



Kofinanziert von der Europäischen Union

DIE EUROPÄISCHE UNION UNTERSTÜTZT KAMPAGNEN ZUR FÖRDERUNG DES ABSATZES LANDWIRTSCHAFTLICHER QUALITÄTSERZEUGNISSE.



FAKTENBLATT

Originale von den Gipfeln Europas.

Genuss-Momente mit **Südtiroler Speck g.g.A.** und **Stilfser Käse g.U.**

Das dreijährige Förderprogramm zielt darauf ab, das Wissen über landwirtschaftliche Erzeugnisse aus der EU sowie über die Bedeutung und die Funktionsweise der europäischen Qualitätsregelungen zu verbessern. Gleichzeitig ist geplant, die Wettbewerbsfähigkeit und den Konsum von Südtiroler Speck g.g.A. und Stilfser Käse g.U. zu steigern und die bereits etablierten nachhaltigen Verfahren zu fördern.

Die Kampagne **“Originale von den Gipfeln Europas: Genuss-Momente mit Südtiroler Speck g.g.A. und Stilfser Käse g.U.”** erstreckt sich über drei Jahre (2023-2026) mit dem Ziel, die Bekanntheit und den Wiedererkennungswert von Produkten mit den Markenzeichen g.g.A. (geschützte geografische Angabe) und g.U. (geschützte Ursprungsbezeichnung) zu steigern, indem die Produktionsprozesse von Südtiroler Speck g.g.A. und Stilfser Käse g.U. aufgewertet werden.

Die Kampagne ist in den **drei Ländern Italien, Deutschland und Frankreich** aktiv und richtet sich an ein Zielpublikum aus **Fachleuten, Medien und Verbrauchern**, um sie über die Herkunft und Echtheit von Produkten zu informieren, die durch europäische Qualitätszeichen garantiert werden.

Europäische Herkunftszeichen und garantierte Qualität: g.U. und g.g.A.

EU-Gütezeichen kennzeichnen Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, die eng mit ihrem Herkunftsgebiet, ihren handwerklichen Traditionen und den Menschen, die sie erzeugen, verbunden sind. Sie garantieren den Verbrauchern, dass sie ein authentisches und kontrolliertes Qualitätsprodukt erwerben. Das Zeichen g.U. (geschützte Ursprungsbezeichnung) garantiert, dass die traditionellen Methoden des Herkunftsgebiets in allen Phasen der Produktion eingehalten werden. Die g.g.A.-Marke (geschützte geografische Angabe) bescheinigt, dass mindestens ein Produktionsschritt nach anerkannten Kriterien im Ursprungsgebiet durchgeführt wurde. Die Produkte sind somit rückverfolgbar, ein Aspekt, der für die Verbraucher immer wichtiger wird. Diese Bedingungen gelten auch für Südtiroler Speck g.g.A. und Stilfser Käse g.U.. Diese Produkte, die mit europäischen Qualitätszeichen versehen sind, stehen in Südtirol und Europa für Lebensmittelqualität.

Eine gemeinsame Identität in Verbindung mit Gebiet und Qualität

Um die Kommunikation zu vereinheitlichen, wurde im Rahmen der Kampagne eine **visuelle Gestaltung** entwickelt, die die beiden Produkte miteinander verbindet und dabei ihre **Besonderheiten** und den **Herstellungsort** Südtirol hervorhebt. Sie lädt das Publikum zu Momenten des Genusses und der Geselligkeit auf eine Reise durch die typischen Geschmacksrichtungen Südtirols ein.

Das Ergebnis ist ein **Key Visual**, das all diese Elemente wirkungsvoll zusammenfasst und in allen Zielländern der Kampagne eingesetzt wird.



Südtiroler Speck Konsortium

Lauben 71
I-39100 Bozen
Tel. +39 0471 451 111
info@speck.it
www.speck.it



Consortium Stilfser Käse

Innsbrucker Straße 43
I-39100 Bozen
Tel. +39 0471 451 111
info@formaggiostelvio.it
www.stelviostilfser.it

Pressekontakt:

Sopexa Deutschland
Telefon: +49 211 49 808 05
E-Mail:
presse-deutschland@sopexa.com



Kofinanziert von der
Europäischen Union

DIE EUROPÄISCHE UNION UNTERSTÜTZT
KAMPAGNEN ZUR FÖRDERUNG DES ABSATZES
LANDWIRTSCHAFTLICHER QUALITÄTSERZEUGNISSE.



Informationen und Entdeckungen: das Herz der Aktivitäten

In der zweiten Jahreshälfte 2023 werden die Werbeinitiativen für den Südtiroler Speck g.g.A. und den Stillsfer Käse g.U. aktiviert: ein eigenes **Pressebüro** in jedem Land, Veranstaltungen und **Reisen** zur Erkundung der Herkunftsregion, **Verkaufsförderungsaktionen** und **Verkostungen am Verkaufsort** in Italien und Deutschland, **B2B-Kontaktpflege und Aktionen im Horeca-Sektor** in Frankreich (z.B. Restaurantweeks), eine gemeinsame **Online-Kommunikation** über die Website **www.qualitaeteuropa.eu** und nicht zuletzt **Aktivitäten in sozialen Netzwerken**.

Die Botschafter der Kampagne werden Influencer (Food- und Ernährungsblogger) sowie Köche sein, die den Qualitätsprodukten eine Stimme geben, indem sie ihre Eigenschaften, ihre Vielseitigkeit in der Küche und ihre Bedeutung für unsere Ernährung hervorheben.