

INTEROVIC RECIBE EL PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2025 A LA MEJOR CAMPAÑA DE PROMOCIÓN POR 'EL PAQUITO'

El Ministerio de Agricultura reconoce el éxito de una iniciativa que ha revolucionado el consumo de carne de cordero acercándola a nuevos públicos a través de un formato innovador y con un fuerte impacto en la hostelería y el medio rural



Madrid, 3 de agosto de 2026.- La Organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y el Caprino (INTEROVIC) ha sido galardonada con el **Premio Alimentos de España 2025 a la Mejor Campaña de Promoción**, otorgado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, por la campaña '**El Paquito**', el bocadillo de lechal cordero o cabrito que desde 2019 ha conseguido transformar la percepción de esta carne, generar nuevas ocasiones de consumo y convertirse en un fenómeno gastronómico y de comunicación.

Con este reconocimiento, el Ministerio distingue una campaña que ha sabido combinar innovación, creatividad y colaboración entre toda la cadena de valor (ganaderos, industria, carnicerías y hostelería) para acercar la producción de nuestro sector a un consumidor más joven, generando un modelo de promoción que hoy es un referente dentro del sector agroalimentario español.

Una campaña que ha creado una nueva forma de consumir cordero

Nacido en 2019 como respuesta a la necesidad de rejuvenecer el consumo de carne de cordero y poner en valor un corte tan versátil como el filete de pierna, El Paquito ha conseguido convertir un producto tradicional en una propuesta moderna, accesible y adaptada a los nuevos hábitos de consumo. La campaña apostó por un concepto sencillo, un bocadillo elaborado con carne de lechal, cordero o cabrito nacional que cada establecimiento interpreta con su propio estilo, favoreciendo que la hostelería hiciera suyo el proyecto y multiplicando su alcance.

Lejos de plantearse como una campaña publicitaria convencional, INTEROVIC desarrolló una estrategia colaborativa en la que el sector hostelero se convirtió en el principal embajador de la iniciativa, mientras la interprofesional impulsaba la comunicación, los materiales promocionales y las acciones de difusión para consolidar la marca en toda España.

Un reconocimiento a una estrategia pionera

El jurado ha valorado especialmente el carácter innovador de una campaña que ha logrado crear una nueva ocasión de consumo para la carne de cordero, impulsar las ventas y reforzar el vínculo entre producción, distribución y restauración.

Desde su lanzamiento, El Paquito se ha convertido en un clásico en cientos de bares y restaurantes de toda España, hasta el punto de que cerca del **40 % de los establecimientos que se incorporan a la campaña mantienen el bocadillo en carta una vez finalizada la promoción**, consolidándolo como una oferta estable para sus clientes.

Además, según el estudio de hábitos de consumo elaborado por IKERFEL, **5,6 millones de españoles ya reconocen la marca El Paquito**, mientras que la demanda generada por la iniciativa ha contribuido a incrementar la presencia de nuevos formatos de cordero en la distribución y carnicerías.

El Mejor Paquito de España

Además, la campaña continúa realizando el concurso del Mejor Paquito de España, un certamen que reconoce la creatividad y el talento de la hostelería a la hora de reinterpretar este icónico bocadillo de lechal, cordero o cabrito. Los ganadores regionales de la edición 2026, que competirán por el título nacional, son Pacto Raíz (Madrid), Contracorrent (Cataluña), Maestro Bar (Comunidad Valenciana), La Cerdanya (Murcia), Vaova Gastro (Extremadura) y El Ambigú (Aragón), mientras que los representantes de Castilla-La Mancha y Navarra se conocerán durante el mes de agosto. La gran final tendrá lugar el próximo 28 de septiembre en Madrid, donde se elegirá el Mejor Paquito de España 2026.

Comunicación, hostelería y desarrollo rural

Uno de los elementos diferenciales de la campaña ha sido su capacidad para implicar a todos los agentes del sector en una estrategia de comunicación 360°, combinando acciones en medios, redes sociales, publicidad exterior, relaciones públicas, eventos gastronómicos y colaboraciones institucionales.

En estos años, la campaña ha conseguido superar los **4 millones de usuarios únicos impactados**, generar **846 apariciones orgánicas en medios de comunicación** con una audiencia acumulada superior a **250 millones de personas** y obtener un retorno estimado superior a **15 euros en valor mediático por cada euro invertido en comunicación**.

Más allá de los resultados de comunicación, El Paquito ha contribuido a poner en valor la carne de origen nacional, apoyar la actividad de miles de ganaderos, dinamizar la hostelería y reforzar el papel del ovino y el caprino como motores económicos de las zonas rurales, promoviendo un modelo de consumo que beneficia a toda la cadena agroalimentaria.

"Este premio reconoce el trabajo conjunto de ganaderos, comercializadores, carniceros, cocineros y hosteleros que han hecho posible que El Paquito haya dejado de ser una campaña para convertirse en un movimiento capaz de acercar el lechal, el cordero o el cabrito a una nueva generación de consumidores. Es un reconocimiento para todo el sector y una motivación para seguir innovando y poniendo en valor uno de los grandes productos de nuestro país", señala Raúl Muñoz, presidente de INTEROVIC.

INTEROVIC recibe este galardón por segunda vez en la categoría de Promoción de los Premios Alimentos de España. El primero le fue concedido en 2018 por la campaña **"Carne de lechal, cordero y cabrito. Sostenible y natural"**, una iniciativa orientada a poner en valor la ganadería ovina y caprina como actividad esencial para el desarrollo del medio rural, destacando su contribución a la sostenibilidad ambiental, la cohesión social y la dinamización económica de nuestros territorios.

Compromiso con la Sostenibilidad

En línea con su nueva campaña europea "Celebra lo cotidiano con cordero", INTEROVIC resalta los **beneficios medioambientales del consumo de la carne de cordero y caprino, dos de las carnes**

más sostenibles dentro de la Unión Europea. Su producción en España, realizada en más de 110.000 granjas de ovino y 75.000 de caprino en áreas rurales, contribuye significativamente a la preservación de los paisajes naturales, mejora la fertilidad del suelo y apoya la biodiversidad. Además, estas granjas rurales son esenciales para el desarrollo económico en áreas que, de otro modo, no podrían destinarse a otros usos agrícolas.

Más información: belen@loboagenciadigital.com

Sobre INTEROVIC:

La Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y el Caprino de Carne (INTEROVIC) es una Organización sin ánimo de lucro, reconocida por el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación (MAPA), que agrupa a todos los subsectores de esta actividad ganadera. Su función principal es fomentar el consumo de la carne de lechal, cordero y cabrito, comunicar sus magníficas cualidades organolépticas y saludables y transmitir a la sociedad su carácter sostenible.

Sus últimos tres grandes proyectos han estado enfocados a:

- La renovación total que supuso la imagen del producto gracias a la introducción en el canal de nuevos cortes y presentaciones.
- Impulsar el eje de la sostenibilidad del sector ovino y caprino gracias a su método de producción.
- Buscar nuevos consumidores en otras regiones del mundo e incrementar el número de las exportaciones.

Sobre CELEBRA LO COTIDIANO CON CORDERO:

La campaña "Celebra lo Cotidiano con Cordero" Sostenible y Europeo, es una campaña europea dirigida en promover el consumo de productos de ovino y caprino en los mercados de España y Hungría. La iniciativa incluye acciones promocionales como eventos de prensa, ferias, web, acciones de Social Media, campañas digitales y en medios tradicionales como la televisión, relaciones públicas y actividades en el marco de la Eurocopa femenina o la creación de platos preparados para su inserción en la distribución con el objetivo final de aumentar la concienciación y el conocimiento de estos productos en los mercados deseados.

La campaña se centrará en trabajar para que los consumidores se fijen en la importancia de consumir productos de origen europeo. Por su trazabilidad, la defensa del bienestar animal, la garantía que ofrece en cuanto a calidad y seguridad alimentaria de los productos que van de la granja a la mesa, el Modelo de Producción Europeo es el más estricto del mundo y por tanto INTEROVIC trabajará por acercarlos en cada una de sus acciones a todo tipo de públicos.

Para más información acerca de la campaña sobre el "Lechal, Cordero y Cabrito Sostenible & Europeo" visita la página web www.canalcordero.com.

Para cualquier pregunta o detalles adicionales, por favor, contactanos en el correo de celebrate@interovic.es

La Organización Interprofesional del Ovino y Caprino, INTEROVIC, como entidad aglutinadora de las carnes del lechal, cordero y cabrito, ha recibido el apoyo de la Unión Europea para desarrollar un plan para acercar los valores de estos alimentos para los ciudadanos y el medio ambiente. Durante los años 2025, 26 y 27 esta acción multi-país contempla una completa agenda promocional y divulgativa en España y Hungría.

Para más información sobre recomendaciones dietéticas, puede consultar en el siguiente enlace: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/educanaos/come_sano_muevete.pdf