

Europe

OPEN AIR
TASTE MUSEUM



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Présentation du projet “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



Présentation du projet **“Europe, open air taste museum”**.

Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini

Le Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini, a présenté dans l'appel à propositions 2018 «Appel à propositions pour des programmes simples - Promotion des produits agricoles», un projet européen de promotion des produits agroalimentaires, conformément au règlement (UE) n. 1144/2014 et financé par la Commission européenne, intitulé **“Europe, open air taste museum”**.

L'objectif du projet est d'améliorer la production de qualité européenne certifiée dans le secteur de la charcuterie, afin d'accroître le niveau de reconnaissance des labels de qualité européens (AOP) et de promouvoir leur consommation.

Le consortium a pour objectif principal la protection, la promotion, la valorisation et la protection des intérêts liés aux Coppa Piacentina DOP, Pancetta Piacentina DOP et Salame Piacentino DOP, reconnues comme productions AOP en 1996, quatre ans seulement après la publication du premier document normatif sur le sujet. (Règlement CE 2081 de 1992).

“Europe, open air taste museum”, lancé en février 2019 et d'une durée totale de trente-six mois, vise à renforcer le secteur de la charcuterie par la promotion des charcuteries protégées par les AOP (le Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini est le seul en Europe pour promouvoir simultanément 3 AOP de Salumi) dans les pays cibles, l'Italie, l'Allemagne et la France.

Il s'agit d'une opportunité importante de renforcer la sensibilisation et la reconnaissance des systèmes de qualité de l'Union européenne et d'accroître la compétitivité et la consommation de certains produits, en optimisant leur image, à l'intérieur et à l'extérieur de l'Union.

Le projet **“Europe, open air taste museum”** vise à communiquer le rôle de l'Union européenne en tant que gardienne des valeurs liées à l'alimentation et les produits de marque AOP font partie du patrimoine culturel de l'Europe.

Le cœur du projet est la planification d'une communication stratégique et étudiée qui souhaite également transmettre visuellement des concepts tels que le luxe, l'exclusivité et le raffinement de productions certifiées AOP.

Une grande importance sera accordée à la poursuite d'activités d'éducation au goût et à la reconnaissance d'indicateurs de qualité dans les régions où les produits d'épicerie fine de Piacenza sont encore mal connus, à leur valorisation par le biais de projets bien structurés.

Les productions italiennes sont de la plus haute qualité et l'Italie a les meilleures normes de sécurité alimentaire au monde.

Lors de la mise en œuvre du projet, le Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini a pour objectif de fonctionner en mettant l'accent sur l'utilisation de moyens de communication efficaces sur les consommateurs, afin de les aider à consolider leur perception d'être des citoyens et en même temps les utilisateurs privilégiés d'un musée aux valeurs répandues et des traditions enfermées dans des aliments tels que l'Europe, dont la marque AOP est son emblème et son sceau.

Les actions de valorisation des productions AOP Piacentine seront conçues de manière à impliquer un public de plus en plus vaste et diversifié et suivront une planification très dynamique et percutante, qui impliquera les trois pays cibles, Italie, Allemagne et France, avec différentes stratégies de promotion et de communication en raison des particularités de chaque territoire et des objectifs de l'action sur le marché.

Il s'agit d'un projet important, également en ce qui concerne sa valeur économique.

Nous parlons de 1.182.108 euros, dont 70% sont financés par des contributions de la communauté et les 30% restants soutenus par le consortium.

Les investissements seront diversifiés par rapport à la zone de référence: 699.032 euros seront alloués aux activités de promotion en Italie, 257.168 euros pour ceux en Allemagne et 180.908 euros pour ceux qui se dérouleront en France.

L'exécution d'une partie du programme triennal, promue par le Consorzio di Tutela Salumi DOP

Piacentini, incombera à l'Agence de communication SP Studio srl, contractant de l'appel d'offres lancé par le Consortium pour l'attribution d'une partie de la campagne d'information et de promotion du projet, qui mènera les activités relevant de sa compétence conformément aux objectifs, méthodes et résultats attendus de la politique communautaire.

Le message principal, qui coïncide avec le titre de la campagne "Europe, open air taste museum", deviendra une véritable marque.

Les appellations d'origine protégées seront promues en tant que gardiens des valeurs qui reflètent les civilisations (comme les musées) et, dans ce cas, les valeurs à protéger et à préserver sont un territoire, une tradition, une méthode de production, garantie par des normes élevées Européen et utilisable en plein air.

Le terme écomusée ou musée diffus désigne un territoire caractérisé par des milieux de vie traditionnels, un patrimoine naturaliste et historique-artistique particulièrement pertinent et digne d'être protégé et mis en valeur.

Ce sera l'occasion de découvrir et de promouvoir un domaine d'intérêt particulier par le biais de parcours préparés, d'activités pédagogiques, de recherches, de promotion et de valorisation.

L'objectif principal sera de redécouvrir le territoire de sa propre identité, en créant des environnements d'apprentissage plus interactifs faisant appel à la participation personnelle de ceux qui les visitent.

Le projet "EUROPE, OPEN AIR TASTE MUSEUM" traitera ensuite de la AOP et de leur territoire sur une base thématique, mettant en valeur leurs caractéristiques et leurs aspects distinctifs.

Le projet de musée à grande échelle sera développé en articulant et en harmonisant les différentes ressources culturelles de la région, telles que les musées, les mémoires documentaires, les églises, les épicerie fines et les restaurants où il est possible de goûter le produit, de manière à ce qu'ils représentent différentes étapes et moments, mais cohérent d'une narration historique et gastronomique commune sur ce que signifie une AOP.

L'appellation d'origine protégée, plus connue sous l'acronyme AOP, est donc une marque de protection juridique de la dénomination attribuée par l'Union européenne aux denrées alimentaires dont les caractéristiques qualitatives particulières dépendent essentiellement ou exclusivement du territoire sur lequel elles ont été produites.

L'environnement géographique comprend à la fois des facteurs naturels et des facteurs humains qui, combinés, permettent d'obtenir un produit inimitable en dehors d'une zone de production spécifique. La volonté de communiquer le rôle de l'Union européenne sera toujours considérée comme une priorité dans les objectifs d'identité et d'image, dès la définition de la revendication.

Le projet aura pour objectif de promouvoir l'image de qualité des produits de marque AOP grâce au message "Europe, open air taste museum", assorti de divers messages qui y sont associés afin de souligner la qualité intrinsèque des produits européens et de mettre en évidence les normes de qualité élevées en vigueur toute la chaîne d'approvisionnement, de l'élevage à la transformation.

Un projet extrêmement important constitue donc une excellente opportunité pour notre territoire de figurer sur la vaste scène européenne, soucieux de partager un patrimoine gastronomique unique et de grande valeur.

Europe, open air taste museum
un projet de Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini
Salle 5.2 - Supporter CO56

Piacenza, 20 mars 2019



openairtastemuseum.eu



@EuropeOpenAirTasteMuseum