



la campagna “Autentico Piacere Europeo – European Authentic Pleasure” arriva a Stoccarda

Stoccarda capitale del gusto per i salumi italiani DOP e IGP

Continua con gli studenti l'impegno per raccontare il sapore della tradizione e insegnare a riconoscere la qualità.

Stoccarda, già nota per essere la capitale europea dell'auto, diventa a novembre 2018 anche il **capoluogo del gusto**, con protagonisti la **Mortadella Bologna IGP**, **I Salamini alla Cacciatora DOP** e **lo Zampone e Cotechino Modena IGP**, ambasciatori della qualità e della tradizione italiana.

Il 7 novembre gli studenti della prestigiosa accademia gastronomica **Paul-Kerschensteiner-Schule**, fucina di talenti che dal Baden-Württemberg vengono esportati in tutto il mondo, hanno assistito alle masterclass sui salumi italiani, durante le quali hanno conosciuto la storia e caratteristiche di questi prodotti centenari.

L'iniziativa rientra nella 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**. **L'obiettivo** è far conoscere al mercato tedesco, il più importante per numeri e volumi, le caratteristiche dei salumi italiani tutelati, nonché i molteplici utilizzi nell'alta cucina.

*«Da sempre appassionati di cucina italiana oggi i consumatori tedeschi sono diventati più raffinati, più attenti alla ricerca della qualità e più consapevoli. Diffidano dell'italian sounding e ricercano invece l'autenticità del prodotto, tutelata e certificata dai marchi europei», spiega **Fabio Onano** Responsabile Marketing e Social Media di IVSI che ha condotto le Masterclass rivolte ai giovani studenti in collaborazione con il celebre chef Marcello Ferrarini. «Il web ci restituisce in tempo reale una fotografia dell'evoluzione dei consumi e del gusto. La nostra intuizione, puntare sui giovani e su attività di promozione B2C, si è rivelata esatta e la campagna, a poco più di un anno dal suo avvio sta ottenendo buoni risultati. L'attività con gli studenti resta una priorità poiché confidiamo negli chef di domani per coniugare i nostri prodotti con i food trends internazionali».*

Il progetto “Autentico Piacere Europeo – European Authentic Pleasure”, che interesserà i quattro consorzi fino al 2020, si propone di ampliare **la conoscenza e aumentare il livello di riconoscimento dei salumi italiani rigorosamente certificati DOP e IGP nel mercato tedesco**, grazie a importanti collaborazioni quale quella con l'associazione **Jeunes Restaurateurs d'Europe**, con **la stampa di settore**, con prestigiose **scuole di cucina** e con le principali catene della GDO. 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