

**THINK MILK
TASTE EUROPE
BE SMART**



YOUNG
read, learn, discover

PRESSEMEDLUNG

Ab heute gibt es online die "Videopillen" mit den Empfehlungen des von der Molkereibranche der Alleanza delle Cooperative geförderten Informationsprojekts „*Think Milk, Taste Europe, Be Smart*“

MILCH UND MILCHPRODUKTE WERDEN IMMER SOCIAL-MEDIA-FÄHIGER, EINE VIDEOKAMPAGNE „BEGIBT“ SICH IN DIE CHATS DER MILLENNIALS

Rom, 10. März 2023 – Aus einer Analyse von Kommentaren in den sozialen Medien, die zum Thema Milch und Milchprodukte hatten, ging hervor, dass weitere Informationsmaßnahmen erforderlich sind, um diese Erzeugnisse mithilfe von kurzen Videos wie in einem Chatroom unter Freunden bei den Millennials auf optimale Weise in die Debatten im Netz einzuschließen. Sie sind die Protagonisten der neuen Tätigkeiten von „*Think Milk, Taste, Europe, Be Smart!*“, dem von der Molkereibranche des Verbands Alleanza delle Cooperative Agroalimentari geförderten, von Confcooperative umgesetzten und von der Europäischen Kommission kofinanzierten Projekt. Eine Videokampagne, die ab heute bei Instagram, Facebook und YouTube online ist und wo die Jugendlichen selbst gemäß der Methode des Peer Learnings ihren eigenen Altersgenossen die entsprechenden Tipps geben.

Drei sind die im Netz am meisten diskutierten und umstrittenen Themen: **Angebliche Milch-Unverträglichkeiten**, inwiefern es angemessen ist, Milch im Erwachsenenalter zu konsumieren sowie der Nährgehalt von Milch und vor allem von Käse. Dabei ist gerade das Thema der Unverträglichkeit das widersprüchlichste: Vor allem der Mangel an Symptomen führt häufig dazu, dass fast **75% der laktoseintoleranten Menschen gar nicht weiß, dass sie an einer Unverträglichkeit leiden, während wiederum zahlreiche andere Menschen infolge einer Selbstdiagnose behaupten, „sie seien intolerant“** und völlig eigenmächtig und ohne Rücksprache mit einem Arzt entscheiden, keine Milchprodukte mehr zu konsumieren. In Wirklichkeit ist das ein sinnloser Verzicht, denn im Handel gibt es zahlreiche laktosefreie und für jeden bekömmliche Produkte. Dazu muss erwähnt werden, dass einige der berühmtesten DOP- Käsesorten unseres Landes (wie Taleggio DOP, Gorgonzola DOP, Fontina DOP, Provolone Valpadana DOP, Parmigiano Reggiano DOP oder Grana Padano DOP) von **Natur aus laktosefrei** sind, weil sie reich an gesunden Milchsäurebakterien sind oder einer langen Reifung unterzogen wurden. Die vorhandenen Fermente und Bakterien spalten dabei die Laktose in Glukose und Galaktose, wodurch diese leicht verdaulich und außerdem zur optimalen Kalziumquelle wird. Auch hinsichtlich des **Kaloriengehalts** dieser Produkte gibt es falsche Angaben: Die Zufuhr von Energie sollte nämlich immer der konsumierten Menge angepasst werden. Im Rahmen einer ausgeglichenen Ernährung, der passenden Menge und der angemessenen Vielfalt, sind **Milchprodukte dazu in der Lage, unsere Gesundheit zu fördern**. Wichtig ist dabei, die Regel der 3 zu befolgen, was bedeutet, 3 mal täglich eine Portion Milch oder Joghurt und 3 mal wöchentlich Käse zu konsumieren. **Auf die Frage schließlich, ob es eine Altersgrenze gibt, ab der man keine Milch mehr verzehren soll, lautet die Antwort Nein**. Die Wissenschaftsgemeinde ist zum Schluss gekommen, dass Milch und Milchprodukte zu den wesentlichen Bausteinen der mediterranen Ernährung gehören und **ihr Verzehr im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung in allen Altersgruppen dringend empfohlen wird**.

Il contenuto di questa campagna promozionale rappresenta soltanto le opinioni dell'autore ed è di sua esclusiva responsabilità. La Commissione europea e l'Agenzia esecutiva europea per la ricerca (REA) non accettano alcuna responsabilità riguardo al possibile uso delle informazioni che include.

**THINK MILK
TASTE EUROPE
BE SMART**



YOUNG
read, learn, discover

Diese und andere Ratschläge sind in drei Videos zusammengefasst, die mit einer bunten und ansprechenden Grafik entwickelt wurden. Kurze Pillen mit der **Struktur eines Chats**, bereichert mit grafischen Inhalten (Tabellen, Infografiken usw.), um auf effektive Weise Daten und Statistiken unterstützend zur Information zusammenzufassen. Um sich alle anzusehen, besuchen Sie die Webseite www.thinkmilkbesmart.eu und die sozialen Kanäle INSTAGRAM @thinkmilk_tasteEU, FACEBOOK Think Milk, Taste Europe, Be Smart und <https://www.facebook.com/Thinkmilk.tasteEU> YOUTUBE Think Milk, Taste Europe, Be Smart.

Pressebüro:

Francesca Goffi
Pressebüro "Think Milk, Taste Europe, Be Smart!"
Blancdenoir srl, Piazza Matteotti -25015 Desenzano d/G
francesca@blancdenoir.it
Tel. 030 7741535; Mob. 347 9186442

Alina Fiordellisi
Pressebüro CONF COOPERATIVE
Via Torino, 146 – 00184 Rom
fiordellisi.a@confcooperative.it
Tel. 06 46978202; Mob. 380 3996627

Il contenuto di questa campagna promozionale rappresenta soltanto le opinioni dell'autore ed è di sua esclusiva responsabilità. La Commissione europea e l'Agenzia esecutiva europea per la ricerca (REA) non accettano alcuna responsabilità riguardo al possibile uso delle informazioni che include.