



Si chiude in positivo il primo anno di attività promosse l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani e dai Consorzi Cacciatore Italiano, Mortadella Bologna e Zampone e Cotechino Modena IGP

## Germania primo mercato per i salumi DOP e IGP

*L'iniziativa "Autentico Piacere Europeo – European Authentic Pleasure" ha visto innumerevoli attività nel Paese e si stima abbia raggiunto in questi mesi oltre 1.100.000 tedeschi*

Più che incoraggianti i risultati del primo anno della campagna "**Autentico Piacere Europeo – European Authentic Pleasure**", cofinanziata dall'UE e promossa dall'**Istituto Valorizzazione Salumi Italiani, dal Consorzio Cacciatore Italiano, dal Consorzio Mortadella Bologna e dal Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP**. Lo confermano non solo i numeri dei consumatori tedeschi raggiunti (oltre 1.100.000) ma anche i dati di mercato, che vedono stabilmente la Germania primo mercato di destinazione dei salumi italiani con oltre 33.857 ton (+3,2%) e 329,8 mln di euro (+10,2%).

Il progetto, che si è avvalso di autorevoli collaborazioni quale quella con l'associazione **Jeunes Restaurateurs d'Europe**, ha previsto diverse tipologie di attività, tutte finalizzate a valorizzare le produzioni italiane di qualità marchiate DOP e IGP in Germania. Un primo target di riferimento è **la stampa**, coinvolta in loco con 3 cene dedicate, cui hanno preso parte testate di primo piano come *Essen & Trinken*, *Beef*, *Gastrotel*, *Gourmetwelten* e invitata nei luoghi di produzione con un incoming riservato a 7 giornalisti top opinion leader di testate e blog specializzati. Gli **allievi delle scuole di cucina**, i veri protagonisti della futura ristorazione, sono stati formati con Masterclass e incontri, che hanno "diplomato" esperti in produzioni DOP e IGP italiane ben 74 studenti: 3 di loro sono invece diventati veri e propri ambassador dei brand promotori, premiati con un viaggio studio in Italia nel mese di maggio.

Attività che ha avuto l'obiettivo di creare una nuova consapevolezza sul valore aggiunto dei marchi di qualità e che verrà ripetuta negli anni a venire. In questo primo anno non si è trascurato il consumatore, raggiunto direttamente con attività nella GDO, in 18 punti vendita di 3 città. I numeri di questa azione sono 35.000 Impression in store, 10.500 persone ingaggiate direttamente e oltre 1.030.000 raggiunte tramite la pubblicazione Mit Liebe, l'house organ di Edeka, gruppo leader in Germania e che controlla il 3,5% del mercato della GDO a livello europeo.

Gli ultimi dati ASSICA (Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi), svelano un 2017 in crescita per le esportazioni di salumi italiani con un export che ha raggiunto quota 179.318 ton (+3,3%) per un valore di 1,5 miliardi di euro (+6,9%). Ma il progetto "**Autentico Piacere Europeo – European Authentic Pleasure**", che interesserà i quattro consorzi per altri due anni, ha lo scopo non tanto di ampliare il mercato quanto di **diffondere la conoscenza e aumentare il livello di riconoscimento dei salumi italiani rigorosamente certificati DOP e IGP nel mercato tedesco**, che è il principale tra i Paesi dell'Unione Europea. Alla campagna sono dedicati il sito web <http://www.europeanauthenticpleasure.eu> e le seguenti pagine sui social media:

**Facebook: European Authentic Pleasure**

**Twitter: @European\_ape**

**Instagram: european\_ap**

L'hashtag di riferimento per tutte le attività sui social è: **#enjoy\_EAP** (dove EAP è l'acronimo inglese di European Authentic Pleasure).





### **Istituto Valorizzazione Salumi Italiani**

L'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani (IVSI) opera dal 1985 con lo scopo di favorire la conoscenza dei salumi tipici e di diffondere una corretta informazione sui valori nutrizionali e sugli aspetti culturali, produttivi e gastronomici di questi prodotti. Sul territorio nazionale l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani ha promosso pubblicazioni editoriali, ricerche di mercato, indagini scientifiche ed altre iniziative ed eventi rivolti ai mass media, opinion leader, comunità scientifica e al vasto pubblico dei consumatori. All'estero sono stati realizzati programmi di promozione dei salumi in Francia, Germania, Belgio, Svezia, Finlandia, Russia, Brasile, Canada, Stati Uniti, Corea del Sud, Giappone ed Hong Kong.

### **Consorzio Cacciatore Italiano**

Dal 2005, il Consorzio Cacciatore Italiano svolge le funzioni di informazione, tutela e valorizzazione dei Salamini Italiani alla Cacciatora DOP. Dispone inoltre di poteri di vigilanza, in grado di contrastare abusi, imitazioni, atti di pirateria e contraffazione, su tutto il territorio nazionale e non solo.

### **Consorzio Mortadella Bologna**

Il Consorzio Mortadella Bologna, costituito nel 2001, ha come scopo la tutela, la valorizzazione e la promozione della Mortadella Bologna IGP. Svolge inoltre attività di contrasto alle imitazioni e alle contraffazioni. Attualmente, il Consorzio Mortadella Bologna IGP riunisce 27 aziende, che producono circa il 95% di tutta la Mortadella Bologna IGP.

### **Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP**

Il Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP si è costituito nel 2001, ha come scopo la tutela, la valorizzazione e la promozione del Cotechino Modena IGP e dello Zampone Modena IGP. Fanno parte del Consorzio 15 aziende, che rappresentano i principali produttori di questi due salumi.

### **Uffici stampa**

#### **Per L'Italia:**

Tiziana Formisano [formisano@ivsi.it](mailto:formisano@ivsi.it)

### **Istituto Valorizzazione Salumi Italiani (IVSI)**

Milanofiori - Strada 4 Palazzo Q8  
20089 Rozzano (MI)  
Tel. 02 8925901  
Fax 02 57510607

#### **Per la Germania:**

### **Blancdenoir Comunicazione**

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

