más le ha gustado o llamado la atención?

Post Test Campaña

Lo que menos le gusta (Dislikes)

El ambiente elitista, exclusivo, produce rechazo en población general.

Target Gourmet: 22,2%

Mencionan Dislikes

Nº medio de respuestas

	2023	2020	2019
Mencionan Dislikes	35,4 ↓	49,2 ↑	46,1
Nº medio de respuestas	1,3	1,2	1,1

Norma

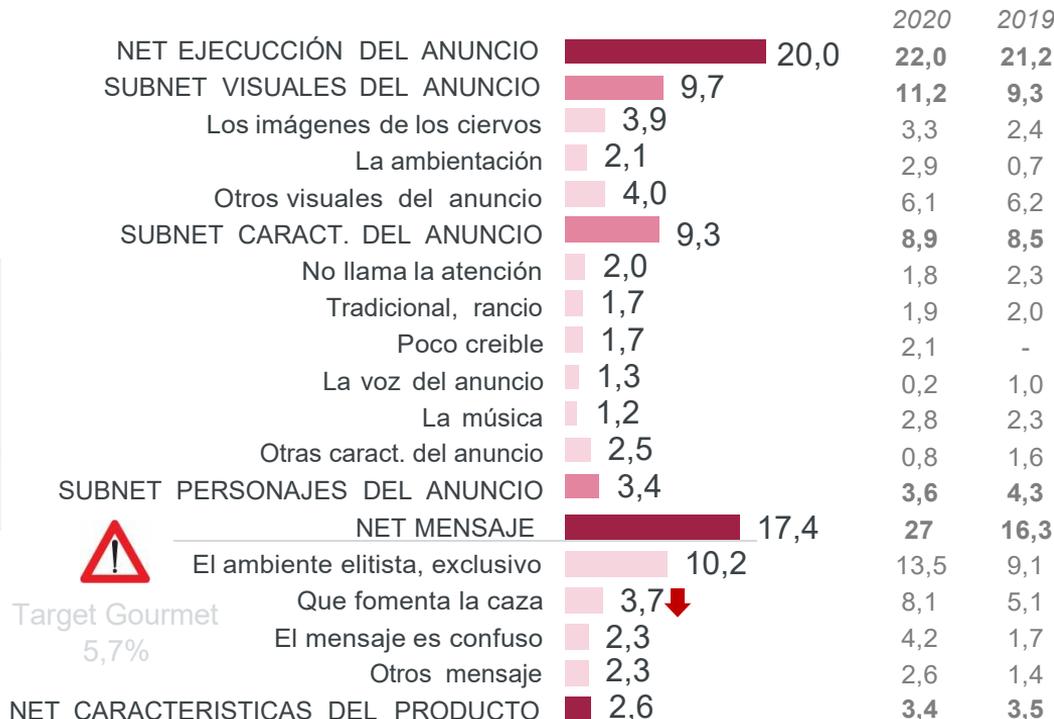


29,0%

Campañas digitales
(sin apoyo de TV)

Unidad: Porcentaje y media - Base: Total muestra (n=608)

P10. ¿Hay algo que no le haya gustado? En ese caso, indique lo que no le ha gustado.



Target Gourmet
5,7%

Me gusta todo: 35,8

No me gusta nada: 5,1

Post Test Campaña

Perfil del video

El anuncio tiene un **perfil informativo bajo** (me informa de algo nuevo) y **una persuasión baja** (me anima a comprar/consumir o buscar “carne de caza silvestre”), excepto para el segmento gourmet que si se activa a la acción.



Puntuaciones 8-10

GfK Norma		10 a 8	7 a 6	5 a 0	Media 2023	Media 2020	C conoce y ha consumido U12M	Colectivo Gourmet
	Es claro, fácil de entender	48,7	25,4	25,9	6,9	-	65,0	65,3
	Ahora sé que la carne silvestre es un producto de mucha tradición	34,7	21,0	44,4	5,9	5,7	52,0 ^{© GfK}	56,5 ³³
	Ahora sé que la producción es respetuosa con el medio ambiente	35,2	21,0	43,8	5,8	5,4	49,8	63,9
	Ahora sé que la carne silvestre tiene muy buen sabor	32,2	23,0	44,7	5,6	5,3	50,9	57,3
	Me aporta información interesante	30,0	26,6	43,4	5,5 ↑	4,7	42,6	52,4
GfK 47,0%	Me informa de algo nuevo o que desconocía	29,4	25,0	45,7	5,5	5,4	33,8	52,5
	En general, el vídeo mejora la opinión que tenía	30,7	20,2	49,0	5,4	5,0	43,6	64,0
GfK 42,0%	Me anima a comprar/consumir carne silvestre	29,0	23,6	47,3	5,2	4,9	47,1	56,1
GfK 38,0%	Me anima a buscar información sobre la carne silvestre	28,7	23,7	47,6	5,2 ↑	4,7	43,1	60,3
	Ha aumentado el conocimiento que tengo de la carne de caza silvestre	25,6	23,3	51,1	5,1	-	36,9	52,0
	Me gustaría volver a ver	25,9	22,0	52,1	5,0	-	43,7	61,7
	Hace que sea más probable que la recomiende	26,9	21,1	52,0	5,0	-	44,2	56,5
	Me motiva a hablar de la carne de caza Silvestre	25,8	23,1	51,2	5,0	-	46,4	59,5

■ 10 a 8 ■ 7 a 6 ■ 5 a 0

Unidad: Media de 0 a 10 puntos

Base: Total muestra (n=608)

P11. Después de haber visto el vídeo, valore su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones. Utilice para ello una escala de 0 a 10

Post Test Campaña

Perfil del video

	TOTAL	GÉNERO		EDAD				CLASE SOCIAL			HOGARES CON HIJOS		COLECTIVO GOURMET
		Hombre	Mujer	18 a 34	35 a 49	50 a 64	65 y más	Alta/ Media-Alta	Media	Media-baja/ Baja	Sí	No	Sí
<i>Base</i>	608	302	306	153	203	171	81*	148	318	142*	379	229	64*
Es claro, fácil de entender	6,9	6,9	6,9	6,4	7,1	7,0	7,3	7,2	6,8	6,9	7,2	6,5	7,8
Producto de mucha tradición	5,9	6,0	5,8	5,5	5,9	6,1	6,1	6,1	6,0	5,4	6,2	5,3	7,5
Respetuosa con el medio ambiente	5,8	5,9	5,8	5,3	5,9	6,2	6,0	6,2	6,0	5,2	6,2	5,3	7,6
Ahora sé que la carne silvestre tiene muy buen sabor	5,6	5,8	5,4	5,3	5,5	5,9	5,9	5,8	5,7	5,3	5,9	5,3	7,3
Me aporta información interesante	5,5	5,7	5,3	5,0	5,6	5,7	5,8	5,7	5,6	5,0	5,8	4,9	7,3
Me informa de algo nuevo o que desconocía	5,5	5,7	5,3	5,3	5,7	5,5	5,2	5,6	5,7	4,9	5,6	5,3	7,0
En general, el vídeo mejora la opinión que tenía	5,4	5,6	5,2	5,0	5,5	5,6	5,5	5,7	5,4	4,9	5,7	4,9	7,5
Me anima a comprar/consumir carne silvestre	5,2	5,6	4,9	5,0	5,4	5,3	5,2	5,8	5,2	4,6	5,5	4,8	7,3
Me anima a buscar info. sobre la carne silvestre	5,2	5,5	4,9	5,1	5,3	5,2	5,1	5,7	5,2	4,7	5,4	4,9	7,5
Ha aumentado mi conocimiento	5,1	5,3	5,0	4,8	5,1	5,3	5,3	5,3	5,3	4,6	5,4	4,7	7,0
Me gustaría volver a ver	5,0	5,2	4,9	4,7	5,2	5,1	5,2	5,4	5,1	4,6	5,3	4,6	7,3
Hace que sea más probable que la recomiende	5,0	5,3	4,8	4,7	5,1	5,2	5,3	5,4	5,0	4,6	5,4	4,4	7,2
Me motiva a hablar de la carne de caza Silvestre	5,0	5,3	4,7	4,8	5,1	5,1	5,1	5,4	5,1	4,5	5,3	4,5	7,4

Unidad: Porcentaje y media - Base: Total muestra (n=608)

P11. Después de haber visto el vídeo, valore su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Post Test Campaña

Perfil del video

	TOTAL	ZONAS GEOGRÁFICAS							TAMAÑO DE HABITAT (habitantes)					
		Noreste	Este	Sur	Centro	Nor-oeste	Norte	Canarias	ÁMBIT O RURAL (Hasta 10.000)	De 10 a 50 mil	De 50 a 200 mil	De 200 a 500 mil	Mas de 500 mil	Madrid & Barcelona (Capital)
Base	608	124	91*	119	128	57*	59*	29**	123	162	78*	145	99*	54*
Es claro, fácil de entender	6,9	6,7	7,0	7,3	6,8	7,1	7,1	5,8	6,9	7,0	6,9	7,0	6,7	6,8
Producto de mucha tradición	5,9	5,4	5,7	6,3	6,1	6,0	5,8	5,6	5,7	6,0	6,1	5,8	5,7	6,0
Respetuosa con el medio ambiente	5,8	5,5	5,7	6,3	6,0	5,7	6,0	5,1	5,6	6,1	5,8	5,9	5,6	6,0
Ahora sé que la carne silvestre tiene muy buen sabor	5,6	5,4	5,5	6,1	5,6	5,2	5,6	5,7	5,3	6,0	5,2	5,7	5,5	5,9
Me aporta información interesante	5,5	4,9	5,3	6,2	5,7	5,1	5,6	5,4	5,2	5,9	5,4	5,5	5,3	5,7
Me informa de algo nuevo o que desconocía	5,5	5,1	5,5	5,9	5,8	4,7	5,6	4,5	5,0	5,7	5,3	5,6	5,6	6,1
En general, el vídeo mejora la opinión que tenía	5,4	4,9	5,5	6,0	5,6	4,8	5,6	4,4	5,2	5,8	5,1	5,3	5,4	5,8
Me anima a comprar/consumir carne silvestre	5,2	4,6	5,0	6,1	5,6	5,1	5,1	3,9	5,3	5,4	5,0	5,1	5,2	5,8
Me anima a buscar información sobre la carne silvestre	5,2	4,6	5,0	5,9	5,5	4,6	5,2	5,1	5,1	5,5	5,0	5,1	5,0	5,6
Ha aumentado mi conocimiento	5,1	4,4	5,1	5,9	5,4	4,6	5,4	4,4	4,7	5,5	4,9	5,0	5,4	5,6
Me gustaría volver a verlo	5,0	4,3	5,0	5,8	5,4	4,7	5,0	4,1	5,0	5,3	4,8	4,9	5,0	5,5
Hace que sea más probable que la recomiende	5,0	4,2	4,9	5,8	5,4	4,9	4,8	4,7	5,0	5,1	4,9	5,1	5,0	5,6
Me motiva a hablar de la carne de caza Silvestre	5,0	4,4	4,6	5,9	5,3	4,8	5,1	4,7	5,0	5,2	4,8	5,0	5,1	5,6

Unidad: Porcentaje y media - Base: Total muestra (n=608)

P11. Después de haber visto el vídeo, valore su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Post Test Campaña

Impacto y valoración cartelera

¿Recuerda haber visto alguna de estas imágenes o mensajes?



2023



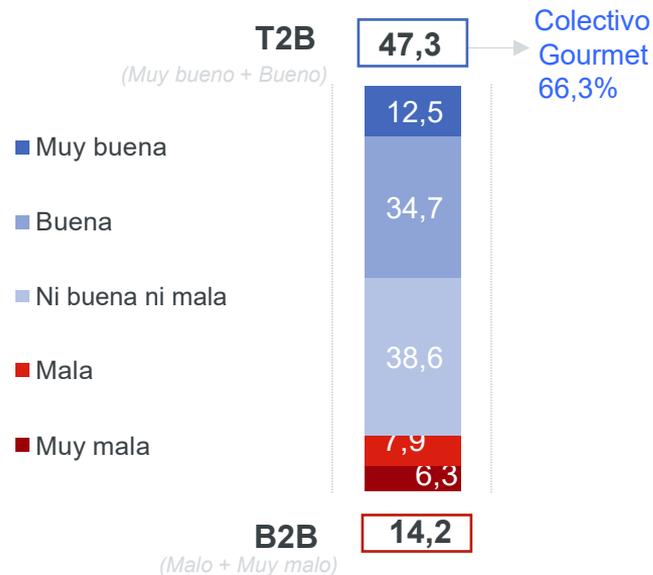
Conoce y ha consumido carne de caza Silvestre U12M: 12,3%
Target Gourmet: 18,9%

Unidad: Porcentajes y medias

Base: Total muestra (n=608)

A continuación le vamos a mostrar una imagen publicitaria. ¿Había visto anteriormente alguna de las imágenes o mensajes que contiene? P13 [S] Teniendo en cuenta tanto el vídeo como la imagen publicitaria que le hemos mostrado, considera usted que esta publicidad es...

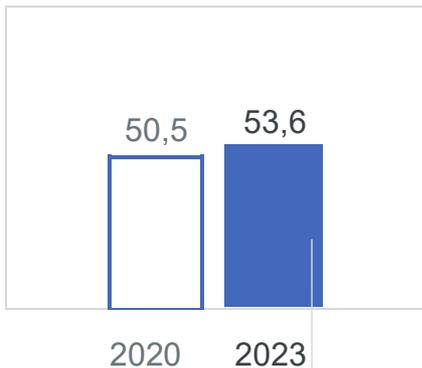
Valoración de campaña (video + cartelera)



Intención de consumo futuro

Carne de caza silvestre

¿Consumirá Carne de caza Silvestre en los próximos 12 meses?



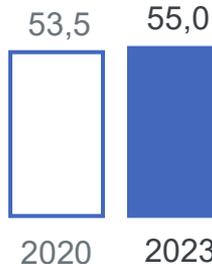
Target Gourmet: 85,7%
Ámbito rural: 60,5%

Tras mostrar la campaña



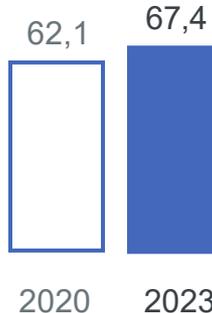
La creatividad mostrada no modifica los hábitos de consumo en población general.

Consumirá en los próximos 12 meses



88,5%
Target
Gourmet

Le gustaría consumir en los próximos 12 meses



90,3%
Target
Gourmet

Unidad: Porcentajes y medias

Base: Total muestra (n=608)

H06 En los próximos 12 meses ¿Comprará o consumirá carne de caza Silvestre? / P12 En los próximos 12 meses ¿Comprará o consumirá carne de caza Silvestre?

P13 Independientemente de su respuesta anterior, en los próximos 12 meses ¿le gustaría consumir carne de caza Silvestre?



Diagnóstico

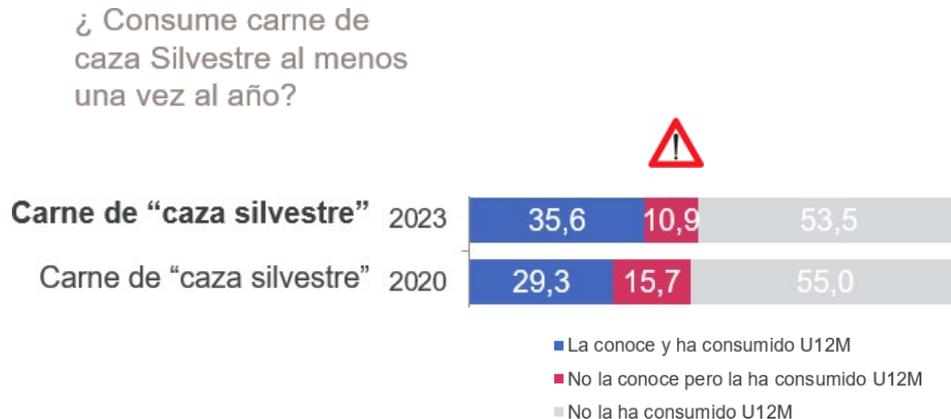
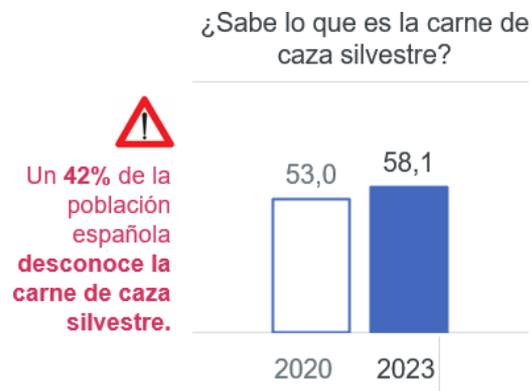
El conocimiento y consumo de “la carne de caza silvestre” se mantiene estable:

- El **58,1%** de la población española dice conocer correctamente lo que es la “carne de caza silvestre”, definiéndola principalmente por el tipo de **vida en libertad** del animal. La tasa de notoriedad de este tipo de carne se mantiene sin cambios significativos (53% en 2020). Como ya se identificó en 2020, esta proporción aumenta de manera significativa hasta el 72,8% en el caso del colectivo “Gourmet”, *core target* de la campaña de promoción.
- Un **35,6%** dice consumir “carne de caza silvestre” al menos una vez al año, (29,3% en 2020), proporción que aumenta significativamente hasta el 59,4% en el caso del target “Gourmet”.

	2020		2023	
	Total población	Colectivo Gourmet	Total población	Colectivo Gourmet
Conocimiento	53,0%	61,6%	58,1%	72,8%
Consumo	29,3%	49,2%	35,6%	59,4%

Los resultados siguen reflejando **desconocimiento** y **confusión** ya que...

- Un **42,0%** no sabe lo que es la “carne de caza silvestre”.
- Y continúa existiendo una tasa **de la población que dice haber consumido carne de caza pero no sabe qué es la “carne de caza silvestre”, el 10,9%**.

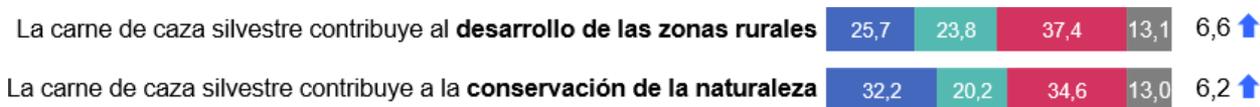


No se observan cambios en el análisis de los frenos al consumo de este tipo de carne, respecto a la medición anterior:

- Centrando el análisis entre aquellos que **no consumen carne de caza** se constata que **el 55,1% de las barreras son franqueables**, ya que los motivos que señalan para no consumir pueden superarse mediante acciones y están centradas principalmente en la **dificultad para encontrar el producto (distribución)**, el **desconocimiento**, la **falta de costumbre** este producto, estos dos últimos frenos pueden ser subsanados con acciones de comunicación y promoción. **Entre los frenos con mayor dificultad de intervenir se sitúa el sabor**, ya en un segundo lugar y a gran distancia se señalan: **estar contra la caza, el precio, y no consumir carne**.
- Entre aquellos que **consumen con baja frecuencia carne de caza** los motivos para no consumirla con mayor asiduidad son mayoritariamente franqueables (60,3%) y se centra **en la dificultad de encontrar el producto (42,5%)**. El resto de motivos principales señalados es más difícil intervenir: **el precio (23,9%)** y el **sabor (13,6%)**.

	Población general	Target Gourmet
Eficacia global de la campaña	Baja	Medio-alta
Impacto	8,6% Medio	19,8% Alto
Mensaje transmitido	<i>Correcto</i>	<i>Correcto</i>
Valoración global	53,7% Baja	75,7%
Mencionan Likes	77,0% Bajo	87,5% Alto
Mencionan Dislikes	35,4% Alto	22,2%
Perfil informativo <i>(escala 0 a 10)</i>	Bajo	Medio
Perfil persuasivo <i>(escala 0 a 10)</i>	Bajo	Alto

1. La campaña ha funcionado especialmente bien en el colectivo **gourmet** (representa el 10,5% de la población) al alcanzar un **mayor impacto** y un **alto nivel de persuasión** ya que el spot le incita a buscar información y a consumir o comprar la “carne de caza silvestre”. El segmento “**Gourmet**”, aunque minoritario, es importante ya que tiene un mayor conocimiento y consumo de la “carne de caza silvestre”.
2. En el **ámbito rural** donde el **conocimiento** y el **consumo** de este tipo de **carne** es **significativamente superior** al de la **población general**, la campaña ha tenido un **impacto elevado**, sin embargo **la valoración del anuncio en este ámbito es baja**.
3. **Mejora** significativa de la **imagen** en los **aspectos** de **contribución al desarrollo de zonas rurales** y **conservación de la naturaleza**.





¡Muchas gracias!

anexo II

Escuelas de hostelería



ESCUELA DE HOSTELERIA DE CASTILLA LA MANCHA



4 de mayo de 2022

Alumnos: 40
Hora: 17:30h – 20:30h
C/ Las Escuelas, 8
Tembleque (Toledo)



ESCUELA SUPERIOR DE HOSTELERIA DE MADRID



5 de mayo de 2022

Alumnos: 25
Hora: 16h – 19h
Paseo puerta del Ángel, 5
Madrid



ESCUELA DE HOSTELERIA DE TOLEDO



9 de mayo de 2022



Alumnos: 25
Hora: 11h - 14h
Avda. Castilla la Mancha, 30
Toledo



ESCUELA DE HOSTELERIA SIMONE ORTEGA



31 de mayo de 2022

Alumnos: 25
Hora: 11h - 14h
C/ Pintor Velázquez,64
Móstoles (Madrid)



ESCUELA DE HOSTELERIA DEL SUR MADRID



1 de junio de 2022

Alumnos: 25
Hora: 9h – 12:30h
Ronda del Sur, 241
Madrid



HOTEL ESCUELA DE MADRID



7 de junio de 2022

Alumnos: 20
Hora: 11h – 14h
Ctra. Vía servicio, Km 12,800
Madrid



HOTEL ESCUELA DE MADRID

8 de junio de 2022



Alumnos: 20
Hora: 11h – 14h
Ctra. Vía servicio, Km 12,800
Madrid



BASQUE CULINARY CENTER



11 de octubre de 2022

Alumnos: 150
Hora: 17h – 19h
Pº Juan Avellino Barriola, 101
San Sebastián



ESCUELA DE HOSTELERIA EFA LA SERNA



18 de octubre de 2022

Alumnos: 25
Carretera Almagro, 13260
Bolaños (Ciudad Real)



ESCUELA DE HOSTELERIA ESAH MADRID



25 de octubre de 2022

Alumnos: 17
Calle Lepanto, 6 – 1º Dcha
Madrid



ESCUELA DE HOSTELERIA MOM CULINARY INSTITUTE



27 de octubre de 2022

Alumnos: 40
Calle Serrano, 95
Madrid



ESCUELA DE HOSTELERIA Y TURISMO CARTAGENA



2 de noviembre de 2022

Alumnos: 48
Calle Ing de la cierva, 24
Cartagena (Murcia)



ESCUELA DE HOSTELERIA FUNDACION TOMILLO



1 de febrero de 2023

Alumnos: 40
Calle José del Río, 2
Madrid



IES ALPAJES HOSTELERIA Y TURISMO

1 de marzo de 2023



Alumnos: 45
Calle de las Moreras, 28
Aranjuez (Madrid)



anexo III

Trabajo asesoría técnica veterinaria



MEMORIA DE ACTIVIDADES

ASESORÍA TÉCNICA VETERINARIA



ELABORACIÓN DE DOCUMENTOS TÉCNICOS

- ALEGACIONES A LA ESTRATEGIA NACIONAL DE LA CAZA (E INTERLOCUCIÓN TRAGSA Y MAPA PARA SU INCLUSIÓN EN ÚLTIMO BORRADOR QUE SE SOMETA A EXPOSICIÓN PÚBLICA). DESTACAN LA INCLUSIÓN DE:

○ MEDIDAS PARA FOMENTAR LA COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DE CARNE DE CAZA EN LA MEDIDA 1.1.1.



Estrategia Nacional de Gestión Cinegética
Objetivo 1

Meta 1.1 Compatibilizar y potenciar la caza como actividad económica dinamizadora del medio rural y como elemento de lucha contra la despoblación con un modelo sostenible	
Medida 1.1.1 La caza como elemento de lucha contra la despoblación	
Acción	Propuestas o Actuaciones
Acción 1.1.1.2 Fomento del desarrollo de planes empresariales y nuevos modelos de negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciación del desarrollo de planes empresariales de mantenimiento y recuperación del aprovechamiento cinegético como patrimonio natural, empoderando jóvenes y mujeres de las zonas rurales. • Facilitación de medidas de desarrollo para el establecimiento de jóvenes agricultores que permitan la recuperación del aprovechamiento cinegético. • Puesta en marcha un programa de asesoramiento a iniciativas emprendedoras en sector cinegético, en particular en relación con la comercialización e internacionalización de sus productos. • Medidas para fomentar la comercialización y el consumo de carne de caza (PNGJS): <ul style="list-style-type: none"> - Promover las medidas necesarias para fomentar y facilitar la comercialización y el consumo de carne de caza en condiciones sanitarias adecuadas y de acuerdo con las recomendaciones dietéticas de los organismos sanitarios de referencia. - Impulso de la habilitación de salas de despiece y transformación, particularmente en el ámbito rural, con los controles sanitarios establecidos en la normativa, para facilitar la comercialización de la carne de fauna silvestre de acuerdo con las recomendaciones nutricionales pertinentes. - Favorecer la formación reglada sobre inspección veterinaria oficial y actualización en decomisos totales o parciales por lesiones compatibles con ciertas enfermedades. • Consensuar herramientas que promuevan la igualdad de género en el entorno laboral de las actividades del sector cinegético. • Fomento de la figura de Contrato territorial para evitar la despoblación y crear y conservar el empleo, de conformidad al Real Decreto 1336/2011, de 3 de octubre, por el que se regula el contrato territorial como instrumento para promover el desarrollo sostenible del medio rural (Consultar Acción 2.6.2.2).

○ LA PROMOCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN Y EL CONSUMO DE CARNE DE CAZA Y VALORIZACIÓN DE SANDACH DERIVADOS DE ACTIVIDADES CINEGÉTICAS, SEGÚN LA NORMATIVA VIGENTE Y LAS RECOMENDACIONES NUTRICIONALES DE LOS ORGANISMOS DE REFERENCIA EN LA MEDIDA 2.3.3



Estrategia Nacional de Gestión Cinegética

Meta 2.3 Criterios generales de gestión sostenible de especies cinegéticas y de especies relacionadas	
Medida 2.3.3 Gestión de las poblaciones sobreabundantes	
Acción	Propuestas o Actuaciones
Acción 2.3.3.1 Recomendaciones generales para poblaciones sobreabundantes	<ul style="list-style-type: none"> • En los Parques Nacionales, fomento de la posible colaboración de los cazadores en los controles poblacionales previstos en las condiciones que establece el Plan Director de la Red de Parques Nacionales. • Evaluar la eficacia de los métodos de control empleados sobre las especies cinegéticas sobreabundantes, mediante la recogida, análisis y valoración de los resultados. • Autorización e impulso de métodos complementarios de caza con arma de fuego especialmente en zonas de seguridad e infraestructuras lineales. • Potenciación de la presencia de depredadores de aquellas especies en las que existan problemas por superpoblaciones. • Definición y dimensionamiento de la responsabilidad de los titulares de infraestructuras en relación con la prevención, control y seguimiento de las poblaciones que fomentan y los daños, para lo que se podrán requerir los apoyos técnicos y jurídicos necesarios. (Consultar Acciones 1.5.4.2, 2.3.2.2 y 4.1.1.2). • Consideración de la actuación de la gestión cinegética profesional para el control de poblaciones cuando la capacidad de los cazadores no sea suficiente. (Consultar Acción 1.1.1.2). • Promover la comercialización y el consumo de carne de caza y valorización de SANDACH derivados de actividades cinegéticas, según la normativa vigente y las recomendaciones nutricionales de los organismos de referencia. • Respecto a la gestión de hábitats para minimizar los daños de las especies cinegéticas consultar las Acciones 1.4.2.2, 2.3.3.2, 2.3.3.3 y 2.3.3.4.

- EN COLABORACIÓN CON ASICCAZA (ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE LA CARNE DE CAZA), O CUALQUIER OTRA INTERPROFESIONAL DEL SECTOR QUE PUEDA SURGIR, ANALIZAR LA POSIBILIDAD DE APOORTE DE LOS DATOS PROVINCIALES PROVENIENTES DE CACERÍAS QUE PUEDAN COMPLEMENTAR LOS DATOS DE CAPTURAS EN LA MEDIDA 3.2.2



Estrategia Nacional de Gestión Cinegética

Meta 3.2 Mejora y desarrollo de contenidos del Inventario Español de Caza y Pesca en materia de caza	
Medida 3.2.2 Integración de otras fuentes de información en las estadísticas cinegéticas	
Acción	Propuestas o Actuaciones
Acción 3.2.2.1 Establecimiento de acuerdos con entidades públicas y privadas	<ul style="list-style-type: none"> • En colaboración con ASICCAZA (Asociación Interprofesional de la Carne de Caza), o cualquier otra interprofesional del sector que pueda surgir, analizar la posibilidad de aporte de los datos provinciales provenientes de cacerías que puedan complementar los datos de capturas. • Integración de los datos procedentes de iniciativas promovidas desde el sector cinegético, universidades, entidades científicas, asociaciones, ONG y aquellas promovidas por organismos internacionales en las que España participe.

- ACUERDO DE PUNTOS DE CONSENSO A PROPONER A LAS ADMINISTRACIONES COMPETENTES EN LA NORMATIVA SECTORIAL CORRESPONDIENTE A LAS SIGUIENTES MATERIAS:... CAZADOR FORMADO, MODELOS DOCUMENTALES SANITARIOS PARA EL TRANSPORTE DE CANALES, CONDICIONES DE INSTALACIONES COMO LAS ZONAS DE FAENADO O CENTROS DE RECOGIDA, SANDACH, ANONIMIZACIÓN DE DATOS PERSONALES EN LA TRAZABILIDAD DE LA CARNE DE CAZA Y SU COMERCIALIZACIÓN...

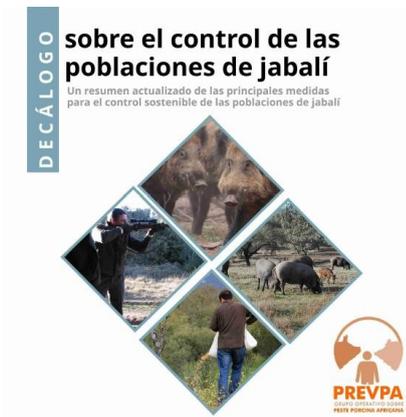


Estrategia Nacional de Gestión Cinegética

Meta 4.1. Potenciar la coordinación interadministrativa horizontal y vertical en todos los ámbitos que se interrelacionan con la gestión cinegética	
Medida 4.1.1 Optimización del funcionamiento del Comité de Caza	
Acción	Propuestas o Actuaciones
Acción 4.1.1.2 Fomento del tratamiento de determinados temas por el Comité de Caza	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos metodológicos comunes de determinación de la sobreabundancia a partir de parámetros o indicadores, con el apoyo científico que sea necesario. • Definición de las modalidades de caza en sus distintas acepciones, de forma que los datos referidos a ellas sean comparables entre sí. (Consultar la Acción 3.1.2.1). • Fomento de un acuerdo metodológico en relación a las cuestiones señaladas en la Acción 2.2.3.2, relativa al contenido de planes cinegéticos y planes anuales de aprovechamiento. • Elaboración de criterios comunes con respecto a los requisitos técnicos de los cercados y vallados, respetando la normativa vigente. • Acuerdo de puntos de consenso a proponer a las Administraciones Competentes en la normativa sectorial correspondiente a las siguientes materias: el uso de vallados cinegéticos y la suplementación de alimento, construcción y uso de muldares, tenencia y sanidad de perros de caza y rehalas, transportes, desinfección de vehículos, cazador formado, modelos documentales sanitarios para el transporte de canales, condiciones de instalaciones como las zonas de faenado o centros de recogida, SANDACH, anonimización de datos personales en la trazabilidad de la carne de caza y su comercialización, obtención de licencia de utilización de red radioeléctrica y medios y procedimientos prohibidos para la caza.

- *ELABORACIÓN DE PROPUESTAS DE LA INTERPROFESIONAL DE LA CARNE DE CAZA AL MAPA RESPECTO A*
 - *PROMOVER EL DESARROLLO DE NORMATIVA NACIONAL SOBRE TRAZABILIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA DE LA PRODUCCIÓN DE LA CARNE DE CAZA*
 - *MEJORA DE LA INFORMACIÓN SECTORIAL DE LA PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAZA SILVESTRE PROMULGADA POR EL MAPA*
 - *MODIFICACIÓN PARCIAL DEL REAL DECRETO 50/2018, DE 2 DE FEBRERO, POR EL QUE SE DESARROLLAN LAS NORMAS DE CONTROL DE SUBPRODUCTOS ANIMALES NO DESTINADOS AL CONSUMO HUMANO Y DE SANIDAD ANIMAL, EN LA PRÁCTICA CINEGÉTICA DE CAZA MAYOR.*
- *ALEGACIONES PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REGULAN LAS CONDICIONES SANITARIAS DE LA CARNE DE CAZA EN ANDALUCÍA CON DESTINO A CONSUMO HUMANO.*

- *CONTENIDOS DECÁLOGO SOBRE EL CONTROL DE LAS POBLACIONES DE JABALÍ DEL GOPREVPPA QUE BENEFICIEN AL SECTOR DE AL CARNE DE CAZA. NOTA: SIN CARGO ECONÓMICO A LA INTERPROFESIONAL.*



- INFORME SITUACIÓN DECOMISOS EN EXTREMADURA Y PROPUESTAS DE MEJORA

ASISTENCIA TÉCNICA EN REUNIONES SECTORIALES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS VINCULADAS

- CONSEJERÍA DE SANIDAD DE CASTILLA LA MANCHA: ARMONIZACIÓN DE CRITERIOS PARA TRASLADO DE PIEZAS DE CAZA SIN DESOLLAR
- REUNIÓN JUNTA DIRECTIVA INTERPROFESIONAL Y ACLARACIONES TÉCNICAS Y NORMATIVAS. MESA DE TRABAJO: MEJORA EN LA PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAZA
- REUNIÓN SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA DEL MAPA (Y REDACCIÓN NOTA PRENSA)

- MESA DE TRABAJO AESAN SOBRE CAZADOR FORMADO Y GUÍA DE APLICACIÓN REAL DECRETO 1086/2020
- *Dossier gráfico de algunas de estas reuniones*



**MESA DE TRABAJO
“MEJORA EN LA PRODUCCIÓN
DE CARNE DE CAZA”**



PROYECTOS EN DESARROLLO EN 2022

- ELABORACIÓN Y PUBLICACIÓN CON AESAN DE GUÍA DEL SECTOR DE LA CARNE DE CAZA EN ESPAÑA PARA EL CUMPLIMIENTO DEL REAL DECRETO 1086/2020, DE 9 DE DICIEMBRE, POR EL QUE SE REGULAN Y FLEXIBILIZAN DETERMINADAS CONDICIONES DE APLICACIÓN DE LAS DISPOSICIONES DE LA UNIÓN EUROPEA EN MATERIA DE HIGIENE DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y SE REGULAN ACTIVIDADES EXCLUIDAS DE SU ÁMBITO DE APLICACIÓN. PARA CAZA MAYOR Y MENOR
- PARTICIPACIÓN EN GRUPO DE TRABAJO DE AESAN PARA ARMONIZAR FIGURA DEL CAZADOR FORMADO EN SANIDAD ANIMAL E HIGIENE ALIMENTARIA

- DESARROLLO Y MEJORA DE DECRETOS AUTONÓMICOS SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CAZA (ANDALUCÍA Y EXTREMADURA)
- ARMONIZACIÓN EN LA APLICACIÓN DEL REGLAMENTO DELEGADO (UE) 2021/1374 DE LA COMISIÓN DE 12 DE ABRIL DE 2021 QUE MODIFICA EL ANEXO III DEL REGLAMENTO (CE) N.O 853/2004 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO SOBRE REQUISITOS ESPECÍFICOS DE HIGIENE DE LOS ALIMENTOS DE ORIGEN ANIMAL (CENTROS DE RECOGIDA DE CARNE DE CAZA Y REGISTROS SANITARIOS)
- ESTUDIO DE IMPACTO ECONÓMICO SOBRE GESTIÓN SANDACH DE ACTIVIDADES CINEGÉTICAS; Y POSIBLES ALTERNATIVAS DE VALORIZACIÓN.
- ESTUDIO SOBRE ARMONIZACIÓN DE TRAZABILIDAD DE CARNE DE CAZA -BERGARA

anexo IV

Difusión en Redes Sociales





Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

14 min · 🌐

🌲 Si estás pensando el menú de #Navidad, te dejamos ideas para sorprender en la mesa con platos con #carnedecaza.



JARA Y SEDAL

Diez ideas de cocina de caza para poner en tu mesa estas Navidades



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

2 h · 🌐

🎉👏 Nuestro compañero y embajador de la carne de caza, Luis Alberto Lera ha conseguido una ★ estrella Michelin, gracias a su propuesta de cocina cinegética desde Castroverde de Campos 🏆

¡Enhorabuena y gracias por seguir impulsando la carne de caza! 🙌



DE CASTILLA Y LEÓN

ELESPANOL.COM

El restaurant Lera por fin toca el cielo y consigue su primera estrella Michelin



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

1 h · 🌐

✓ Hoy te traemos otra receta sorprendente con #carnedecaza. ¡Inclúyela en tu dieta! Te va a sorprender 🤖

#recetas #sabor #gastronomia #carnesilvestre #cocinar



CANALCOCINA.ES

Cocina la receta Pasta rellena de jabalí con verdura confitada de Nicola Poltronieri



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

8 h · 🌐

Hoy traemos unos consejos de la mano del gran chef 🍌 Óscar Hernando, donde nos habla de los mejores platos de [#carnedecaza](#) para cocinar junto a unas exquisitas salsas.

¿Te animas a preparar un plato? ¡Te encantará! 🐾



elDiario.es

ELDIARIO.ES

Todo lo que necesitas saber sobre la carne de caza para disfrutarla esta temporada



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

3 h · 🌐

Hoy os traemos un plato algo más sofisticado, pero igualmente delicioso y fácil de hacer, se trata de un exquisito lomo de ciervo en su jugo elaborado con ingredientes como brandy y vino tinto para darle un gran sabor al ingrediente principal: la [#carnedecaza](#) ¡Intenta este nuevo plato, repetirás! 🍴👍

[#recetas](#) [#gastronomia](#) [#carnedecaza](#) [#ciervos](#)



CANALCOCINA.ES

Cocina la receta Lomo de ciervo en su jugo de ñaki Oyabide



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

23 min · 🌐

👉 Asiccaza se suma a la gran iniciativa de [#BasuradeNavidad](#) donde se lucha contra el desperdicio de la comida y se fomenta dejar esta comida para los más desfavorecidos.

🔍 Además incluye una calculadora para poder saber con exactitud la comida que necesitaremos para evitar así el desperdicio y la contaminación del medio ambiente ♻️.

¡Únete por ti, por los demás y por el planeta!

<https://basuradenavidad.es/>



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

6 h · 🌐

España es conocido por su gran y variada gastronomía, dentro de la cual la carne de caza tiene un importante protagonismo, tanto ... [Ver más](#)



QCOM.ES

Más del 90 % de la carne de caza que se produce en España es exportada



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

3 h · 🌐

¿Quién dice que en casa no se puede ser un gran chef? Queremos que tu casa sea el mejor restaurante y una de las mejores maneras de conseguirlo es con un plato de #carnedecaza con esta genial y fácil receta de codornices en arroz.

¡Te encantará! 😊😊

#recetas #gastronomia #carnedecaza

<https://sevilla.abc.es/gurme/recetas/codornices-con-arroz/>



SEVILLA.ABC.ES

Codornices con arroz - Gurmé



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

26 ene. · 🌐

Asiccaza habla en ADN TV sobre las formaciones hosteleras de #carnedecaza que tiene la Interprofesional con el fin de potenciar su consumo.

▶ Puedes ver la entrevista aquí 12' 22" 🗣️



ADN-TV.ES

2022, un año de cambio en la normativa comunitaria que afecta a la comercialización...



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

2 d · 🌐

🇩🇪 Asiccaza divulga la presencia de la #carnedecaza en el sector cárnico alemán, siendo este uno de los principales exportadores 🦌

▶ Puedes verlo a través de este link 6' 53" 🗣️



DNA-TV.DE

Deutschland, der Marktführer unter den führenden Unternehmen. (Informatives DNA TV 03). – DNA ...



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

1 d · 🌐

👨🍳 Hoy toca ponerse el mandil de chef para elaborar este tartar de #corzo que va a dejar boquiabiertos a tus comensales. Un plato sencillo y delicioso.

¿Te animas? 😊🗣️

#carnedecaza #recetas #gastronomia



LAKASA.ES

Tartar de corzo



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

2 h · 🌐

👤 ¡Hoy os traemos una fácil y gustosa receta de conejo escabechado con jugo de naranja. ¡Anímate a prepararla en casa! 😊

#recetas #carnedecaza #asiccaza #gastronomía #conejo



SEVILLA.ABC.ES

Conejo escabechado - Gurmé

Noticias

ASICCAZA llevará a cabo una campaña de acción social y promoción de la carne de caza con el patrocinio de Rifles Bergara

La Asociación Interprofesional de la Carne de Caza Silvestre (Asiccaza) con el patrocinio de Rifles Bergara llevará a cabo un nuevo proyecto de Responsabilidad Social Corporativa y promoción de la carne de caza que arrancó en las Navidades y se desarrollará a lo largo de 2022.

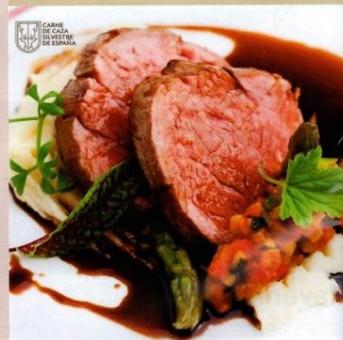
De esta manera, se distribuirán cientos de raciones de carne de caza silvestre en comedores sociales con recetas elaboradas por un chef de reconocido prestigio.

Además, a lo largo del año se trabajará con diversas Escuelas de Hostelería, a las que se donará el producto y con las que se colaborará en la formación de los alumnos. Hay que destacar que la Carne de Caza Silvestre es uno de los pilares esenciales de la alta gastronomía y una tradición culinaria en toda Europa.

La actividad cinegética ha desarrollado a lo largo de los siglos unas elaboraciones impresionables y, sin ellas, la cultura gastronómica actual no se entendería de igual manera. Por ello, la Asociación Interprofesional de la Carne de Caza tiene entre sus principales objetivos promover un aumento del valor y del consumo de la Carne de Caza, así como la formación de los futuros chefs a través de las escuelas de hostelería, con lo que se quiere potenciar e impulsar el consumo de este producto en España.

Así, en este proyecto se les presentarán las propiedades de estas carnes y se les explicará cómo enfrentarse a ellas. Además, se llevará a los alumnos a conocer los procesos de producción de la carne de caza en el campo y su procesado y comercialización en las industrias cárnicas para que conozcan de primera mano la realidad del sector.

Esta iniciativa se llevará a cabo con el respaldo de Rifles Bergara gracias a la colaboración que mantienen ambas entidades. Asiccaza agradece el apoyo y el compromiso de esta empresa, que una vez más deja clara su apuesta por el sector cinegético y su compromiso con esta actividad en general y con la carne de caza en particular. ♦



Caza EXTREMADURA 6

NADA POR ESCRITO · Opinión ⁱ

Hay que comer carne de caza

El ministro de Consumo ni siquiera propone como alternativa la carne de los animales que viven más felices y el libertad. La ideología manda...



EL LIBRO con el que más he llorado es *Adiós, Cordero*, de Clarín. El momento de más llantina es cuando los niños Pinín y Rosa se tienen que despedir de la vieja vaca Cordera porque su padre, que ha envidiado, se ve obligada a venderla para sobrevivir.

No hay mirada más acusadora (aunque, en realidad, sea más bien introspectiva) que la de los animales camino del matadero. Afortunadamente, en España, salvo excepciones, se cumplen todos los requisitos para garantizar el bienestar (de alguna manera) y la salud de los animales dedicados al consumo humano. También, a muchos les dan pena los pulpos porque son simpáticos, inteligentes pero...

En cualquier caso, resulta curiosa la defensa que se hace de la ganadería extensiva desde la izquierda sin tener en consideración las limitaciones y los costes que supone para esta ganadería, por ejemplo, la prohibición de la caza del lobo. (De la que es plenamente consciente Planas, titular de Agricultura).

Luego está la cuestión ideológica que

subyace en las declaraciones del ministro Garzón, que solo pueden considerarse como ineptas. Los animales que mejor viven en libertad son los que están en las fincas/cotos sociales de caza y que son abatidos cada fin de semana por los cientos de miles aficionados registrados en nuestro país. (La Federación estima casi un millón de licencias y los millonarios son un porcentaje ínfimo).

no es menos contaminante que esos aguacates para la tostada que gastan tantísima agua. ¿Es cara esta carne? Estos días, el kilo de venado se pagaba a tres euros y el de jabalí, a dos. Por otro lado, se trata de carnes sin medicamentos, sin grasas y... de animales que han sido felices y libres. (Habría que criticar el vergonzoso control de población que se hace en los parques nacionales. Desde hace

NADA POR ESCRITO

EMILIA LANDALUCE



Hay que comer carne de caza

En España, salvo en los pueblos y estos días en los restaurantes, se consume poca carne de caza. (Sobre todo si lo comparamos con Alemania). Sin embargo, los paletos de ciudad deberían ser conscientes de que un venado abatido en una montería (o mejor si es de caza selectiva, con un tiro en el codillo y sin estrés algu-

unos meses les meten en una jaula minúscula donde las ciervas viven aterradas sus últimos minutos).

¿Ha dicho algo Garzón al respecto? ¿Acaso no sería una buena alternativa? Como en muchos asuntos, ideología y ecologismo (el de verdad) van por sendas muy, muy diferentes.

PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES Y PRENSA



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

21 mar. · 🌐

🔍 Os dejamos más trucos y consejos para cocinar la #carnedecaza y cuál es la mejor guarnición para acompañar los platos. 🍴
¡Os encantarán! 😊

#guarniciones #asiccaza #recetas #trucosparaplatos



CONSUMER.ES

Carnes de caza: trucos de cocina y sugerencias de guarnición - Eroski Consumer



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

3 mar. · 🌐

🇪🇸 Hoy se celebra el Día Mundial de la Naturaleza y la Vida Salvaje. Te animamos a celebrarlo preparando esta hamburguesa de ciervo. 🍔
¡Acompáñalo con patatas y disfruta de este día! 😊
#recetas #hamburguesas #asiccaza #gastronomía #ciervo #CarneDeCaza

👉 https://www.directopaladar.com/recetas-de-carne-s-y-aves/hamburguesa-de-ciervo-receta-para-sorprender?fbclid=IwAR2HScUGdIxCeFzR55TEnd1hy_foAzICFwmQ_7qQ3Ecol9FXRjEI6AVE8-k



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

5 d · 🌐

¡Comenzamos! ASICCAZA llevará sin descanso la carne de caza a las escuelas de hostelería. Los alumnos de 29 escuelas recibirán una formación específica en carne de caza durante este 2022. Ayer arrancamos en Aranjuez, en la escuela de hostelería IES Alpajés con Javier Chozas como cocinero formador y más de 50 alumnos que aprendieron a cocinar la carne más natural y sostenible, nuestra #carnedecaza 🍖🦌



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza

10 h · 🌐

🐷 El Grupo Operativo de prevención frente a la Peste Porcina Africana (GO PREVPA) del que Asiccaza forma parte, continúa con su labor formativa con el taller online especializado en "Innovación en mejora de la eficacia cinegética para la regulación de poblaciones de jabalí", dirigido al subsector cinegético y personal de las administraciones públicas.

🇪🇸 Este taller gratuito se impartirá en tres fechas distintas para facilitar la asistencia: el 11 de mayo y 14 de junio en horario de mañana (10:00-13:20h.) y el 7 de junio en horario de tarde (16:00-19:20h.).



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza
15 mar. · 🌐

📅 La manifestación #20MRural comenzará en Atocha a las 11.00h ante la previsión de una asistencia masiva.

👥 Se esperan más de 200.000 personas para reivindicar un futuro para el campo.

📄 Más información: <https://bit.ly/RMan20M>

¡Nos vemos en Madrid por la #carnedecaza!



20MRURAL.ES
El 20M Rural prevé reunir a más de 200.000 personas para reivindicar un futuro para el campo



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza
16 mar. · 🌐

👉 Asiccaza se suma a la iniciativa 'Cazadores con Ucrania'. Recogida de alimentos y bienes de primera necesidad para los afectados por la guerra.

📅 Del 17 al 20 de marzo se recogerán alimentos, material sanitario y otros productos de primera necesidad que se enviarán para ayudar a las familias ucranianas 💙💚

#Cazadoresconucrania



FECAZA.COM
'Cazadores con Ucrania', la iniciativa para ayudar a los afectados por la guerra desde el sector cineg...



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza
2 h · 🌐

✓ Hoy os hablamos del escabeche: Tradicionalmente se empleaba con codornices y perdices, pero también da mucho juego con las demás carnes salvajes.

👉 Se usó durante siglos como método de conservación y hoy es tendencia por la excelencia de sus resultados.

👉 Os dejamos una receta de Javier Chozas de ensalada de perdiz escabechada con asadillo de verduras y frutos secos 🍌



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza
4 h · 🌐

👉 Desde ASICCAZA queremos dar la enhorabuena a Luis Lera por su merecido premio Alimentos de España 🇪🇸.

Gracias Luis por tu defensa de la caza y por abanderar la carne caza. Con tu permiso transcribimos el breve discurso ante el Ministro Luis Planas. No tiene desperdicio, un discurso lleno de verdad y con sabor a monte.

🙏 Desde la interprofesional siempre estaremos agradecidos por tu inmensa labor.

Discurso:

"Muchas gracias. Estoy muy contento por participar un año más en este Congreso y hoy particularmente agradecido por lo que supone para mi recibir este premio, que reconoce la defensa del producto.

En el caso del Restaurante Lera, ese producto no es otro que la carne de caza, un alimento que cumple todos los puntos del discurso actual. Es sano, de cercanía, kilómetro 0, sostenible, de economía circular... Todo esto que ahora parece moda, es simple tradición, es lo que siempre fue.

Además, la caza no entiende de desabastecimiento, ni coste de producción o de transporte. Por eso, cazar nos hace más libres, menos dependientes, más autosuficientes. Lo salvaje no se agota en el

lineal del supermercado, porque nunca estuvo ni estará allí.

La caza también es cultura, una cultura ancestral no siempre apreciada y en muchas ocasiones denostada por una sociedad moderna y urbanita, desconocedora de su entorno y ajena a él. No estoy solo en esta reivindicación. Hace tan solo unos días, fueron miles las personas que se manifestaron a favor de esta práctica y hoy quiero compartir este premio con todos ellos. Muchas gracias."



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza
6 d · 🌐

👏👏 Miles de personas pasaron por el stand de #Asiccaza en **Salón Gourmets**, la feria líder de productos de alta gama en Europa.

✅ Una vez más, hemos acercado la carne de caza silvestre a profesionales y consumidores, además de ensalzar sus propiedades, para consolidar su presencia en la #altagastronomía y en las escuelas de #hostelería.

#carnedecaza #carnesilvestre #saludable



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza
6 h · 🌐

🇪🇺 El Programa Europeo para la promoción de la Carne de Caza Silvestre arranca su tercer año de campaña para continuar poniendo en val... Ver más



Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza
1 h · 🌐

🏆 Enhorabuena a **TORRECAZA**, de Santa Cruz del Retamar (Toledo), por haber conseguido el galardón a la mejor empresa de Manipulación y Elaboración de Carne de Caza, dentro de los Premios Gran Selección 'Campo y Alma'.

👏 Un reconocimiento más que merecido.

👏 Gracias por contribuir a colocar la #carnedecaza en lo más alto.



agroclm.com

Los premios Gran Selección 'Campo y Alma', los "Oscar de la alimentación", reco...

Asiccaza - Asociación Interprofesional de la Carne de Caza
Ahora mismo · 🌐

¡El próximo domingo 8 de mayo celebramos el Día del Cazador! 🐾

👤 Estaremos en Valverde de Leganés junto a la Federación de Caza de Castilla-La Mancha impartiendo un Taller de Cocina con el chef Maguilla.

¡No te lo pierdas!



asiccaza

Caza y Conservación

«Sin perros, el sector de la carne de caza se acaba»

JAIME HURTADO, ASICCAZA

Manifiestan estar muy preocupados



Jaime Hurtado. / CONGRESO

Le gusta a **torrecaza** y 52 personas más

asiccaza El gerente de @asiccaza @jaimehurtadocena puso de manifiesto su preocupación por el camino que está tomando tanto el proyecto de la ley animalista como la reforma del código penal en materia de maltrato animal.

asiccaza



Le gusta a **jaimehurtadocena** y 18 personas más

asiccaza Hoy toca hablar del jabalí:

- ♦ Su carne resistente y de un rojo intenso, suele ser jugosa, debido a un mayor contenido en grasa.
- ♦ Cuando el jabalí es joven o jabato, es cuando la carne es más suave y delicada y ni siquiera se necesita marinarla.

asiccaza



Financiado por la Unión Europea

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

ENJOY IT FROM EUROPE

13 Me gusta

asiccaza ¿Por qué debes escoger carne silvestre?

- 👉 Es una carne que está sometida a estrictos controles de calidad y seguridad alimentaria
- 👉 El tratamiento que recibe en las salas de despiece y los procesos industriales hacen que el consumidor pueda disfrutar con total libertad del exquisito sabor y las increíbles propiedades nutricionales de las carnes.

carnesilvestre 22 h

GANA UNA PARRILLA CON PIEDRA CALIENTE



PARTICIPA EN NUESTRO PERFIL DE FACEBOOK @CARNESILVESTRE

[FACEBOOK.COM](https://www.facebook.com/carnesilvestre)

asiccaza



Financiado por la Unión Europea

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

ENJOY IT FROM EUROPE

Le gusta a **catedraldelacaza** y 7 personas más

asiccaza 🍷 Hoy se celebra el día de la Constitución Española y además de ser uno de los días más importantes del año, es la excusa perfecta para pasar más tiempo con nuestros seres queridos.

Si todavía no sabéis que comer, os dejamos el enlace a nuestra web donde podréis encontrar un sinfín de recetas. 🍖

asiccaza



Le gusta a **torrecaza** y 20 personas más

asiccaza El top cinegético de la revista @sivarious ya está aquí. Si quieres conocer los mejores restaurantes de carne de caza pincha en este link 🍷

<https://sivarious.com/b2c/critica/los-mejores-restaurantes-de-caza-de-espana-20221125-0522/>

.#carnedecaza #yocomocarnedecaza #asiccaza #caza #hunting #recetascaza

asiccaza

BERREA DEL CIERVO

ENJOY YOUR EUROPE

LA UNIÓN EUROPEA

LA UNIÓN EUROPEA RECONOCE LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS ASICCAZA

Le gusta a **jaimehurtadocena** y 9 personas más

asiccaza ¿Sabes lo que es la berrea del ciervo?

... más

asiccaza

16 Me gusta

asiccaza El sector cinegético no se prestará a maniobras políticas y exige la retirada de la Ley Animalista y la reforma del Código Penal

.Para leer todo el artículo pincha en el link de la bio o copia y pega este enlace

<https://www.fecaza.com/el-sector-cinegetico-no-se-prestara-a-maniobras-politicas-y-exige-la-retirada-de-la-ley-animalista-y-la-reforma-del>

asiccaza

BENEFICIOS SOCIALES, NUTRICIONALES Y MEDIOAMBIENTALES DE LA CAZA

CARNE SILVESTRE ESPAÑA

11 Me gusta

asiccaza La producción de Carne de Caza Silvestre:

- Colabora en la conservación de los ecosistemas, impactando positivamente en la supervivencia de muchas especies.
- Fomenta la conservación de determinadas especies.
- Evita la superpoblación.

Gracias a estos beneficios medioambientales, nutricionales y sociales, la Unión Europea

asiccaza

Le gusta a **jaimehurtadocena** y 19 personas más

asiccaza La carne de caza silvestre se posiciona como una excelente opción para los festines navideños debido a su versatilidad y propiedades únicas.

asiccaza

Le gusta a **jaimehurtadocena** y 8 personas más

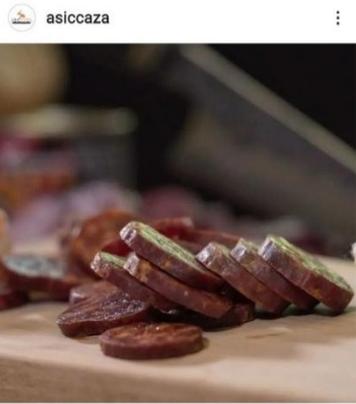
asiccaza A las puertas del fin de semana, os traemos recetas que unen y recuerdan a sabores de la infancia como esta paella de #conejo silvestre de @directopaladar:

<https://bit.ly/2xKwauu>

asiccaza Gasma

Le gusta a **jaimehurtadocena** y 37 personas más

asiccaza En nuestra apuesta por la formación en las escuelas de cocina de España para potenciar el uso de la carne de caza, damos las gracias a @gasmaes por abrirnos sus puertas y seguir mejorando la



Le gusta a **torrecaza** y 18 personas más

asiccaza ¿Pensando en los entrantes para la cena de Nochevieja? Elige embutidos de caza, te sorprenderán por su sabor y serás el rey de la fiesta.
#yocomocarnedecaza #carnedecaza #asiccaza #embutidoscaza #carnedecaza



Le gusta a **jaimehurtadocena** y 11 personas más

asiccaza Feliz Navidad 🎄👶
Desde @asiccaza queremos deseáros felices fiestas y feliz año nuevo 2023
#feliznavidad #felicesfiestas #caza #asiccaza #yocomocarnedecaza



Le gusta a **ibernatur_agropecuaria_** y 6 personas más

asiccaza En estas fechas queremos celebrar en familia y si es de la mano de Carne de Caza Silvestre de Europa todavía mejor. 🍷👉👈👉👈
Financiado por la Unión Europea
LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS
ENJOY IT'S FROM EUROPE

MEMORIA
de actividades
2022

