

THE EU FAB 6 - SAVOUR THE PDO AND IGP WINES AND DELI MEATS“ kommt in die Schweiz

In der Schweiz ist alles bereit, die fabelhaften 6 willkommen zu heißen.

SWITZERLAND, September 25, 2024 / EINPresswire.com/ -- „THE EU FAB 6 - SAVOUR THE DOP AND PGI WINES AND DELI MEATS“
DIE SCHWEIZ WIRD ZUM IDEALEN ZIELLAND FÜR KOSTBARE EUROPÄISCHE WURSTWAREN UND WEINE

In der Schweiz ist alles bereit, die fabelhaften 6 willkommen zu heißen. Es handelt sich dabei um die ODG des Premières Côtes de Bordeaux et Cadillac (Frankreich), das Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna (Italien), die Asociación para la Promoción del Vino de Garnacha - Garnacha Origen (Spanien), das Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo (Italien), das Consorzio Cacciatore Italiano (Italien) und das Consorzio Zampone und Cotechino Modena g.g.A. (Italien), denn sie sind die Protagonisten der ehrgeizigen grenzüberschreitenden Kampagne „The EU Fab 6 - Savour the DOP and PGI Wines and Deli Meats“, die von der Europäischen Union kofinanziert wird und von dieser als eines der besten Projekte zur Förderung von aus der EU stammenden Agrarprodukten der EU auserkoren wurde.

Das Projekt EUFab 6, das heute offiziell mit der Lancierung der gleichnamigen Webseite www.theeufab6.eu präsentiert wird, fördert eine Reihe erstklassiger Wurstwarenprodukte und Weinsorten (g.U. und g.g.A.) in England und in der Schweiz. Diese beiden Länder gelten in Hinsicht auf Marktentwicklung und Genießerniveau der Verbraucher als besonders vielversprechend.

Die Schweiz, vierter wichtiger Handelspartner der EU und Netto-Importeur von Agrar- und Nahrungsmitteln, genießt eine hohe politische Stabilität und hohen wirtschaftlichen Wohlstand (ein Land mit einem der höchsten BIP pro Kopf der Welt).



Also ein Markt, der enorme Wachstumschancen für die Produkte der [EUFab6](#) darstellt: Zu diesen gehören einige der weltweit besten in Italien erzeugten Wurstwaren wie Mortadella Bologna g.g.A., Zampone und Cotechino Modena g.g.A. und Salamini Italiani alla Cacciatora g.U., außerdem eine breite Auswahl köstlicher g.U.-Weine der Abruzzen (Abruzzo g.U., Montepulciano d'Abruzzo g.U., Cerasuolo d'Abruzzo g.U., Trebbiano d'Abruzzo g.U., Villamagna g.U.), aus Frankreich aus den Gebieten Premières Côtes de Bordeaux (Cadillac Côtes De Bordeaux g.U., Côtes De Bordeaux g.U., Cadillac g.U., Premières Côtes de Bordeaux g.U.) und aus Spanien mit dem sortenreinen Wein der Garnacha-Traube (Somontano g.U., Terra alta g.U., Cariñena g.U., Priotat g.U., Calatayud g.U. und Campo de Borja g.U.).

Was haben sie gemeinsam? Sie haben gemeinsam, dass es sich um erstklassige, typische Weine und Lebensmittelspezialitäten aus einem spezifischen Produktionsgebiet handelt. Ziel des Projekts ist es, die Verbraucher auf die Markenzeichen g.U. und g.g.A. aufmerksam zu machen und vor allem deren Bedeutung verständlich zu machen, sodass auch die Schweizer Konsumenten begreifen, dass es sich bei diesen Labeln um Produkte mit hohen Qualitätsstandards und der Garantie der Einhaltung strenger und traditionsgebundener Produktionsvorgaben handelt. Sie stellen somit die Zertifizierung für die Qualität und den Wert eines Produkts dar.

Das Projekt wird 3 Jahre dauern, während denen in den beiden Zielländern zahlreiche Aktivitäten durchgeführt werden, die sich an drei wesentliche Kategorien richten: Fachleute aus der Lebensmittel- und Weinbranche, die Presse und natürlich die Verbraucher, die der so genannten Generation X angehören (geboren zwischen 1965 und 1980), wobei letztere in Hinsicht auf Alter, Bildung und Konsumfreudigkeit am interessantesten zu sein scheinen. Von Meisterkursen bis hin zu Roadshows, von speziellen Verkostungen in Weinbars und Fachgeschäften bis hin zu einer originellen Sound-Marketingkampagne, bietet das Projekt zahlreiche Gelegenheiten für einen direkten Kontakt mit den Produkten, die verkostet werden können, um ihre einzigartigen Beschaffenheiten in vollen Zügen zu genießen.

Offizieller Startschuss für das Projekt wird im Herbst ein Galadiner in Genf sein, das im Beisein wichtiger Meinungsführer, Influencer und der Presse stattfinden wird. Darüber hinaus stehen zahlreiche Online-Werbeaktivitäten auf dem Plan, insbesondere Social-Media-Marketing auf den folgenden neuen offiziellen Kanälen des Projekts: Facebook @theeufab6ch, Instagram @theeufab6.ch und Youtube @TheEUFab6.

Bleiben Sie am Ball und folgen Sie allen kommenden Events!

« THE EU FAB 6 - SAVOUR THE DOP AND PGI WINES AND DELI MEATS » : LA SUISSE EST LA DESTINATION IDÉALE POUR LES CHARCUTERIES FINES ET LES VINS EUROPÉENS

La Suisse est prête à accueillir les six fantastiques. Il s'agit de l'ODG des Premières Côtes de

Bordeaux et Cadillac (France), du Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna (Italie), de l'Asociación para la Promoción del Vino de Garnacha – Garnacha Origen (Espagne), du Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo (Italie), du Consorzio Cacciatore Italiano (Italie) et du Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP (Italie). Ils sont les protagonistes de l'ambitieuse campagne transnationale « The EU Fab 6 - Savour the DOP and PGI Wines and Deli Meats », co-financée par l'Union européenne, qui est l'un des meilleurs projets en faveur de la promotion des produits agricoles de l'Union européenne à travers le monde.

Le programme EUFab 6, qui est officiellement présenté aujourd'hui avec le lancement du site Web du même nom www.theeufab6.eu, promeut une gamme de produits de charcuteries fines et de vins de qualité (AOP et IGP) au Royaume-Uni et en Suisse. Ces deux pays sont en effet considérés comme les plus prometteurs en termes de développement du marché et de sophistication des consommateurs.

Quatrième partenaire commercial de l'UE, la Suisse est un importateur net de produits agroalimentaires, et jouit d'une stabilité politique et d'une grande prospérité économique (son PIB par habitant est l'un des plus élevés au monde).

Ce marché offre d'excellentes perspectives de croissance pour les produits EUFab6, qui sont quelques-unes des meilleures charcuteries produites en Italie (Mortadella Bologna IGP, Zampone Modena IGP, Cotechino Modena IGP, et Salamini Italiani alla Cacciatora AOP), auxquelles s'ajoute une sélection de vins italiens AOP de la région des Abruzzes (Abruzzo AOP, Montepulciano d'Abruzzo AOP, Cerasuolo d'Abruzzo AOP, Trebbiano d'Abruzzo AOP et Villamagna AOP), de vins français des Premières Côtes de Bordeaux (Cadillac Côtes de Bordeaux AOP, Côtes de Bordeaux AOP, Cadillac AOP et Premières Côtes de Bordeaux AOP) et de vins espagnols mono-cépage Garnacha (Somontano AOP, Terra alta AOP, Cariñena AOP, Priorat AOP, Calatayud AOP et Campo de Borja AOP).

Quels sont leurs points communs ? Ce sont tous des produits alimentaires et vinicoles typiques de grande qualité, qui sont l'expression d'un territoire spécifique. L'objectif du projet est précisément de faire connaître les logos AOP et IGP et leur signification, en expliquant aux consommateurs suisses pourquoi ils sont synonymes de normes de qualité élevées et de garantie du respect de méthodes de production strictes et traditionnelles. Ceux-ci permettent de certifier la qualité et la valeur d'un produit.

Le projet s'étalera sur trois ans et prévoit de nombreuses activités dans les deux pays. Il s'adressera à trois catégories principales : les professionnels de l'alimentation et du vin, la presse et les consommateurs, en particulier ceux qui appartiennent à la génération X (nés entre 1965 et 1980), qui forment le groupe le plus sensible en termes d'âge, de niveau d'éducation et de propension à la consommation. Des masterclasses de formation aux tournées de présentation, en passant par des journées de dégustation dans des œnothèques et des magasins spécialisés et par une campagne originale de marketing sonore, le projet offrira de nombreuses occasions de rencontres directes avec les produits, permettant de les goûter et d'en apprécier pleinement.

les caractéristiques extraordinaires.

L'événement qui marquera officiellement le lancement du projet sera un dîner de gala à Genève à l'automne, qui se déroulera en présence d'importants leaders d'opinion, de la presse et d'influenceurs. En outre, de nombreuses activités promotionnelles en ligne sont prévues, comme un marketing ciblé sur les réseaux sociaux via les nouveaux canaux officiels du projet : Facebook (@theeufab6ch), Instagram (@theeufab6.ch) et YouTube (@TheEUFab6).

Restez connectés pour suivre toutes les initiatives à venir !

“THE EU FAB 6 - SAVOUR THE DOP AND PGI WINES AND DELI MEATS” È LA SVIZZERA LA META IDEALE PER I PREGIATI SALUMI E VINI EUROPEI

La Svizzera è pronta a dare il benvenuto ai favolosi 6. Si tratta dell'ODG des Premières Côtes de Bordeaux (Francia), del Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna (Italia), dell'Asociación para la Promoción del Vino de Garnacha - Garnacha Origen (Spagna), del Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo (Italia), il Consorzio Cacciatore Italiano (Italia) e il Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP (Italia), protagonisti di “The EU Fab 6 - Savour the DOP and PGI Wines and Deli Meats”, un'ambiziosa campagna transnazionale cofinanziata dall'Unione Europea, che l'ha selezionata come uno dei migliori progetti di promozione dei prodotti agricoli dell'UE nel mondo.

L'EUFab 6, che viene presentato ufficialmente oggi con il lancio dell'omonimo sito web www.theeufab6.eu, promuove una gamma di prodotti di salumeria e vini (DOP e IGP) di qualità nel Regno Unito e in Svizzera. Entrambi i Paesi sono infatti considerati tra i più promettenti, in termini di sviluppo del mercato e di livello di sofisticazione dei consumatori.

La Svizzera, quarto partner commerciale dell'UE, è un importatore netto di prodotti agroalimentari, gode di stabilità politica e di un'ampia prosperità economica (ha uno dei PIL pro capite più alti del mondo).

Mercato in cui ci sono ottime prospettive di crescita per i prodotti di EUFab6: si tratta di alcuni dei migliori salumi prodotti in Italia, Mortadella Bologna IGP, Zampone e Cotechino Modena IGP e Salamini Italiani alla Cacciatora DOP, e di una selezione di vini italiani DOP della regione Abruzzo (Abruzzo DOP, Montepulciano d'Abruzzo DOP, Cerasuolo d'Abruzzo DOP, Trebbiano d'Abruzzo DOP, Villamagna DOP), francesi, provenienti dalle zone delle Premières Côtes de Bordeaux e Cadillac (Cadillac Côtes De Bordeaux DOP, Côtes De Bordeaux DOP, Cadillac DOP, Premières Côtes de Bordeaux DOP) e spagnoli, monovitigno Garnacha (Somontano DOP, Terra alta DOP, Priorat DOP, Cariñena DOP, Calatayud DOP, Campo de Borja DOP).

Cosa hanno in comune? Il fatto che si tratta di prodotti enogastronomici tipici di alta qualità, espressione di un territorio specifico. L'obiettivo del progetto è proprio quello di far conoscere i

loghi DOP e IGP e il loro significato, spiegando ai consumatori svizzeri perché sono sinonimo di standard qualitativi elevati e garanzia del rispetto di metodi di produzione rigorosi e tradizionali. Essi costituiscono infatti una certificazione di qualità e di valore del prodotto.

Il progetto durerà 3 anni, realizzando numerose attività in entrambi i Paesi e rivolgendosi a tre categorie principali: i professionisti del settore enogastronomico, la stampa e i consumatori, in particolare quelli appartenenti alla cosiddetta Generazione X (nati tra il 1965 e il 1980), che per età, istruzione e propensione al consumo è considerata la fascia più sensibile. Dalle masterclass di formazione ai roadshow, dalle giornate di degustazione in enoteche e negozi specializzati a un'originale campagna di sound marketing, il progetto offrirà molte occasioni di incontro diretto con i prodotti, dando la possibilità di assaggiarli e di apprezzarne appieno le straordinarie caratteristiche.

L'evento che segnerà ufficialmente il lancio del progetto sarà una cena di gala a Ginevra in autunno e si svolgerà alla presenza di importanti opinion leader, stampa e influencer. Inoltre, sono previste numerose attività promozionali online, in particolare il social media marketing sui nuovi canali ufficiali del progetto: Facebook @theeufab6ch, Instagram @theeufab6.ch e Youtube @TheEUFab6.

Restate connessi e seguite tutte le prossime iniziative!

Ufficio stampa
Blancdenoir Communication Agency
Piazza Matteotti 25 (Galleria Barchetta, II piano)
25015 – Desenzano del Garda (BS)
Tel +39 030 7741535
Email: theeufab6@gmail.com

Press Office
Blancdenoir Communication Agency
[email us here](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/746426392>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2024 Newsmatics Inc. All Right Reserved.