

Europe

OPEN AIR
TASTE MUSEUM



PRESSEMITTEILUNG

Projekt

“Europe, open air taste museum”.

Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini



CAMPAIGN FINANCED
WITH AID FROM
THE EUROPEAN UNION

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGNS THAT PROMOTE RESPECT
FOR THE ENVIRONMENT.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



Projekt **“Europe, open air taste museum”**.

Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini

Das Konsortium zum Schutz der gU-Piacentini-Wurstwaren stellte 2018 die Ausschreibung “Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen für einfache Programme - Förderung landwirtschaftlicher Erzeugnisse” vor, die ein europäisches Projekt zur Förderung von Agrar- und Lebensmittelerzeugnissen gemäß der Verordnung (EU) Nr. 1144/2014 ist, und von der Europäischen Kommission unter dem Titel “Europe, open air taste museum” finanziert wird. Ziel des Projekts ist die Aufwertung der im Bereich Wurstwaren zertifizierten europäischen Qualitätsproduktion, um den Bekanntheitsgrad des europäischen Gütesiegels (gU) zu erhöhen und dessen Verbrauch zu fördern. Hauptziel des Konsortiums sind der Schutz, die Förderung, die Verbesserung und die allgemeine Pflege der Interessen im Zusammenhang mit Coppa Piacentina DOP, Pancetta Piacentina DOP und Salame Piacentino DOP, die 1996, nur vier Jahre nach Veröffentlichung des ersten Gesetzestextes zu diesem Thema (EG-Verordnung 2081 von 1992) als gU-Erzeugnisse anerkannt wurden. Das im Februar 2019 gestartete und insgesamt 36 monatige Projekt **“Europe, open air taste museum”** zielt darauf ab, die Branche der Wurstwaren durch die Förderung von Produkten mit geschützter gU zu stärken; das Konsortium zum Schutz der gU-Piacentini-Wurstwaren ist die einzige Einrichtung, die gleichzeitig 3 -gU-Wurstwaren in den Zielländern Italien, Deutschland und Frankreich fördert. Dies ist eine wichtige Gelegenheit, um das Bewusstsein und die Anerkennung der Qualitätsregelungen der Europäischen Union zu stärken, die Wettbewerbsfähigkeit und den Verbrauch bestimmter Produkte zu steigern und dabei ihr Image sowohl innerhalb als auch außerhalb der Union zu optimieren. Ziel des Projekts **“Europe, open air taste museum”** ist es, die Rolle der Europäischen Union als Schutzstelle für die Werte im Zusammenhang mit Lebensmitteln zu vermitteln, wobei Produkte mit gU als wesentlicher Teil des europäischen Kulturerbes anzusehen sind. Herzstück des Projekts ist die Planung einer strategischen und durchdachten Kommunikation, die auch visuell Konzepte wie Luxus, Exklusivität und Raffinesse im Zusammenhang mit gU-zertifizierten Produkten vermitteln will. Sehr wichtig sind Tätigkeiten zur Geschmackserziehung und zur Erkennung der Qualitätsindikatoren in Gegenden, in denen die Wurstwaren aus Piacenza noch nicht bekannt sind, sowie ihre Aufwertung durch gut strukturierte Projekte. Die höchste Qualität und die besten Lebensmittelsicherheitsstandards der Welt zeichnen italienische Erzeugnisse aus. Bei der Umsetzung des Projekts beabsichtigt das Konsortium zum Schutz der gU-Piacentini-Wurstwaren sich auf den Einsatz wirksamer Kommunikationsmittel gegenüber den Verbraucher zu konzentrieren, um deren Wahrnehmung als Bürger und gleichzeitig als privilegierte Nutzer eines diffusen Museums bestehend aus den Werten und Traditionen der europäischen Lebensmittel, deren Emblem und Siegel das gU-Zeichen ist, zu festigen. Die Maßnahmen zur Wertsteigerung der gU-Piacentini-Produkte sind so konzipiert, dass eine immer breitere und vielfältigere Öffentlichkeit einbezogen wird, sie entstehen in einer hochdynamischen und wirkungsvollen Planung, an der die drei Zielländer Italien, Deutschland und Frankreich mit unterschiedlichen Werbe- und Kommunikationsstrategien beteiligt sind, wobei die Besonderheiten der einzelnen Gebiete und die Marktziele der Maßnahme im Mittelpunkt stehen. Dies ist ein wichtiges Projekt auch in finanzieller Hinsicht; die zur Verfügung stehenden 1.182.108 Euro werden zu 70% aus Gemeinschaftsbeiträgen finanziert, während die restlichen 30% vom Konsortium beigetragen werden. Die Investitionen sind je nach Zielgebiet unterschiedlich: 699.032 Euro stehen für die Werbemaßnahmen in Italien, 257.168 Euro für die in Deutschland und 180.908 Euro für die in Frankreich zur Verfügung. Die Durchführung eines Teils des vom Konsortium zum Schutz der gU-Piacentini-Wurstwaren geförderten Dreijahresprogramms ist Aufgabe der Kommunikationsagentur SP Studio srl. Dieser wurde die vom Konsortium ausgelobte Ausschreibung für die Vergabe eines

Teils der Informations- und Werbekampagne des Projekts, die in Übereinstimmung mit den von der Gemeinschaftspolitik erwarteten Zielen, Methoden und Ergebnissen erfolgen soll, zugeschlagen. Die Hauptbotschaft, die im Titel der Kampagne **“Europe, open air taste museum”** enthalten ist, wird zu einer echten Markenbezeichnung. Die geschützten Ursprungsbezeichnungen werden zu Schutzseinrichtungen der Werte, in denen sich Zivilisationen widerspiegeln (ebenso wie es Museen sind). In diesem Fall sind die zu schützenden und zu erhaltenden Werte Gebiete, Traditionen, Produktionsverfahren, die durch die hohen europäischen Standards garantiert werden. Der Begriff Ökomuseum oder diffuses Museum bezeichnet ein Gebiet, das durch traditionelle Lebensräume, ein naturalistisches und kunsthistorisches Erbe gekennzeichnet ist, das besonders bedeutend und schützenswert ist und aufgewertet werden soll. Es wird eine Gelegenheit sein, ein Gebiet von besonderem Interesse auf eigens erarbeiteten Routen, durch Tätigkeiten zur Bildung, Forschung, Förderung und Verbesserung zu entdecken und zu fördern. Das Hauptziel wird darin bestehen, dem Territorium seine ursprüngliche Identität zurückzuerstatten und interaktivere Lernumgebungen zu erstellen, in denen die persönliche Beteiligung der Besucher genutzt werden soll. Das Projekt **“EUROPE, OPEN AIR TASTE MUSEUM”** wird sich dann thematisch mit den gU und ihren Territorien befassen, um deren spezifische Merkmale und Besonderheiten hervorzuheben. Das Projekt eines diffusen Museums wird durch Ausarbeitung und Harmonisierung der verschiedenen kulturellen Ressourcen des Gebiets wie Museen, historische Stätten, Kirchen, Feinkostgeschäfte und Restaurants entwickelt, in denen es möglich ist, das Produkt zu probieren, so dass diese Etappen und unterschiedliche Momente darstellen, die kohärent sind mit einer gemeinsamen geschichtlichen und gastronomischen Narration zur Bedeutung der gU. Die geschützte Ursprungsbezeichnung, besser bekannt unter dem Akronym gU, ist daher eine rechtlich geschützte Markenbezeichnung, welche die Europäische Union Lebensmitteln zuschreibt, deren besondere Qualitätsmerkmale im Wesentlichen oder ausschließlich von dem Gebiet abhängen, in dem sie hergestellt wurden. Das geografische Gebiet umfasst sowohl natürliche als auch menschliche Faktoren, die insgesamt die Erzeugung eines einzigartigen Produkts innerhalb eines bestimmten Produktionsbereichs ermöglichen. Die Rolle der Europäischen Union in der Kommunikation und Definition dieses Anspruchs wird immer als vorrangig für die Identitäts- und Image-Ziele angesehen. Das Projekt zielt darauf ab, das Qualitätsimage von Produkten mit gU-Siegel durch die Botschaft **“Europe, open air taste museum”** zu fördern, die sich in verschiedenen damit verbundenen zweitrangigen Botschaften ausdrückt und die Eigenqualität europäischer Produkte unterstreicht, die in ihrer Echtheit, Unverfälschtheit und dem minimalen Einsatz von Chemikalien und Konservierungsstoffen besteht, um die hohen Qualitätsstandards der gesamten Lieferkette von der Aufzucht bis zur Verarbeitung hervorzuheben. Ein handelt sich also um ein sehr wichtiges Projekt, eine großartige Gelegenheit für unser Territorium, im großen europäischen Panorama im Bewusstsein, ein einzigartiges und extrem wertvolles gastronomisches Erbe zu teilen, aufzutreten.

Europe, open air taste museum
a project by Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini

Piacenza, 20 March 2019



openairtastemuseum.eu



@EuropeOpenAirTasteMuseum