

THINK MILK
TASTE EUROPE
BE SMART



YOUNG
read, learn, discover

DIE KAMPAGNE

Das vom Genossenschaftssystem der italienischen Milchproduktionskette geförderte und von *Confcooperative* präsentierte Projekt „**Think Milk, Taste Europe, Be Smart!**“ möchte die Kenntnisse über die europäischen Agrarprodukte durch die Verbreitung der Produktionskultur von Kuhmilch und den daraus gewonnenen Erzeugnissen (Käse und Joghurt) verbessern. Dabei sollen **die hohen europäischen Standards** und die **große Tradition**, die seit jeher die Milch- und Käsebranche bestimmen, in den Vordergrund gerückt werden. Das **Dreijahresprojekt (2021-2024)** richtet sich an die Zielländer **Italien und Deutschland** und wurde durch die Kofinanzierung der **Europäischen Kommission** im Rahmen der Verordnung (EU) 1144/2014 (*Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse am Binnenmarkt*) realisiert.

BOTSCHAFT, ZIELGRUPPE, VISUAL

Ziel des Projekts ist die Förderung des Milchsektors, mit Fokussierung von **Fortbildung und Sensibilisierung der Verbraucher und Medien**, und Miteinbeziehung von **Opinion Leadern, Foodbloggern und Influencern**. Ziel ist es, **das Vertrauen** der Bürger und vor allem von Jugendlichen **zu steigern** und **korrekte, belegte und aktualisierte Informationen** zu übermitteln.

Die wesentlichen Botschaften knüpfen direkt an den Titel des Projekts „**Think Milk, Taste Europe, Be Smart!**“ an **und sind eine Art Aufruf / Call to Action**, der in wenigen, aber klaren Worten (die zum Slogan der Kampagne werden) die wichtigsten Elemente des Projekts zum Ausdruck bringen: **„Wenn du Smart sein willst, dann überlege und informiere dich darüber, was du konsumierst und wähle europäische Produkte“**. Der Titel zieht außerdem die Aufmerksamkeit auf das Produkt **Milch**.

Der *Tonfall* ist spontan, informell, will Vertraulichkeit und Vertrauen vermitteln und ist auf ein **junges Publikum** ausgerichtet, genau wie auch das **ganze Image** des Projekts. In allen Abwandlungen, mit verschiedenen Darstellern und Themen, bleibt der rote Faden stets der **Konsum von Milch als Element der Zugehörigkeit zu einer starken Gewinnergeneration**. Die Schlagworte der Darstellungen sind immer positive Konzepte im Zusammenhang mit dem Konsum von europäischen Milchprodukten.

DIE PRODUKTE

Protagonist des Projekts ist die **Kuhmilch mit all ihren Milchprodukten**, die die gesamte Milchproduktionskette des italienischen Genossenschaftssystems als Beispiel europäischer Produktionsexzellenz hervorhebt.

Unter den Milchprodukten verdienen zweifelsohne die Käsesorten **mit den europäischen Markenzeichen DOP und IGP** eine besondere Erwähnung: Sie machen bis zu 50% der gesamten nationalen Milch- und Käseproduktion aus, ein Bereich, in dem Italien weltweit die absolute Führerschaft einnimmt.

DIE WERTE

Die Kampagne konzentriert sich auf die **Grundwerte** von Milch und Milchprodukten, die in der Europäischen Union produziert werden: **Sicherheit, Rückverfolgbarkeit, Qualität, Nährwert, Nachhaltigkeit**.

Die europäische Milchproduktionskette verwendet **fortschrittliche Technik und investiert in moderne Methoden**, um Produktion, Vertrieb und Konsum der Lebensmittel noch **sicherer und nachhaltiger** zu gestalten.

Der Inhalt dieser Werbekampagne gibt lediglich die Ansichten des Autors wieder und liegt in seiner alleinigen Verantwortung. Die Europäische Kommission und die Europäische Exekutivagentur für die Forschung (REA) übernehmen keinerlei Verantwortung für eine etwaige Weiterverwendung der darin enthaltenen Informationen.



Die Europäische Union verlangt, **die Lebensmittel**, Futtermittel und Rohstoffe, die zur Nahrungsmittelproduktion verwendet werden, in allen Produktions-, Verarbeitungs- und Vertriebsphasen **rückverfolgen zu können**. Das System wurde konzipiert und realisiert, um **die Sicherheit und Verträglichkeit** der im Umlauf befindlichen Produkte zu gewährleisten und somit die Gesundheit der Verbraucher zu schützen.

Die *in der EU hergestellte* Milch und die Milchprodukte sind von **hoher Qualität und Sicherheit**, wobei die mikrobiologischen und organoleptischen Eigenschaften sowie alle Nährstoffe, die sie für eine ausgewogene Ernährung so wertvoll machen, erhalten bleiben.

Letztendlich berücksichtigen die europäischen Produkte auch in höchsten Maßen die **Themen des Tierwohls** als Priorität der Produktionsstandards der Europäischen Union, die in diesem Bereich zu den weltweit besten gehören.

Weitere Informationen finden Sie auf der Webseite www.thinkmilkbesmart.eu/de

Der Inhalt dieser Werbekampagne gibt lediglich die Ansichten des Autors wieder und liegt in seiner alleinigen Verantwortung. Die Europäische Kommission und die Europäische Exekutivagentur für die Forschung (REA) übernehmen keinerlei Verantwortung für eine etwaige Weiterverwendung der darin enthaltenen Informationen.