

'Slices of happiness': el primer food truck de Jamón Español ha triunfado en Estados Unidos

"Estados Unidos es un mercado por el que se tiene que apostar, ya que cada vez hay más demanda y crecimiento en la tasa de consumo de Jamón español", destacó Bruno Fernández, del ICEX España Exportación e Inversiones en la rueda de prensa de presentación realizada en Nubeluz by José Andrés

Las interprofesionales ASICI e INTERPORC han desarrollado en Estados Unidos una acción de promoción conjunta denominada "Slices of happiness", una campaña llevada a cabo en Nueva York y Washington D.C. que confirma que el Spanish Jamón es sinónimo de felicidad, sonrisas y alegría.

La campaña recorrió la ciudad neoyorkina, durante el 19 y 20 de marzo, regalando felicidad en forma de jamón a los afortunados turistas que paseaban por la ciudad, además de los residentes de la Gran Manzana. Y como la felicidad no tiene fronteras, además se repartió Spanish Jamón en Washington D.C., los días 22 y 23 de marzo.

El objetivo de la iniciativa fue dar a conocer en Norteamérica los múltiples beneficios que aporta el Spanish Jamón, ya que su consumo produce altos niveles de triptófano (la hormona de la felicidad), esto convierte al JAMÓN ESPAÑOL en un gran aliado para reducir la ansiedad y el estrés, siendo extremadamente beneficioso para mejorar el estado anímico.

Esta emoción generada por el cerebro es digna de ser compartida con todo el mundo, por eso desde España se ha querido regalar felicidad a los estadounidenses a través del Jamón Español, uno de los productos estrella de nuestra gastronomía.

Dicha campaña, de gran éxito en participación en el país norteamericano, es resultado de la primera colaboración entre las asociaciones ASICI e Interporc.

Estas acciones se han llevado a cabo durante toda esta semana en estas ciudades, comenzando el lunes 20 de marzo, Día Internacional de la Felicidad, cuando se llevó a cabo una rueda de prensa - desayuno degustación en la terraza "NUBELUZ by José Andrés" con medios locales para presentar todos los detalles de la campaña, en la que intervinieron, Pedro Calvo-Sotelo, cónsul para asuntos culturales de la Embajada de España en Nueva York; Bruno Fernández, director de la Oficina Comercial de España en Nueva York del ICEX España Exportación e Inversiones; y Víctor Rivera, chef de NUBELUZ by José Andrés.

Para Víctor Rivera, chef de NUBELUZ by José Andrés, "el jamón es muy especial para la cocina de NUBELUZ y en todos los restaurantes de José Andrés; es parte de nuestro ADN. Llevar este producto a las mesas de los comensales es una forma de conectar con ellos e invitarlos a vivir la experiencia del restaurante". "Personalmente, el jamón me da mucha felicidad. No sólo por lo que aprendo de él, sino

por el orgullo de usar este magnífico producto en nuestra cocina".

Por su parte, Bruno Fernández, director de la Oficina Comercial de España en Nueva York del ICEX España Exportación e Inversiones, afirmó que "el Jamón Español es un producto de primera calidad. Para el sector, Estados Unidos es un mercado por el que se tiene que apostar, ya que cada vez hay más demanda y crecimiento en la tasa de consumo de este producto. Actualmente, es el primer destino de exportación fuera de la Unión Europea".

Para concluir, Pedro Calvo-Sotelo, cónsul para asuntos culturales de la Embajada de España en Nueva York, añadió que "todo español conoce el secreto de la felicidad", indicando que "Nueva York es el imán que atrae lo mejor de España. Desde luego en la gastronomía, como es el caso del jamón, pero también en otros ámbitos como la música o el arte".

Food truck en ruta de la felicidad

Los primeros días, la campaña transitó por las calles más importantes de la ciudad de Nueva York, pasando por puntos icónicos como, Central Park, Wall Street, WTC, Times Square, Puente de Brooklyn, Chelsea Market, China Town, Rockefeller Center, y muchos otros lugares de la Gran Manzana.

En esta misma línea, un par de días después, la ruta de "Slices of Happiness" también llegó a Washington D.C., donde el food truck de la felicidad estuvo en lugares emblemáticos como El Capitolio, Catedral Nacional de Washington, Jefferson Memorial, Biblioteca del Congreso, Lincoln Memorial, Monumento Washington, y muchos más.

En total, durante los cuatro días se repartieron más de 5.000 mil bandejas de "Spanish JAMÓN" para poner en valor este producto que es estrella de nuestra gastronomía, símbolo de tradición, exquisitez y sabor.

Datos de contacto:

Glenda López
91 721 79 29

Nota de prensa publicada en: [Washington D.C.](#)

Categorías: [Internacional](#) [Gastronomía](#) [Emprendedores](#) [Restauración](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>