



31. Mai 2018

Die Gewinnreise für die Kochschüler der JRE-Akademien ist gerade zu Ende gegangen

## Die erste Young Chef Tour in den Produktionsgebieten der Wurstwaren mit g.U. und g.g.A. war ein voller Erfolg

Von der Factory der **Mortadella Bologna g.g.A.**, über das **Museum des Prosciutto di Parma g.U.**, bis zu den Produktionsstätten des **Salame Cacciatore g.U.** und **FICO Eataly World** (der größte Lebensmittel-Park der Welt), **ALMA** (Internationale Schule für italienische Kochkunst von Gualtiero Marchesi) und den Tempeln der Weltküche, wie zum Beispiel *Franceschetta 58*, die jüngste und einfache Kreation des **Chefkochs Massimo Bottura**. Es war eine intensive und sehr lehrreiche Tour, die als Protagonisten Jennifer Massier, Florian Hieke und Thien Duc Le Cong hatte, die drei jungen und vielversprechenden deutschen Küchenchefs, Gewinner des internationalen Wettbewerbs im Rahmen der Kampagne "**Authentisches Europäisches Vergnügen - European Authentic Pleasure**", die von der EU in Zusammenarbeit mit der Vereinigung **Jeunes Restaurateurs d'Europe** mitfinanziert wurde.

Die Veranstalter sind das **Istituto Valorizzazione Salumi Italiani**, das **Consorzio Cacciatore Italiano**, das **Consorzio Mortadella Bologna** und das **Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP**, die Protagonisten des Projekts zur Förderung der italienischen Wurstwaren mit den Kennzeichnungen g.U. und g.g.A. in Deutschland. Die Young Chef Tour ist Teil der Fortbildungsaktivitäten für Schüler der gehobenen Hotelfachschulen der JRE, die **zu den empfänglichsten und strategischsten Zielen gehören, um die Kenntnis und das Bewusstsein über die Einzigartigkeit dieser Markenprodukte zu steigern**. Die Reise dauerte 3 Tage und fand zwischen den Städten Bologna, Parma und Modena statt, dem pulsierenden Herz dieser Produktionen. Der Erfolg, wie von den Teilnehmern einstimmig zugestimmt, ist auf die gekonnte Mischung aus Besichtigungen zu Bildungszwecken, Degustationen und Lektionen mit "Learning by doing" zurückzuführen, wie die bei "Le Cesarine", wo sich die drei Küchenchefs an "Gnocco fritto" und "Cotechino in Kruste" versucht haben. Für die drei Profis war "Le Cesarine" eine echte Überraschung, denn sie trafen auf echte emilianische Hausfrauen, die von Kennern regionaler gastronomischer Traditionen sorgfältig ausgewählt worden waren, um die Authentizität ihrer kulinarischen Erfahrung zu gewährleisten und die wahren typischen Gerichte der italienischen Küche zu verbreiten.

Eine Authentizität die übrigens das Stichwort des Projekts "**Authentisches Europäisches Vergnügen - European Authentic Pleasure**" ist, das die vier Konsortien drei Jahre lang betreffen wird und den Zweck hat, die Kenntnis und den Bekanntheitsgrad der italienischen Wurstwaren mit Kennzeichnung g.U. und g.g.A. auf dem deutschen Markt zu steigern, der der wichtigste unter den Ländern der Europäischen Union ist. Der Kampagne sind die Webseite <http://www.europeanauthenticpleasure.eu> und folgende Seiten in sozialen Netzwerken gewidmet:

**Facebook: European Authentic Pleasure**

**Twitter: @European\_ape**

**Instagram: european\_ap**

Der Hashtag für alle Aktivitäten in den Social Medias ist: **#enjoy\_EAP** (wobei EAP für European Authentic Pleasure steht).





### **Institut für die Valorisierung von italienischen Wurstwaren**

Das Institut für die Valorisierung von italienischen Wurstwaren (Istituto Valorizzazione Salumi Italiani, IVSI) arbeitet seit 1985 mit dem Ziel, die Bekanntheit von typischen Wurstwaren zu fördern und korrekte Informationen über die Nährwerte und die kulturellen, produktiven und gastronomischen Aspekte dieser Produkte zu verbreiten. Das Institut für die Valorisierung von italienischen Wurstwaren hat auf nationaler Ebene redaktionelle Veröffentlichungen, Marktforschungen, wissenschaftliche Studien und andere Initiativen und Veranstaltungen gefördert, die an die Medien, die Meinungsführer, die wissenschaftliche Gemeinschaft und die breite Öffentlichkeit der Verbraucher gerichtet sind. Im Ausland wurden Programme zur Förderung von Wurstwaren in Frankreich, Deutschland, Belgien, Schweden, Finnland, Russland, Brasilien, Kanada, den Vereinigten Staaten, Südkorea, Japan und Hongkong durchgeführt.

### **Konsortium Cacciatore Italiano**

Seit 2005 bietet das Konsortium Cacciatore Italiano Informationen, Schutz und Verbesserung für die „Salami Italiani alla Cacciatora DOP“. Es hat auch Aufsichtsbefugnisse zur Bekämpfung von unautorisierte Produktion, Nachahmung, Piraterie und Fälschung im ganzen Land und auch darüber hinaus.

### **Konsortium Mortadella Bologna**

Das Konsortium Mortadella Bologna wurde 2001 mit dem Ziel gegründet, die Mortadella Bologna IGP zu schützen, aufzuwerten und zu fördern. Es führt außerdem Aktivitäten zur Bekämpfung von Nachahmungen und Fälschungen durch. Das Konsortium Mortadella Bologna IGP umfasst derzeit 27 Unternehmen, die rund 95 % der Mortadella Bologna IGP produzieren.

### **Konsortium Zampone und Cotechino Modena IGP**

Das Konsortium Zampone und Cotechino Modena IGP wurde 2001 mit dem Ziel gegründet, den Cotechino Modena IGP und den Zampone Modena IGP zu schützen, aufzuwerten und zu fördern. Das Konsortium besteht aus 15 Unternehmen, die die Hauptproduzenten dieser beiden Wurstsorten vertreten.

### **Pressestellen**

#### **Blancdenoir Comunicazione**

Piazza Matteotti 25 – Galleria Barchetta  
Desenzano del Garda (BS) - Italien  
+39 030 7741535 [press@blancdenoir.it](mailto:press@blancdenoir.it)