



Pressemitteilung 03/09/2018

Das dreijährige Projekt des Istituto di Valorizzazione Salumi Italiani (Institut für die Aufwertung italienischer Wurstwaren) und der Konsortien Cacciatore Italiano, Mortadella Bologna und Zampone und Cotechino Modena IGP wird fortgesetzt.

DOP und IGP Wurstwaren zum Kennenlernen und Verkosten

Dank der fortlaufenden Aktivitäten und gastronomischen Initiativen wird das Wissen und der Bekanntheitsgrad der italienischen Wurstwaren DOP und IGP auf dem deutschen Markt weiter ausgebaut.

Nach den hervorragenden Ergebnissen des ersten Jahres wird die dreijährige Kampagne „Authentischer europäischer Genuss - European Authentic Pleasure“ fortgesetzt, die von der Europäischen Union kofinanziert und vom Istituto di Valorizzazione Salumi Italiani, dem Konsortium Cacciatore Italiano, dem Konsortium Mortadella Bologna und dem Konsortium Zampone und Cotechino Modena IGP gefördert wird. Im Herbst werden die Meisterkurse mit deutschen Kochschulen und die Presseaktivitäten wieder aufgenommen, während die Werbekampagne im großen Einzelhandel Anfang 2019 beginnt.

Mehr als 1.100.000 Deutsche wurden im Jahr des Projektstarts durch die vier Konsortien erreicht und die Marktdaten sind bereits sehr vielversprechend. Deutschland ist mit über 33.857 Tonnen (+3,2%) und 329,8 Millionen Euro (+10,2%) der erste Zielmarkt für italienische Wurstwaren.

Die jüngsten Zahlen des Industrieverbandes für Fleisch und Wurstwaren (ASSICA) zeigen für das Jahr 2017 mit einem Export von 179.318 Tonnen (+3,3%) im Wert von 1,5 Milliarden Euro (+6,9%) einen Anstieg der Ausfuhr von italienischen Wurstwaren.

Das Projekt „Authentischer europäischer Genuss - European Authentic Pleasure“ wird nach den ermutigenden Ergebnissen in Bezug auf Promotion und Export für weitere zwei Jahre fortgesetzt, mit dem Ziel, **die Kenntnisse zu verbreiten und den Bekanntheitsgrad der italienischen zertifizierten Wurstwaren DOP und IGP in Deutschland**, dem wichtigsten Produktionsstandort unter den Ländern der Europäischen Union, zu erhöhen.

Die Zusammenarbeit mit dem renommierten Verband **Jeunes Restaurateurs d'Europe (JRE)** wird fortgesetzt und durch verschiedene Aktivitäten verstärkt, die alle darauf abzielen, die Qualitätsproduktionen DOP und IGP in Deutschland zu fördern. Das zweite Jahr beginnt mit den Meisterkursen und dem Wettbewerb für Studenten der Kochschulen, von Mitte September bis November, um neue Experten in der italienischen DOP- und IGP-Produktion zu „promovieren“ und Studenten, die die interessantesten Rezepte vorschlugen, mit einer Studienreise nach Italien im Dezember 2018 zu belohnen.

Auch **die Presse** wird sowohl an den drei Abendessen beteiligt sein, die in München, Stuttgart und Freiburg von November bis Januar stattfinden und direkt von den Köchen des Vereins JRE betreut werden, als auch an der „Bildungsreise“ für Top-Journalisten, Opinion Leaders von Fachzeitschriften und Blogs, die im November stattfinden wird.

Last but not least werden auch **die Verbraucher über den großen Einzelhandel mit einbezogen**: Die Werbekampagne an den Verkaufsstellen in München, Stuttgart und Freiburg, die in Zusammenarbeit mit dem großen deutschen Supermarktunternehmen **Rewe** organisiert wird, findet in den ersten Monaten 2019 statt und bietet der Öffentlichkeit die Möglichkeit, mehr über italienische DOP- und IGP-Wurstwaren zu erfahren. Im ersten Jahr hat die Promotion in den 18 Verkaufsstellen dreier deutscher Städte 35.000 impression in store (Filialeindrücke), 10.500 direkt





CAMPAGNA FINANZIATA
CON IL CONTRIBUTO
DELL' UNIONE EUROPEA

L' UNIONE EUROPEA SOSTIENE
CAMPAGNE CHE PROMUOVONO
PRODOTTI AGRICOLI DI QUALITÀ



eingestellte Personen und über 1.030.000 Menschen durch die Publikation Mit Liebe, dem Kundenmagazin von Edeka, erreicht. Zahlen, die die Konsortien in diesem zweiten Förderjahr übertreffen wollen.

