



**Das erste Tätigkeitsjahr des Istituto Valorizzazione Salumi Italiani und der Konsortien Cacciatore Italiano, Mortadella Bologna und Zampone e Cotechino Modena IGP schließt positiv ab.**

## **Deutschland, erster Markt für die Wurstwaren mit g.U. und g.g.A.**

**Die Initiative "Authentisches Europäisches Vergnügen - European Authentic Pleasure" umfasste unzählige Aktivitäten im Land und hat in den letzten Monaten schätzungsweise über 1.100.000 Deutsche erreicht.**

Mehr als nur ermutigend sind die Ergebnisse des ersten Jahres der Kampagne "**Authentisches Europäisches Vergnügen - European Authentic Pleasure**", von der EU mitfinanziert und vom **Istituto Valorizzazione Salumi Italiani, dem Consorzio Cacciatore Italiano, dem Consorzio Mortadella Bologna und dem Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP** gefördert. Dies bestätigen nicht nur die Zahl der erreichten deutschen Verbraucher (mehr als 1.100.000) sondern auch die Marktdaten, die Deutschland mit mehr als 33.857 Tonnen (+3,2%) und 329,8 Mio. Euro (+10,2%) als ersten Zielmarkt für italienische Wurstwaren sehen.

Das Projekt, das sich auf angesehene Zusammenarbeiten stützt, wie die mit der Vereinigung **Jeunes Restaurateurs d'Europe**, hat verschiedene Arten von Aktivitäten vorgesehen, die alle auf die Verbesserung der italienischen Qualitätsprodukte mit der Kennzeichnung g.U. und g.g.A. in Deutschland abzielen. Eine erste Zielgruppe ist **die Presse**, die vor Ort an 3 entsprechenden Abendessen beteiligt war, an denen führende Zeitschriften teilgenommen haben, wie *Essen & Trinken, Beef, Gastrotel, Gourmetwelten* und die mit einem Incoming an die Produktionsstätten eingeladen wurde, das 7 Journalisten Top Opinion Leader und Fachblogs vorbehalten war. Die **Schüler der Kochschulen**, die wahren Protagonisten der zukünftigen Gastronomie, wurden mit Meisterkursen und Treffen geschult, die gut 74 Schülern ein Diplom als Experten in der italienischen Produktion mit g.U. und g.g.A. vergeben haben: 3 von ihnen wurden dagegen zu echten Botschaftern der Promotermarken und wurden im Mai mit einer Studienreise nach Italien ausgezeichnet.

Eine Aktivität, die das Ziel hatte, ein neues Bewusstsein für den Mehrwert von Qualitätsmarken zu schaffen und die sich in den kommenden Jahren wiederholen wird. In diesem ersten Jahr wurde der Verbraucher nicht vernachlässigt und mit Aktivitäten im organisierten Großhandel in 18 Verkaufsstellen in 3 Städten direkt erreicht. Die Zahlen dieser Aktion liegen bei 35.000 Impression in store, 10.500 direkt eingestellte und mehr als 1.030.000 über die Veröffentlichung Mit Liebe erreichte Personen, dem Hausorgan von Edeka, der führenden Gruppe in Deutschland, die 3,5% des Einzelhandelsmarktes auf europäischer Ebene kontrolliert.

Die neuesten Daten von ASSICA (Industrieverband für Fleisch und Wurstwaren) zeigen 2017 eine wachsende Ausfuhr von italienischen Wurstwaren mit einem Export, der 179.318 Tonnen (+3,3%) für einen Wert von 1,5 Milliarden Euro (+6,9%) erreicht hat. Aber das Projekt "**Authentisches Europäisches Vergnügen - European Authentic Pleasure**", das die vier Konsortien für weitere zwei Jahr betreffen wird, zielt nicht so sehr darauf ab, den Markt zu erweitern, als die Kenntnis zu verbreiten 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 „Salamini 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)

