



Die Kampagne „European Authentic Pleasure“ zur Förderung der italienischen Wurstwaren auf Eroberungszug in Deutschland

EXPORT DEUTSCHLAND: 3,1% für 25.613 t Ware und +1% Umsatzsteigerung

Die den italienischen Spezialitäten der Wurstproduktion mit den Gütesiegeln DOP und IGP gewidmete europäische Kampagne sorgt unter den deutschen Verbrauchern und Experten der Branche für neuen Gesprächsstoff. Meetings mit der Presse und den Meinungsführern in Italien – in Bologna, Parma und Modena – und in Bayern in der Stadt München

Mailand, 1. März 2019 - Die vier Konsortien der mit EU-Geldern kofinanzierten Kampagne **European Authentic Pleasure**, das „**Istituto Valorizzazione Salumi Italiani, Consorzio Cacciatore Italiano, Consorzio Mortadella Bologna**“ und das „**Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP**“ führen ihre intensive Marketingtätigkeit auf dem deutschen Markt fort. Das Dreijahresprojekt verfolgt das Ziel, den Bekanntheitsgrad und die Beliebtheit der mit den Gütesiegeln **DOP (g.U)** und **IGP (g.g.A)** gekennzeichneten italienischen Wurstwaren zu fördern. Geplant sind mehrere gezielte Maßnahmen wie Medienarbeiten und Journalistentreffen, das Erstellen einer Website zur Kampagne (www.europeanauthenticpleasure.eu) bis hin zum Entwurf von Werbematerial und Förderkursen an Schulen und Verkaufsstellen, die an den italienischen und deutschen Markt gerichtet sind. Vor allem Deutschland ist unter den Ländern der EU der wichtigste Einfuhrmarkt für italienische Wurstwaren.

Im Detail, laut Angaben von ASSICA (Industrieverband für Fleisch und Wurstwaren bei der italienischen Arbeitgeberorganisation „Confindustria“), kam es in den ersten neun Monaten des Jahres 2018 zu einem hervorragenden Ergebnis für den Export nach Deutschland: +3,1% für 25.613 t und +1% für über 241,6 Mio. Euro. Der Trend für gekochte Wurstwaren konnte auf dem deutschen Markt steigende Quoten bis zu +11,6% mit einer Zunahme von 3.715 t sowie einer Umsatzsteigerung von +3,5% für über 17,4 Mio. Euro verzeichnen. Einen besonderen Beitrag zu diesem Erfolg leistete innerhalb der gesamten Branche zweifelsohne die Mortadella Bologna IGP (g.g.A), deren Verkauf und Beliebtheit bei den deutschen Verbrauchern in den letzten Monaten besonders zugenommen hat.

Ebenso stieg der Export von Kochschinken mit einer prozentualen Steigerung von +9,7% bzw. einer Warenzunahme in Höhe von 2.663 t und einer Umsatzsteigerung von +9,4% im Wert von 20,2 Mio. Euro deutlich an.

Auch die Ausfuhr von Salami hat wesentlich zugenommen (+1,7% mit 7.245 t Ware und +3,9% Umsatzsteigerung in Höhe von 68,7 Mio. Euro) und macht 29% der insgesamt in Deutschland verkauften italienischen Wurstwaren aus. Dazu kommt noch die ebenfalls gewachsene Ausfuhr von Wurstwaren aus Bauchspeck (Pancetta) (+7,2% mit 239 t und eine Umsatzsteigerung von +3% mit einem Wert in Höhe von 2,1 Mio. Euro).

Weniger erfolgreich waren hingegen die luftgetrockneten Rohschinken mit einem Marktverlust von -1,7% und einer Warenmenge von 10.039 t und einem Umsatzverlust von -5,4% im Wert von fast 107,9 Mio. Euro.

Werbeveranstaltungen



Facebook: European Authentic Pleasure
Twitter: @European_ape
Instagram: european_ap



Das Jahr 2019 begann mit einer **dreitägigen Educational Tour durch die Region Emilia-Romagna**. Anwesend waren vom 12. bis zum 14. Februar 2019 zehn deutsche Journalisten. Es gab ein reichhaltiges Programm mit Besichtigungen der Produktionswerke (Mortadella Bologna IGP und Parma Rohschinken) und natürlich mit schmackhaften und die Sinne berauschen Verkostungen. Außerdem wurden interessante historische Touren durch die Städte Modena, Langhirano (PR) und Bologna sowie der Besuch des weltweit größten Food-Erlebnisparks FICO Eataly World bei Bologna, Showcooking und schicke Galadinner geboten, Seite an Seite mit den großen Namen der italienischen Gastronomie wie „La Franceschetta“ (das Bistrot von Massimo Bottura) oder mit den berühmten „Cesarine“, den Hobbyköchinnen, die bei sich zu Hause Gäste empfangen und mit herzhafter Hausmannskost verwöhnen. Mit von der Partie der Pressereise war auch das Empfangsbüro „BolognaWelcome“, das die Gäste durch die Stadt führte und ihnen vor allem die Piazza Maggiore, den Stadtmarkt im historischen Stadtteil „Quadrilatero“ und die Marienkirche „Santa Maria della Vita“ zeigte.

Das Projekt wird dann in den folgenden Wochen mit verschiedenen Initiativen in Deutschland fortgesetzt. Eines davon war **ein exklusives Dinner in Zusammenarbeit mit der Vereinigung der „Jeunes Restaurateurs d'Europe“ (JRE), das am 26. Februar 2019 im Hotel Excelsior - Salon Hubert - in München, abgehalten wurde**. Mit dabei waren insgesamt **43 Gäste**, unterteilt in Presse, Blogger, Meinungsführer und Experten der Branche. Der berühmte Sternekoch Andreas Hillejan hat seine Gäste mit einem Originalrezept und weiteren innovativen Gerichten verwöhnt, wobei die kostbaren DOP und IGP Produkte der italienischen Wurstproduktion ganz besonders hervorgehoben wurden.

Facebook: European Authentic Pleasure

Twitter: @European_ape

Instagram: european_ap

Der Hashtag für alle Aktivitäten in den sozialen Medien ist: **#enjoy_EAP** (wobei EAP das englische Akronym für European Authentic Pleasure ist).

„Istituto Valorizzazione Salumi Italiani“

Das Institut zur Förderung italienischer Wurstwaren (Istituto Valorizzazione Salumi Italiani - IVSI) wurde 1985 mit dem Ziel gegründet, den Bekanntheitsgrad der typischen Wurstwaren zu fördern und genaue Informationen in Hinsicht auf die Nährwerte sowie die kulturellen und gastronomischen Aspekte dieser Produkte und deren Herstellung zu verbreiten. Auf nationaler Ebene hat das „Istituto Valorizzazione Salumi Italiani“ zahlreiche Publikationen, Marktforschungen, wissenschaftliche Recherchen sowie sonstige, an die Massenmedien, Meinungsführer, Wissenschaftsgemeinden und Verbraucher gerichtete Initiativen gefördert. Für das Ausland wurden in Frankreich, Deutschland, Belgien, in der Schweiz, in Finnland, Russland, Brasilien, Kanada, in den Vereinigten Staaten, in Südkorea, Japan und Hong Kong Werbekampagnen für Wurstwaren gestartet.

„Consorzio Cacciatore Italiano“

Seit 2005 setzt sich das Konsortium für die Bekanntmachung, den Schutz und die Förderung der „Salamini Italiani alla Cacciatora DOP“ (g.U) ein. Es verfügt außerdem über Aufsichtsbefugnisse mit dem Zweck, Missbrauch, Imitationen, Produktpiraterie und Fälschungen in Italien und auch grenzüberschreitend zu unterbinden.

„Consorzio Mortadella Bologna“

Das 2001 gegründete Schutz, die Förderung



Konsortium „Consorzio Mortadella Bologna“ setzt sich für den und die Vermarktung der „Mortadella Bologna IGP“ (g.g.A) ein. Es

Facebook: European Authentic Pleasure

Twitter: @European_ape

Instagram: european_ap



CAMPAIGN FINANCED
WITH AID FROM
THE EUROPEAN UNION

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGN THAT PROMOTE HIGH
QUALITY AGRICULTURAL PRODUCTS



überwacht und bekämpft außerdem Imitationen und Fälschungen. Aktuell gehören dem Konsortium „Consorzio Mortadella Bologna IGP“ (g.g.A) 27 Betriebe an, in denen 95% der „Mortadella Bologna IGP“- Wurstwaren hergestellt werden.

„Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP“

Das Konsortium „Consorzio Zampone und Cotechino Modena IGP“ (g.g.A) wurde 2001 gegründet, um den „Cotechino Modena IGP“ (g.g.A) und den „Zampone Modena IGP“ (g.g.A) zu schützen, zu fördern und zu vermarkten. Mitglieder des Konsortiums sind 15 Unternehmen, in denen der Großteil dieser beiden Wurstwaren hergestellt wird.

Presseabteilung

Für Italien:

Tiziana Formisano

formisano@ivsi.it

„Istituto Valorizzazione Salumi Italiani“ (IVSI)

Milanofiori - Strada 4 Palazzo Q8

20089 Rozzano (MI)

Tel.: +39 02 8925901

Fax +39 02 57510607

Für Deutschland:

Blancdenoir Comunicazione

+39 030 7741535

stampa@blancdenoir.it



Facebook: European Authentic Pleasure
Twitter: @European_ape
Instagram: european_ap