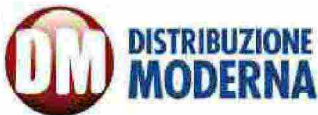




Alce Nero il tuo partner nel biologico



Aggiornato al: 13 Febbraio 2018 15:30



Vuoi essere sempre aggiornato?

ISCRIVITI
ALLA NEWSLETTER

Campo ricerca

CERCA

CERCA IN: NEWS TUTTE LE SEZIONI

[HOME](#) [NEWS](#) [NOTIZIA DEL GIORNO](#) [TGDO](#) [PRIMO PIANO](#) [INTERVISTA](#) [SUCCESI E STRATEGIE](#) [APERTURE](#) [PRODOTTI](#) [MERCATI](#) [SPECIALI](#)

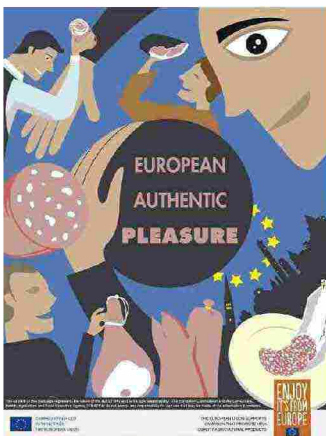
DM MAGAZINE

[Imprese](#) | [Persone](#) | [Spot News](#) | [Pubblicità](#) | [Estero](#) | [Sostenibilità](#) | [Finanza](#) | [Tecnologia](#) | [Logistica](#) | [Trend](#) | [Associazioni](#) | [Private Label](#) | [Real Estate](#) | [Fiere](#) | [Meeting&Co.](#) | [Approfondimenti](#)

News



Al via la campagna promozionale "Autentico Piacere Europeo"



"Autentico Piacere Europeo – European Authentic Pleasure" è il nome del progetto di promozione dei salumi Made in Italy, cofinanziato dall'Unione Europea. La campagna, della durata di tre anni, coinvolge il Consorzio Cacciatore Italiano, il Consorzio Mortadella Bologna, il Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP e l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani (IVSI), capofila del progetto.

Autentico Piacere Europeo – European Authentic Pleasure ha lo scopo di diffondere la conoscenza e aumentare il livello di riconoscimento delle eccellenze italiane del settore della salumeria, rigorosamente marchiate DOP e IGP, in Italia e in Germania. Il mercato tedesco – secondo i dati ASSICA - il primo tra i Paesi dell'Unione Europea ad importare i nostri salumi, con circa 32.730 ton di salumi italiani acquistati nel corso 2016 (+2%) per un valore di 297,8 mln di euro (+3,2%).

Attraverso un programma di azioni mirate, dalle media relations all'organizzazione di press tour e incontri con giornalisti, fino alla progettazione di materiali promozionali e incontri informativi nelle scuole e nei punti vendita, i tre Consorzi di Tutela e l'Istituto di Valorizzazione si propongono di aumentare il livello di riconoscimento dei marchi di qualità europei e di migliorare nel consumatore la consapevolezza del loro valore sul piano della sicurezza degli alimenti, della tracciabilità, della tradizione, dell'autenticità, degli aspetti nutrizionali e sanitari.



SPOT NEWS

L'azienda Nino Castiglione scommette sul Tonno Auriga



Continuano gli investimenti alla Nino Castiglione, primo produttore italiano di tonno in scatola a marchio privato per GD e GDO.

[Leggi Tutto >](#)