DISCOVER THE EUROPEAN

CHEESTORIES

WITH CHEESES FROM SPAIN

DOSSIER DE PRENSA

Quesos europeos de origen español en Estados Unidos
Nueva etapa 2026-2028 · Año 1

MENSAJE CENTRAL

Cheestories convierte el queso europeo de origen español en una historia que se prueba, se comparte y se recomienda: del relato de origen al momento real de consumo, compra y prescripción en Estados Unidos.

Mercado objetivo	Áreas prioritarias	Target B2B	Target B2C	Concepto
Estados Unidos	Nueva York y Florida / Miami	Trade, HORECA, importadores, chefs, retailers y prensa especializada	HispaFoodies 25-54, urbanos, digitales y gourmet	From cheese stories to cheeseboard moments

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

CHEESES FROM SPAIN

Co-funded by the European Union

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Índice

1. El punto de partida
2. Resumen ejecutivo
3. Reto de mercado y oportunidad estadounidense
4. Públicos objetivo y áreas prioritarias
5. Plataforma estratégica de campaña
6. Plan de acción Año 1
7. Nuestros quesos: diversidad europea con origen español
8. DOP/IGP: origen, autenticidad y protección europea
9. Modelo europeo de producción
10. Mercado del queso en EE. UU. y comercio UE-EE. UU.
11. Sector lácteo español y comercio de quesos
12. Beneficios de los lácteos
13. Resultados esperados, métricas y aprendizajes
14. Mensajes para portavoces
15. Boilerplate institucional y contacto

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

CHEESES FROM SPAIN

Co-funded by the European Union

ENJOY IT'S FROM EUROPE

1. Cheestories abre una nueva fase en Estados Unidos

La Organización Interprofesional Láctea (InLac) inicia una nueva etapa de la campaña europea Discover the European Cheestories , orientada a reforzar el posicionamiento de los quesos europeos de origen español en Estados Unidos, uno de los mercados extracomunitarios más estratégicos para el sector quesero europeo.

La campaña se apoya en los resultados obtenidos por Cheestories en su fase 1 y evoluciona hacia una propuesta más experiencial, participativa y conectada con las nuevas formas de consumo: las cheese boards, el descubrimiento de productos con origen, la cultura foodie, la influencia digital, la activación en puntos de venta gourmet y la prescripción profesional.

Cheestories mantiene el mensaje europeo de calidad, diversidad, trazabilidad, sostenibilidad y autenticidad, pero lo acerca al consumidor estadounidense a través de momentos de disfrute, contenidos visuales, eventos, ferias, retail especializado y experiencias gastronómicas con capacidad de recomendación.

MENSAJE CLAVE PARA MEDIOS

Cheestories quiere convertir el queso europeo de origen español en una historia que se prueba, se comparte y se recomienda en Estados Unidos.

Un punto de partida excelente: aprendizajes de Cheestories 1

La fase anterior consolidó el posicionamiento del queso europeo de origen español en Estados Unidos mediante ferias profesionales, contenidos audiovisuales, acciones con influencers, presencia en medios, reportajes, materiales divulgativos y una plataforma B2B de conexión con operadores.

Indicador de Cheestories 1	Resultado / aprendizaje
Recuerdo de campaña B2C	43,4% del público entrevistado reconoce haber estado en contacto con la comunicación.
Alcance estimado	11,2 millones de individuos impactados sobre el target analizado.
Valoración positiva	80,3% de quienes recuerdan la campaña la valoran entre 7 y 10.
Conocimiento generado	71,4% afirma que la campaña aumentó su conocimiento sobre los quesos europeos.
Atributos de producto	Calidad, autenticidad, seguridad alimentaria, bienestar animal y sostenibilidad aparecen como ejes reforzados.
Sellos europeos	37,9% reconoce DOP/IGP y les atribuye valor; 34,8% identifica Enjoy it's from Europe cuando se le muestra.

2. Resumen ejecutivo

Cheestories nace como una campaña europea de promoción e información de tres años de duración para consolidar el trabajo iniciado en Estados Unidos, reforzar la presencia comercial de los quesos europeos de origen español y aumentar su relevancia entre públicos profesionales y consumidores estratégicos.

El programa combina notoriedad, educación, prescripción y activación comercial. No se limita a explicar que Europa produce quesos de calidad: busca demostrarlo en espacios de experiencia, en ferias profesionales, en tiendas gourmet, en contenidos digitales y en momentos de consumo social como las tablas de queso.

Dimensión	Objetivo estratégico
Económica	Incrementar las ventas de quesos europeos en EE. UU. o amortiguar el impacto de posibles tensiones arancelarias.
B2B / Canal profesional	Convertir el queso europeo en un producto estratégico y diferencial para trade, HORECA, tiendas especializadas, prescriptores gourmet e importadores.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

B2C / HispaFoodie	Aumentar conocimiento, familiaridad y percepción positiva entre consumidores hispanos foodies, urbanos y digitales.
Posicionamiento	Asociar el queso europeo con origen, calidad, autenticidad, diversidad, sostenibilidad, trazabilidad y bienestar animal.
Institucional / UE	Dar continuidad al relato europeo de calidad diferenciada en Estados Unidos, reforzando DOP/IGP y Enjoy it's from Europe.

En síntesis, la campaña busca consolidar el queso europeo como una categoría premium, diferenciada y confiable, capaz de crecer comercialmente en escenarios favorables y resistir mejor en escenarios adversos.

3. El reto de mercado y la oportunidad estadounidense

Un mercado grande, sofisticado y muy competitivo

Estados Unidos es un mercado de enorme potencial, pero también altamente competitivo. Es un gran productor y consumidor de queso, con una oferta local muy amplia y una presencia relevante de importaciones europeas y de otros orígenes. En este contexto, el reto para los quesos europeos no es únicamente ganar visibilidad, sino construir una preferencia clara, sostenible y reconocible.

Reto	Lectura estratégica
Comercial	Defender y ampliar la posición del queso europeo en un contexto de presión competitiva, sensibilidad al precio y posibles tensiones arancelarias.
Cultural	Explicar al consumidor estadounidense por qué el origen europeo, las DOP/IGP, la tradición y el modelo de producción aportan valor diferencial.
Conversión	Llevar el relato europeo al momento de compra: tiendas gourmet, ecommerce, ferias, restauración y experiencias de degustación.
Prescripción	Activar una red de chefs, importadores, retailers, medios e influencers capaz de recomendar el producto con credibilidad.

La oportunidad: gourmet, origen, cheese boards y comunidad hispana

El mercado estadounidense muestra una demanda creciente de quesos gourmet, productos con origen, experiencias gastronómicas internacionales y formatos de consumo compartido. Las cheese boards se han consolidado como un territorio visual y social especialmente relevante para introducir variedades europeas, explicar su origen y generar nuevos usos en el hogar, la restauración y los momentos de celebración.

La oportunidad es especialmente clara entre consumidores urbanos, de poder adquisitivo medio y alto, interesados por la cocina internacional, los productos premium y los alimentos con historia. Dentro de este universo, el público hispano foodie representa un segmento estratégico por su afinidad cultural con España, su interés por la gastronomía mediterránea y su elevada actividad digital.

4. Públicos objetivo y áreas prioritarias

Target B2B: influencia, prescripción y canal

El target profesional es prioritario porque condiciona la entrada, recomendación y visibilidad del producto en el mercado. Incluye importadores, distribuidores, responsables de compra, chefs, restauradores, cheesemongers, retailers especializados, prensa gastronómica, medios lifestyle y líderes de opinión.

- Profesionales trade: importadores, distribuidores, compradores de cadenas gourmet, supermercados y tiendas especializadas.
- Profesionales HORECA: chefs, responsables de compra de restaurantes, hoteles, catering y espacios gastronómicos.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

- Medios y líderes de opinión: periodistas, creadores de contenido, chefs mediáticos, prescriptores gourmet y perfiles con capacidad de amplificación.

Objetivo: reforzar el queso europeo como producto estratégico, fiable, diferencial, sostenible y con valor añadido para el canal.

Target B2C: HispaFoodies

El consumidor HispaFoodie es un perfil de origen hispano residente en Estados Unidos, entre 25 y 54 años, con interés activo por la alimentación, la cocina, el lifestyle y las experiencias gastronómicas. Es un público bicultural, digital, abierto a nuevos sabores y especialmente receptivo a productos que combinan autenticidad, origen, calidad y disfrute social.

- Valora la calidad, la variedad y el origen de los alimentos.
- Combina tradición familiar con hábitos de consumo contemporáneos.
- Consume contenidos gastronómicos en redes sociales y comparte recomendaciones.
- Tiene afinidad con España, la cocina mediterránea y los productos europeos.
- Es idóneo para activar cheese boards, recetas, maridajes y momentos de consumo compartido.

Nueva York y Florida / Miami

Área	Rol estratégico	Función en campaña
Nueva York	Capital gastronómica y mediática, con fuerte concentración de prensa, retailers gourmet, importadores, chefs, ferias profesionales y consumidores foodies.	Prestigio, prensa, ferias, retail premium y B2B.
Miami / Florida	Hub hispano, latino y lifestyle, con afinidad cultural, fuerte peso de consumidores hispanos y oportunidad para activar el producto desde experiencia, retail y eventos.	Hispano foodie, lifestyle, POS, eventos y OOH.
Lógica conjunta	Nueva York aporta autoridad, prensa e influencia profesional; Miami aporta conexión cultural, proximidad con el consumidor hispano y potencial visual.	Cobertura, experiencia, prescripción y conversión.

5. Plataforma estratégica de campaña: de las historias de origen a las historias compartidas

El paso hacia Cheestories marca una evolución natural: la campaña sigue construyendo una gran historia de origen, pero la transforma en una experiencia más real, tangible y visual. El queso europeo sabe más porque conserva el sabor de su elaboración centenaria, la tradición, la pasión y el saber hacer de generaciones.

La ruta se materializa como un recorrido gastronómico por España a través del sabor, con paradas que permiten descubrir la riqueza y diversidad de los quesos europeos. El road trip de Eric y Jess Smith mantiene un tono cercano y narrativo, mientras que la cheese board se convierte en el símbolo central de esta evolución: un formato visual, compartible, flexible y alineado con la cultura foodie estadounidense.

CLAIM INSTITUCIONAL

DISCOVER THE EUROPEAN CHEESTORIES WITH CHEESES FROM SPAIN

DESARROLLO PARTICIPATIVO

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Territorio narrativo	Aplicación comunicativa
Origin	Un viaje por variedades, regiones, razas y métodos de elaboración. Cada queso cuenta una historia de lugar y carácter.
Nature	Biodiversidad, razas autóctonas, paisajes, pastos y coexistencia respetuosa con el entorno.
Quality	El modelo europeo de producción como garantía de seguridad alimentaria, trazabilidad, tradición y control.
Culture	El queso como patrimonio gastronómico vivo: de la tradición rural a la cocina contemporánea.
Inspiration	El queso europeo como ingrediente creativo para chefs, foodies, cheese boards, brunch, aperitivo y celebraciones.

6. Plan de acción Año 1

Gabinete de comunicación y RR. PP.

Se establecerá un gabinete de prensa permanente encargado de liderar la estrategia editorial y de relaciones públicas del programa. Su objetivo será amplificar los mensajes clave sobre el queso europeo: calidad diferenciada, sostenibilidad, riqueza cultural, diversidad, trazabilidad y autenticidad.

- Dossier de prensa estructurado por origen europeo, tipos de leche, maridajes, sostenibilidad y sellos DOP/IGP.
- Mínimo de tres notas de prensa anuales, coordinadas con hitos de campaña.
- Vídeo-noticia anual con estética documental y distribución a través de servicios especializados.
- Media pitching individualizado a prensa gastronómica, lifestyle, trade, sostenibilidad e hispana.
- Materiales descargables: mapas de origen, recetas, tablas de quesos, cifras de mercado y press kit digital.

Eventos para prensa y prescriptores

Los eventos experienciales permitirán activar el producto en vivo y generar contenido relevante para medios, redes sociales e influencers. Estos encuentros deben ofrecer una inmersión sensorial en el universo del queso europeo.

- Encuentros PR en espacios singulares, como galerías de arte, azoteas o espacios gastronómicos.
- Degustaciones por tipo de leche y catas guiadas bajo el territorio “Aromas de Europa”.
- Cenas experienciales B2B para distribuidores gourmet, chefs y prensa especializada.
- Entrega de press kit físico o digital con storytelling, datos de mercado, cifras de exportación y contenidos descargables.

Ferias profesionales

La participación en ferias estratégicas permitirá dar a conocer los quesos europeos a un público profesional cualificado, generar oportunidades B2B y aumentar la visibilidad de la campaña en un entorno especializado.

- Stand de 20 m² con experiencia de marca y activación comercial.
- Degustaciones de una selección de quesos europeos, destacando diversidad y origen.
- Presentaciones didácticas lideradas por una maestra quesera.
- Espacio para reuniones B2B entre productores europeos y compradores norteamericanos.
- Año 1: Summer Fancy Food Show, Nueva York, del 28 al 30 de junio de 2026.

Activaciones en punto de venta gourmet

Las acciones en tiendas gourmet de Nueva York y Miami refuerzan el vínculo con el consumidor en el momento de compra y ayudan a transformar la notoriedad en prueba, recomendación y conversión.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

- Activaciones de 4 a 6 horas con personal especializado.
- Mini stand o carrito promocional con materiales de visibilidad.
- Banners, flyers, cartelería, señalética, códigos QR y storytelling en tienda.
- Incentivo a compra mediante merchandising exclusivo para consumidores que adquieran quesos europeos.
- Tiendas objetivo: Murray's Cheese, Bedford Cheese Shop, Eataly, Zabar's, Fairway Market o Whole Foods, entre otras posibles ubicaciones.

Cheese Board Live in POS

El evento insignia de lanzamiento de la acción retail se plantea en un punto de venta emblemático de Nueva York, con cobertura audiovisual de HOLA TV y difusión en HOLA Américas. La activación conectará experiencia en tienda, creación de contenido, prescripción y difusión mediática.

1. Decoración y experiencia en tienda: corner tematizado, materiales de campaña, storytelling y atención por experto quesero.

2. Participación de influencer: creación en vivo de una tabla de quesos, interacción con público y dinamización en redes sociales.

3. Producción audiovisual: entrevistas, ambiente, elaboración de tabla y piezas adaptadas para redes sociales.

4. Difusión mediática: emisión en La Hora HOLA, publicación en HOLA Américas, amplificación social y conexión con el microsite de campaña.

Digital, ecommerce, social media y OOH

La campaña se complementará con campañas de display, pre-roll, YouTube, social ads, activaciones en ecommerce gourmet, contenidos en Instagram y actualización de cheestories.eu como hub informativo. En Miami, la publicidad exterior de alto impacto permitirá reforzar awareness entre público hispano foodie y profesional en contextos de ocio, lifestyle y gastronomía.

7. Nuestros quesos: diversidad europea con origen español

La campaña pondrá en valor una oferta amplia y diversa de quesos europeos de origen español: quesos de oveja, cabra, vaca y mezcla; quesos azules; quesos de las islas; quesos con DOP/IGP; y variedades singulares de alto potencial gourmet. Cada categoría funcionará como una parada del viaje Cheestories: una forma sencilla, visual y apetecible de explicar origen, sabor, tradición y uso gastronómico al público estadounidense.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Quesos azules europeos

La **#cheestorie** detrás del **queso azul europeo** es una historia llena de **tradición, cultura** y, por supuesto, **sabor.** ¿Sabías que es un **queso azul** caracterizado por su **intensidad,** que se elabora con **leche de vaca** o una **mezcla de leche de vaca, oveja y cabra?**

Entre **los quesos azules europeos destacan** el **Gamoneu,** el **azul P.G.I Valdeón** o el mítico **queso CABRALES P.D.O.** ¿Su secreto? El lugar donde maduran: **las cuevas de los Picos de Europa.**

Allí, los quesos pasan al menos **dos meses** tras su fase de elaboración, madurando en este ambiente húmedo y fresco hasta alcanzar una **textura y sabor únicos.**

Este proceso hace que estos quesos tengan un **olor penetrante, sean mantecosos en el paladar y tengan un regusto picante más o menos intenso,** dependiendo del tipo de leche y del tiempo de maduración.

Intensos, cremosos y con personalidad. Están asociados a territorios de montaña, cuevas naturales, humedad, maduración lenta y un saber hacer muy reconocible. En una cheese board aportan carácter, contraste y un punto gourmet inmediato.

Ejemplos DOP/IGP y referencias	Maridaje recomendado
Cabrales D.O.P., Azul de Valdeón I.G.P. y Gamoneu D.O.P.	Vinos dulces, sidra natural, cervezas artesanas con notas tostadas, frutos secos, miel y panes rústicos.

CABRALES

GAMONEU

VALDEÓN

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

CHEESES FROM SPAIN

Co-funded by the European Union

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Quesos europeos de mezcla

Casi **la mitad de los quesos europeos** de origen español se elaboran con **una mezcla de leche de vaca, cabra y oveja.**

La leche de vaca es la más utilizada para hacer queso en España. Al preparar un queso mixto, **la leche de vaca** proporciona la cantidad suficiente, así como la base para el **sabor y la acidez,** mientras que **la leche de cabra** aporta el **color blanco** y un **sabor picante o ácido. La leche de oveja,** en cambio, mejora el sabor, **la consistencia,** el aroma y el contenido de grasa **del queso.**

Dependiendo del tiempo que **pasen madurando,** pueden ser **quesos blandos** cuando maduran durante 7 días, **semicurados** si maduran entre 20 y 35 días, **quesos curados** entre 45 y 105 días, o **quesos viejos,** que son aquellos que maduran más tiempo, concretamente de 100 a 180 días.

Dentro de estos quesos, **el queso mixto europeo más común en España** es el **tipo ibérico,** elaborado con una mezcla de las tres leches (al menos 50% leche de vaca, 30% leche de cabra y 10% leche de oveja).

Ejemplos y referencias	Maridaje recomendado
Queso Castellano , quesos tipo ibérico de mezcla y referencias regionales elaboradas con combinaciones de leches.	Blancos jóvenes, tintos ligeros, vermut artesano, frutas frescas, membrillo, almendras y crackers.

IBERIAN BLENDED

MANCHEGO

IDIAZABAL

CASTELLANO

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

CHEESES FROM SPAIN

Co-funded by the European Union

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Quesos europeos de oveja

Uno de los quesos europeos de origen español más destacados es el queso de oveja, como P.D.O Idiazabal, P.G.I. Queso Castellano, D.O.P Queso Zamorano y, por supuesto, el D.O.P Manchego.

El **queso P.D.O Manchego** es el queso europeo, de origen español, **que se consume más en Estados Unidos.** Para que un queso se llame manchego, debe hacerse con **leche de oveja de La Mancha** y **madurar al menos 30 días.**

Este queso se distingue por su **pasta prensada, color natural y sabor ácido,** con un **toque ligeramente intenso,** pero con un sabor exquisito. También se caracteriza por tener un patrón en la corteza y estar dividida en cuatro partes iguales.

Ejemplos DOP/IGP y referencias	Maridaje recomendado
Manchego D.O.P., Idiazabal D.O.P., Zamorano D.O.P., Roncal D.O.P. y Queso Castellano I.G.P.	Tintos con estructura, Tempranillo, vinos de crianza, aceitunas, frutos secos, pan de masa madre y embutidos curados.

GOAT ROLLER

CAMERANO

PAYOYO

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

CHEESES FROM SPAIN

Co-funded by the European Union

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Quesos europeos singulares

En Europa hay muchos quesos que reciben este nombre, como el **queso Tetilla, Afuega el Pitu**, **P.D.O Torta del Casar,** o un queso único producido en Murcia, España, con un ingrediente único... **P.D.O. Murcia al vino,** que es **el segundo queso europeo más exportado,** de origen español, a **Estados Unidos.**

Para elaborar este **delicioso queso solo se puede usar** leche de cabra murciano-granadina **y** vino, **que debe ser tinto y procedente de la región de Murcia, concretamente la** variedad de uva Monastrel.

Una vez preparado, el **queso madura durante 45 días** hasta alcanzar su increíble **textura cremosa,** su **sabor ácido** y su **intenso aroma a vino.**

Si te gusta el queso y el vino, ¡tu queso es **Murcia al vino!**

Ejemplos DOP/IGP y referencias	Maridaje recomendado
Murcia al Vino D.O.P., Torta del Casar D.O.P., Afuega'l Pitu D.O.P., Queso Tetilla D.O.P., San Simón da Costa D.O.P. y Queso de La Serena D.O.P.	Blancos con crianza, tintos jóvenes, cervezas tostadas, uvas, higos, mermeladas y panes artesanos.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Quesos europeos de cabra

Hay muchos **quesos europeos** hechos solo con **leche de cabra,** como **el queso Payoyo,** el queso **Camerano de la P.D.O. ...** o el mítico **Rulo de cabra** usado en todas las cocinas del mundo.

Su **tiempo de maduración** es **de una semana,** tiempo suficiente para que un moho blanco llamado **penicilo** haga su magia, cambiando la estructura del queso y dándole **el aroma** perfecto y **su sabor característico.** Un **sabor ácido, suave en el paladar** y con matices que recuerdan a **la tierra** y **la madera húmeda.**

Además, es un queso que combina perfectamente con una infinita variedad de sabores, ya **sean dulces o salados.**

Ejemplos DOP/IGP y referencias	Maridaje recomendado
Camerano D.O.Py referencias como Payoyo o el rulo de cabra	Blancos aromáticos, Albariño, Sauvignon Blanc, rosados frescos, miel, frutos rojos, nueces y frutas tropicales.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

CHEESES FROM SPAIN

Co-funded by the European Union

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Quesos de las islas

Entre los **quesos europeos de** origen español, destacan los **quesos de las islas**, como el **queso P.D.O Majorero** o el **queso canario ahumado,** ambos procedentes de las Islas Canarias.

El **queso P.D.O Majorero** se elabora con **leche de cabra,** que se da mejorana durante el pasto, y madura en **climas templados.**

En las **Islas Baleares,** el **queso P.D.O. Mahón Menorca** se elabora con **leche frisona de vaca** procedente de la isla de Menorca. Solo se considera **artesanal** cuando **no se utilizan conservantes en su producción.**

Ejemplos DOP/IGP y referencias	Maridaje recomendado
Majorero D.O.P., Mahón-Menorca D.O.P., Queso Palmero D.O.P. y quesos canarios ahumados o madurados en territorios volcánicos.	Vinos canarios, blancos minerales, cava brut, cervezas rubias artesanas, almendras, frutas y panes crujientes.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

LECTURA PARA MEDIOS ESTADOUNIDENSES

Las DOP e IGP ayudan a contar de forma sencilla qué hace diferente a un queso europeo: no son simples nombres, sino garantías de origen, método, reputación y vínculo territorial. Para Cheestories, cada sello es una herramienta de storytelling y una prueba tangible de autenticidad.

8. DOP/IGP: origen, autenticidad y protección europea

Las **Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) son sellos de calidad reconocidos por la Unión Europea** que garantizan el origen, la autenticidad y las características únicas de determinados productos agroalimentarios, entre ellos los quesos.

La principal diferencia entre ambos sellos radica en el grado de vinculación con el territorio. En la DOP, todas las fases del proceso —producción, transformación y elaboración— deben realizarse en la zona definida. En la IGP, basta con que al menos una de estas fases esté vinculada al área geográfica.

Sello	Qué garantiza	Valor comunicativo
DOP	Origen geográfico y realización de todas las fases en la zona definida.	Máximo vínculo con territorio, tradición, método y autenticidad.
IGP	Vínculo territorial de al menos una fase del proceso y reputación asociada al origen.	Facilita explicar reputación, calidad diferenciada y protección frente a imitaciones.

España ocupa un lugar destacado dentro del mapa quesero europeo, con denominaciones emblemáticas como Manchego, Cabrales, Idiazabal, Mahón-Menorca, Tetilla, Zamorano, Murcia al Vino, Majorero, Torta del Casar o San Simón da Costa, entre otras. Estas figuras no solo protegen la autenticidad del producto, sino que contribuyen al desarrollo económico de las zonas rurales y preservan patrimonio gastronómico europeo.

9. El modelo europeo de producción

Los quesos europeos se elaboran bajo uno de los marcos normativos más exigentes del mundo en materia de seguridad alimentaria, trazabilidad, bienestar animal, sostenibilidad y control de calidad. Este modelo debe comunicarse como una ventaja competitiva frente a producciones de terceros países con estándares diferentes.

Valor europeo	Traducción para el mercado estadounidense
Calidad y seguridad alimentaria	Control de la materia prima, procesos regulados, trazabilidad y garantías para el consumidor.
Origen y diversidad	Quesos vinculados a territorios, razas, climas, técnicas y tradiciones locales.
DOP/IGP	Sellos que protegen autenticidad, método de producción, territorio y reputación.
Sostenibilidad	Compromiso con economía circular, reducción de emisiones, gestión de recursos y conservación del medio rural.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Bienestar animal	Sistemas productivos orientados a cuidados, manejo responsable y certificaciones.
Ruralidad y cultura	El queso como motor económico, social y cultural de territorios rurales europeos.

Alineación con PAC, Pacto Verde y estrategia De la Granja a la Mesa

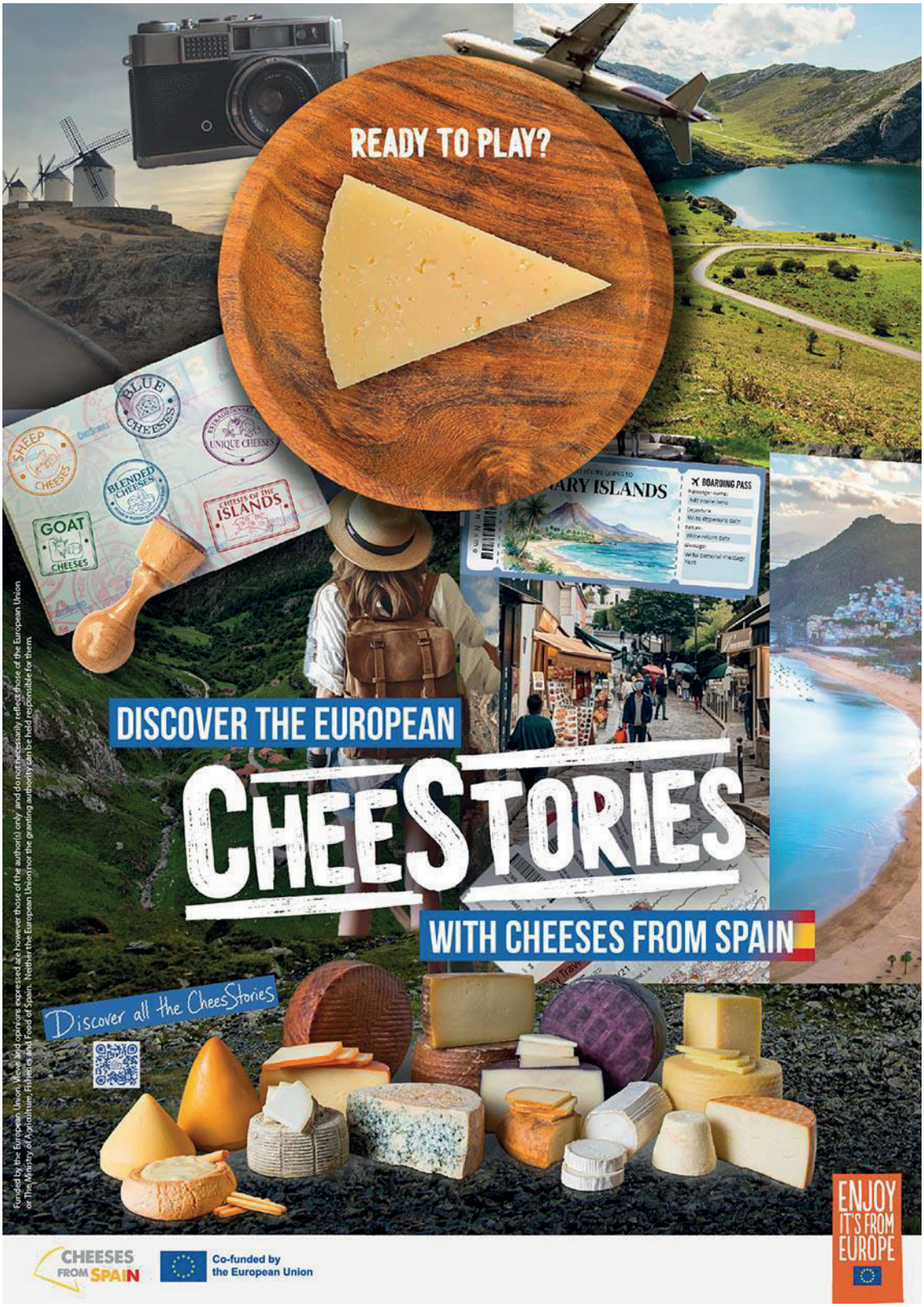
El sector lácteo y quesero europeo trabaja en consonancia con los objetivos establecidos por la Política Agraria Común, el Pacto Verde Europeo y la Estrategia De la Granja a la Mesa. La protección del medio ambiente, la seguridad alimentaria, la sostenibilidad de la cadena y la calidad del producto son pilares centrales de este enfoque.

Compromiso climático, ruralidad y bienestar animal

Cuando un consumidor estadounidense elige un queso de origen europeo, respalda un sector comprometido con la gestión responsable del territorio, el mantenimiento de pastos, la prevención de la erosión del suelo, la protección de la vegetación, la reducción del riesgo de incendios forestales asociada al pastoreo y el mantenimiento de la economía rural.

La producción de quesos constituye además un elemento estratégico para dinamizar el medio rural. Genera actividad económica en la producción de leche, la transformación, la distribución, la restauración y el canal gourmet, aportando valor a todos los eslabones de la cadena.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



DESCUBRE EL ORIGEN

Imagina una historia con más de **150 protagonistas.** Una historia con **27 denominaciones de origen y 5 indicaciones geográficas protegidas.** Una historia que transcurre en **una cueva fría y húmeda** en el **sur de Europa,** en el norte de España, en **una maravillosa isla** bañada por el **mar Mediterráneo,** o en la inmensidad de una **tierra mítica** protegida por **castillos y caballeros andantes.** Esta es la historia de las **más de 150**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

CHEESES FROM SPAIN

Co-funded by the European Union

ENJOY IT'S FROM EUROPE

variedades de queso que se producen en el sur de Europa, en España, cada una con su **propio carácter,** su **personalidad,** su sabor **y** aroma únicos. Una historia tan increíble que queremos contarla a todo el mundo.

DESCUBRE LA CULTURA

La historia de **los quesos europeos,** de origen español, comienza muchos siglos antes de que España siquiera se llamara España... muchos **años antes de que los romanos inventaran sus métodos para conservar quesos ahumados** o Miguel de Cervantes escribiera su novela más **universal «Don Quijote de La Mancha».** En España, **los quesos han formado parte de nuestra tradición y cultura desde tiempos inmemoriales.** Una historia que se remonta a los primeros pueblos nómadas de la península ibérica y que llega hasta nuestros días en forma de código QR digital para que puedas descubrir todas estas historias. No nos digas que esto no es una combinación de **tradición y modernidad...**

DESCUBRE LA NATURALEZA

Hay historias en las que **la naturaleza se convierte en otro protagonista.** Como en las historias de los **quesos europeos.** Donde la naturaleza y **la biodiversidad única** conviven de forma armoniosa y respetuosa con una gran variedad de razas autóctonas de ganado, oveja y cabras. ¿El resultado? **Quesos únicos, con aromas y texturas sorprendentes... Pero bueno... Esa es otra historia...**

DESCUBRE INSPIRACIÓN

Cuando te enfrentas a una buena historia, solo tienes dos opciones... o eres solo un espectador... O te conviertes en el verdadero protagonista. La **gran variedad** y **calidad** de **los quesos europeos** te da la oportunidad de brillar en el firmamento de los **chefs más creativos.** Pusiste tu pasión, tu conocimiento y tu deseo para deslumbrar a tus clientes y nosotros, obviamente, **nuestros quesos.** ¿Listo para salir a la alfombra roja?

DESCUBRE EL SABOR GOURMET

Las buenas historias funcionan igual de bien en formato largo, corto, en foto o en relato. Ocurren por **la mañana, por la tarde,** por **la tarde**... en un **aperitivo,** un **tentempié** o una **cena.** En un **plato,** o en una **tabla...** Sí... en una **tabla de quesos europea.** No nos digas que no te diste cuenta de que hablábamos de **quesos europeos** todo el tiempo

DESCUBRE CALIDAD

Un buen autor es la mejor garantía para contar una buena historia. Y la historia de **los quesos europeos** la cuenta un autor de prestigio reconocido, un autor respetado y admirado en todo el mundo. Un autor con **calidad, conocimientos** y que controla muy bien todo lo que hace... el **Modelo Europeo de Producción.** Un autor que no solo es autor, sino también un modelo... ¡Casi nada!

DESCUBRE EL BIENESTAR ANIMAL

La preocupación por el **bienestar animal** es uno de los aspectos definitorios del **sector europeo del queso,** tanto por el cumplimiento de los **estrictos estándares del Modelo Europeo de Producción,** el **mejor garante mundial** en este ámbito, como por la convicción de **nuestros propios** agricultores.
Todo esto tiene un impacto directo en la **alta calidad de los quesos europeos.**

DESCUBRE LA SOSTENIBILIDAD

El sector europeo del queso es un ejemplo de **sostenibilidad,** tanto **a nivel ambiental como social,** porque el sector quesero en España desempeña un papel fundamental en la **protección de la biodiversidad,** la gestión del territorio, **la prevención de la erosión, la preservación de hábitats vegetales** y **la prevención de incendios forestales,** gracias al pastoreo. Además, el **sector** europeo del queso **previene la despoblación rural,** generando miles de **empleos directos e indirectos,** que son el sustento económico de cientos de aldeas. Por lo tanto, cada vez que consumes **quesos europeos** estás contribuyendo a **hacer del mundo un lugar más sostenible.**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

CHEESES FROM SPAIN

Co-funded by the European Union

ENJOY IT'S FROM EUROPE

10. El mercado del queso en EE. UU. y el comercio UE-EE. UU.

El sector quesero en Estados Unidos es grande, diverso y con una demanda sostenida tanto de quesos nacionales como importados. El consumidor estadounidense muestra interés por alimentos gourmet, artesanales y de alta calidad, lo que abre oportunidades para quesos internacionales con origen, historia y diferenciación.

- Tamaño y crecimiento: el queso es un alimento muy popular y con amplias posibilidades culinarias, desde consumo directo hasta platos elaborados.
- Diversificación y tendencias: crece el interés por variedades de alta calidad, sabores más intensos, quesos curados, pasta dura, artesanales y de origen definido.
- Preferencias regionales: Costa Este y Costa Oeste muestran patrones distintos, con presencia relevante de productos gourmet y especializados.
- Competencia: Estados Unidos produce grandes volúmenes de queso, pero las importaciones europeas están bien establecidas y asociadas a prestigio gastronómico.

Comercio de quesos Unión Europea - Estados Unidos

Las exportaciones de queso de la Unión Europea hacia Estados Unidos mantienen una tendencia sólida y representan un capítulo destacado dentro del comercio agroalimentario bilateral. Según los datos integrados en los dossieres de partida, la UE exportó a Estados Unidos queso y cuajada por un valor de 1.410 millones de dólares en 2024.

Desde la perspectiva productiva, la UE continúa priorizando la elaboración de queso dentro de su industria láctea. Los informes sectoriales citados en los materiales de campaña apuntan a una producción comunitaria de queso en el entorno de 10,72-10,8 millones de toneladas en 2025, con ligero crecimiento respecto a 2024.

En conjunto, Estados Unidos sigue siendo un mercado estratégico para el queso europeo, tanto por valor económico como por estabilidad. La combinación de un producto consolidado, una industria orientada al valor añadido y una demanda robusta permite prever que la UE seguirá siendo un abastecedor relevante para el mercado estadounidense.

Indicador	Dato de campaña
Exportaciones UE de queso y cuajada a EE. UU.	1.410 millones de dólares en 2024.
Producción de queso en la UE	Entorno de 10,72-10,8 millones de toneladas en 2025.
Exportaciones de queso al mercado estadounidense	89.258 toneladas de enero a agosto de 2025 según referencia del Milk Market Observatory incorporada en los materiales.

11. Grandes cifras del sector lácteo español y comercio de quesos

La producción total de leche en España ronda los 8,5 millones de toneladas anuales, considerando leche de vaca, oveja y cabra. Esta base productiva permite una oferta quesera especialmente diversa, apoyada en razas autóctonas, sistemas extensivos, territorios diferenciados y una tradición quesera con fuerte identidad regional.

Indicador	Dato orientativo incorporado en los dossieres
Producción total de leche en España	En torno a 8,5 millones de toneladas anuales.
Peso en la UE - leche de vaca	Aproximadamente 5% del total comunitario.
Peso en la UE - leche de oveja	En torno a 15% del total comunitario.
Peso en la UE - leche de cabra	En torno a 20% del total comunitario.
Facturación de la industria láctea española	En torno a 9.000-9.500 millones de euros anuales.
Empleo directo	Más de 27.000 empleos directos.
Exportaciones lácteas 2024	Volumen récord superior a 650.000 toneladas.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Comercio de quesos con Estados Unidos

En el periodo enero-septiembre de 2025, las exportaciones españolas de quesos aumentaron tanto en volumen como en valor, de acuerdo con el informe de comercio exterior citado en los materiales de InLac. Estados Unidos mantiene un peso relevante, con el 11,34% del valor y casi el 6% del volumen del total de exportaciones de quesos, posicionándose como tercer mercado exterior en valor y cuarto en volumen para esta categoría.

Indicador enero-septiembre 2025	Dato
Crecimiento de exportaciones de quesos en volumen	+25,14%
Crecimiento de exportaciones de quesos en valor	+26,56%
Crecimiento de importaciones en volumen	+44,63%
Crecimiento de importaciones en valor	+48,37%
Peso de EE. UU. en exportaciones de queso español	11,34% en valor y casi 6% en volumen.
Posición de EE. UU.	Tercer mercado exterior en valor y cuarto en volumen para quesos españoles.

12. Beneficios de los lácteos

Los lácteos son importantes en el contexto de una alimentación variada y acompañada de actividad física. Constituyen un grupo de alimentos completos, con elevada densidad nutricional: aportan proteínas de alto valor biológico, hidratos de carbono en forma de lactosa, grasa, vitaminas como B12, A y D, y minerales como calcio y fósforo.

Las guías alimentarias nacionales e internacionales recomiendan, de forma general, entre dos y cuatro raciones al día de lácteos, dependiendo de edad y circunstancias fisiológicas. En embarazo, lactancia, adolescencia, práctica deportiva y edad avanzada, la recomendación puede situarse en el rango de tres a cuatro raciones diarias.

Ración orientativa	Equivalencia
Leche	200-250 ml, una taza o vaso.
Yogur	250 g, aproximadamente dos yogures.
Queso semicurado o curado	Alrededor de 30 g.
Queso fresco	Alrededor de 60 g.

Los lácteos aportan proteínas de alto valor biológico para el mantenimiento de la masa muscular, calcio para la estructura ósea, vitaminas, minerales y ácidos grasos esenciales. Su matriz alimentaria y densidad nutricional los convierten en un pilar de la alimentación saludable, especialmente para grupos de población vulnerables.

* Los materiales de campaña citan revisiones científicas relevantes, como el suplemento publicado en Advances in Nutrition en 2019 coordinado por Ángel Gil y Rosa María Ortega, así como El Libro Blanco de los Lácteos editado por la Fundación Española de la Nutrición con apoyo de InLac.

13. Mensajes para portavoces y preguntas frecuentes

Mensajes para portavoces

Tema	Mensaje reforzado
Sobre la campaña	**Cheestories2 nace para consolidar el trabajo iniciado en Estados Unidos y llevar el queso europeo de origen español a una nueva fase: más experiencial, más participativa y más cercana al momento de consumo.** La campaña no se limita a presentar un producto, sino que construye un relato completo en torno al origen, la diversidad, la cultura gastronómica y el modelo europeo de producción. Tras una primera etapa centrada en generar conocimiento y notoriedad, esta nueva fase busca activar la experiencia: que el consumidor estadounidense pruebe, comparta,

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

	recomiende y reconozca los quesos europeos como una categoría premium, auténtica y diferenciada.
Sobre el mercado	**Estados Unidos es un mercado estratégico para el sector quesero europeo.** Es un mercado maduro, sofisticado, altamente competitivo y con una demanda creciente de productos gourmet, alimentos con historia, propuestas internacionales y experiencias gastronómicas compartidas. La campaña se dirige especialmente a Nueva York y Florida/Miami por su capacidad de influencia mediática, comercial y cultural. Nueva York aporta prestigio, canal gourmet, prensa especializada y conexión B2B; Miami y Florida aportan afinidad hispana, lifestyle, consumo experiencial y alto potencial de activación.
Sobre el consumidor hispano foodie	**El consumidor hispano foodie es una oportunidad estratégica para el queso europeo de origen español.** Se trata de un público urbano, digital, gastronómicamente curioso y especialmente receptivo a productos que combinan calidad, origen, tradición y disfrute social. Su afinidad cultural con España y con la cocina mediterránea facilita la entrada de los quesos europeos en momentos de consumo cotidianos y aspiracionales: aperitivos, brunch, reuniones familiares, celebraciones, recetas compartidas y cheese boards.
Sobre el modelo europeo	**Cuando un consumidor estadounidense elige un queso europeo, no solo compra sabor: también elige trazabilidad, calidad, tradición, bienestar animal, sostenibilidad y una forma europea de producir alimentos.** El modelo europeo de producción es una ventaja competitiva porque se basa en controles rigurosos, seguridad alimentaria, respeto al origen, estándares exigentes y compromiso con el territorio. En un mercado donde el consumidor valora cada vez más la transparencia, explicar cómo se produce el queso europeo es tan importante como explicar cómo sabe.
Sobre la diversidad quesera	**Europa, y en particular España, ofrece una de las culturas queseras más diversas del mundo.** La campaña permite mostrar una riqueza extraordinaria: más de 200 variedades de quesos, elaborados con leche de vaca, oveja, cabra o mezcla, y una amplia representación de figuras europeas de calidad diferenciada. Esta diversidad permite construir un relato muy potente: no existe un único queso europeo, sino múltiples historias de origen, territorio, paisaje, raza, maduración, textura, aroma y tradición.
Sobre las DOP e IGP	**Las DOP e IGP son una de las mejores herramientas para explicar el valor diferencial del queso europeo.** No son simples sellos comerciales: son figuras reconocidas por la Unión Europea que protegen el origen, el método de elaboración, la reputación y el vínculo territorial de un producto. En el caso de los quesos de origen español, estas figuras permiten trasladar al consumidor estadounidense una idea clara: detrás de cada queso protegido hay una zona geográfica, una tradición productiva, unos controles y una historia que no pueden reproducirse de forma genérica en cualquier lugar.
Sobre las cheese boards	**Las tablas de queso son el formato perfecto para contar Europa.** Permiten combinar variedades, orígenes, maridajes y momentos de disfrute en una experiencia visual, social y compartible. Para el consumidor estadounidense, la cheese board es un formato familiar, aspiracional y muy conectado con redes sociales, celebraciones y lifestyle. Para la campaña, es además una herramienta pedagógica: cada tabla puede explicar de forma sencilla la diferencia entre un queso de oveja, cabra, vaca, mezcla, azul, insular o con DOP/IGP.
Sobre el valor gastronómico	**El queso europeo de origen español tiene capacidad para ocupar un espacio premium en la gastronomía estadounidense.** Puede funcionar en el canal gourmet, en restauración, en tiendas especializadas, en ecommerce, en recetas contemporáneas y en momentos de consumo informal. Su valor no reside solo en la calidad organoléptica, sino también en su versatilidad: puede protagonizar una tabla, enriquecer una receta, acompañar vinos, integrarse en cocinas de fusión o convertirse en un producto de descubrimiento para chefs, retailers y consumidores.
Sobre el legado de la campaña	**Cheestories2 busca construir reputación a largo plazo.** El objetivo no es únicamente generar impactos o acciones puntuales, sino consolidar un mayor conocimiento del queso europeo en Estados Unidos, reforzar relaciones con el canal profesional, aumentar la presencia en puntos de venta gourmet y crear una asociación estable entre queso europeo, origen, calidad, autenticidad, diversidad y confianza.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

14. Boilerplate institucional y contacto

Sobre InLac

InLac, Organización Interprofesional Láctea, representa a los distintos eslabones del sector lácteo en España, integrando organizaciones de la rama productora, cooperativas e industrias transformadoras. Su misión es vertebrar el sector, impulsar su estabilidad, promover la leche y los productos lácteos, y desarrollar iniciativas de comunicación, promoción, innovación y sostenibilidad.

Sobre Enjoy it's from Europe

Enjoy it's from Europe es la firma de la Unión Europea para campañas de información y promoción de productos agroalimentarios europeos. Su objetivo es dar a conocer la calidad, diversidad, seguridad, autenticidad y valor de los productos agrícolas europeos dentro y fuera de la Unión Europea.

Contacto de prensa

InLac – Organización Interprofesional Láctea
C/ José Abascal, 44, 1º dcha – 28003 Madrid – España
Email: inlac@inlac.es
Web de campaña: cheestories.eu

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

CHEESES FROM SPAIN

Co-funded by the European Union

ENJOY IT'S FROM EUROPE