Co-funded by the European Union

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS CAMPAIGNS THAT PROMOTE HIGH QUALITY AGRICULTURAL PRODUCTS

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Research Executive Agency (REA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Photos available here: https://drive.google.com/drive/folders/1xKRe85OHMiOfXPwnrgSzMQUB8fXmM2Kj?usp=drive_link

German and French versions below.

UN ANNO DI SUCCESSI NELLA PROMOZIONE DEI PRODOTTI DOP E IGP IN EUROPA

La campagna EU Fab 6 compie progressi significativi nella promozione dei prodotti di qualità europei con un impatto positivo sull'espansione del mercato nel Regno Unito e in Svizzera

Il primo anno della campagna *The EU Fab 6 – Savour the PDO and PGI wines and deli meats from Europe* si è concluso con successo, segnando importanti traguardi nella **promozione dei prodotti di qualità europei** nei principali mercati internazionali. Con un focus sul **Regno Unito e la Svizzera**, la campagna ha sottolineato l'importanza delle etichette DOP (Denominazione di Origine Protetta) e IGP (Indicazione Geografica Protetta) come simboli di **autenticità, qualità e tradizione**.

Gli sforzi della campagna nel suo primo anno hanno incluso una vasta gamma di attività progettate per coinvolgere **consumatori, media e professionisti del settore**, aumentando la consapevolezza di questi prodotti di alta qualità. Parte centrale di questo impegno è stato il lancio di un **sito web ufficiale e canali social media**, fornendo una piattaforma per condividere contenuti educativi. Un'estesa **campagna pubblicitaria** online e offline ha ulteriormente rafforzato il messaggio della campagna, raggiungendo un vasto pubblico con la storia avvincente dietro questi prodotti europei.

La campagna ha messo in evidenza sei prodotti eccezionali, ciascuno un vero fiore all'occhiello, tra cui la famosa **Mortadella Bologna IGP**, un salume italiano inconfondibile e delicato, rinomato per la sua consistenza morbida e i sapori aromatici. Inoltre, i **Salamini Italiani alla Cacciatora DOP**, il classico salame italiano stagionato, hanno orgogliosamente mostrato la loro etichetta DOP, testimonianza dei loro metodi di produzione autentici e tradizionali. Altri punti salienti sono stati lo **Zampone e il Cotechino Modena IGP**, gli iconici prodotti a base di maiale di Modena, noti per i loro sapori ricchi e saporiti. I consumatori hanno anche avuto la possibilità di assaporare vini della regione **Premières Côtes de Bordeaux e Cadillac**, che, con la loro certificazione DOP, riflettono gli elevati standard e la qualità eccezionale dei vini francesi prodotti da aziende a conduzione familiare, offrendo sapori complessi, eleganti e legati al terroir che sono un marchio distintivo del ricco patrimonio vinicolo della regione. Allo stesso modo, i **vini DOP della Garnacha** hanno fornito sapori ricchi e corposi, con ogni bottiglia che racconta la storia di tradizioni secolari e un profondo legame con la terra. Anche i **vini d'Abruzzo**, celebrati per il loro profondo patrimonio italiano, hanno brillato, mostrando l'eccezionale artigianalità della regione. Questi vini sono salvaguardati dall'etichetta DOP, che garantisce i loro metodi di produzione autentici e la qualità eccezionale.

Le **partnership strategiche** hanno giocato un ruolo chiave nell'aumentare la visibilità, come una collaborazione con la Guild of Food Writers nel Regno Unito, che ha ospitato webinar per evidenziare le

the EU FAB 6 SAVOUR THE PDO AND PGI WINES AND DELI MEATS FROM EUROPE

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Research Executive Agency (REA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

qualità distintive dei salumi e vini europei. La campagna ha anche organizzato **masterclass** per professionisti del settore, fornendo sessioni guidate da esperti che hanno approfondito la loro comprensione dei prodotti DOP e IGP. Queste iniziative sono state completate da **pranzi B2B e roadshow**, offrendo un'opportunità per i produttori europei di connettersi direttamente con acquirenti chiave, oltre ad **attività educative nelle scuole**, come The Chef Academy a Londra e Les Roches in Svizzera, per introdurre le generazioni più giovani al valore dell'autentica gastronomia europea.

Inoltre, la campagna ha organizzato **giornate di degustazione** in 290 store di Costco e Tesco, permettendo ai consumatori di interagire direttamente con i prodotti e sperimentare le qualità distintive dei vini e salumi DOP e IGP. **Viaggi studio** per giornalisti inglesi e svizzeri, blogger e professionisti del settore hanno anche fornito esperienze immersive che hanno mostrato i rigorosi standard di produzione e le tradizioni dietro questi prodotti. Questi sforzi sono culminati in prestigiose **cene di gala** a Londra e Ginevra, che hanno riunito i principali stakeholder per celebrare l'eccellenza enogastronomica europea.

Le etichette DOP e IGP non sono solo marchi di certificazione, sono una promessa. I prodotti che portano queste prestigiose etichette sono profondamente radicati nella tradizione e nel terroir delle loro regioni. Rappresentano la meticolosa artigianalità e **gli elevati standard sostenuti dai produttori europei** poiché queste etichette garantiscono che un prodotto proviene da una specifica regione ed è realizzato secondo rigorosi metodi di produzione. Queste certificazioni non solo preservano le tradizioni alimentari e vinicole europee, ma supportano anche pratiche sostenibili e contribuiscono all'economia locale.

Guardando al futuro, il primo anno della campagna The EU Fab 6 ha posto **solide basi per una continua crescit**a. I dati di esportazione dei consorzi dimostrano l'impatto positivo della campagna sull'espansione del mercato. Ad esempio, le vendite di Mortadella Bologna IGP nel Regno Unito hanno registrato un aumento in volume dell'8,3%, mentre i Salamini Italiani alla Cacciatora DOP hanno sperimentato un aumento del 21,5% in Svizzera. Inoltre, le vendite di vini di Bordeaux e Cadillac sono aumentate del 9% in volume nel mercato britannico. L'export di Garnacha continua a performare bene, con un aumento del 10% nel Regno Unito nel 2024, così come i vini d'Abruzzo, che hanno visto un aumento del 13,2% nelle esportazioni nel terzo trimestre del 2024 rispetto allo stesso periodo del 2023. Questi risultati evidenziano la **crescente domanda di prodotti certificati DOP e IGP**, poiché i consumatori riconoscono sempre più il valore dell'autenticità e della qualità.

Man mano che la campagna procede, The EU Fab 6 rimane impegnata a promuovere le qualità uniche dei cibi e vini europei, enfatizzando l'importanza delle etichette DOP e IGP come garanzia di qualità, tradizione e autenticità. L'iniziativa è supportata da sei rinomati consorzi:

- **Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna (Italia)** – capofila del progetto
- **Consorzio Cacciatore Italiano (Italia)**
- **Consorzio Zampone e Cotechino Modena PGI (Italia)**
- **ODG des Premières Côtes de Bordeaux et Cadillac (Francia)**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Research Executive Agency (REA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

- **Asociación para la Promoción del vino de Garnacha – Garnacha Origen (Spagna)**
- **Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo (Italia)**

Seguici per restare aggiornato sulle iniziative del progetto:
Website https://theeufab6.eu/ | Facebook @theeufab6 | Instagram @theeufab6 | YouTube @TheEUFab6

PRESS OFFICE

Blancdenoir Communication Agency
Piazza Matteotti 25
25015 – Desenzano del Garda (BS)
Tel +39 030 7741535
Email: theeufab6@gmail.com