



PRESSEMAPPE: EU-KAMPAGNE FÜR DAS SIEGEL DER REGIONEN IN ÄUSSERSTER RANDLAGE EUROPAS

## EU-Kampagne für das Siegel der Regionen in äußerster Randlage Europas



Wenn europäische Verbraucher an Lebensmittel aus Europa denken, dürften die wenigsten von ihnen dabei Erzeugnisse aus tropischen Gebieten wie Guadeloupe und Martinique, aus Madeira oder von den Kanarischen Inseln im Sinn haben. Und das obwohl diese Gebiete zu Frankreich (Guadeloupe und Martinique), Portugal (Madeira) und Spanien (Kanarische Inseln) gehören.

Um dies zu ändern, haben sich diese Gebiete für eine gemeinsame Kommunikationskampagne zusammengeschlossen. Mit dieser möchten sie europäische Verbraucher über die Vorzüge von Produkten aus den Regionen in äußerster Randlage Europas (ultraperiphere Regionen, Abk.: RUP) aufklären und die Bekanntheit des EU-Qualitätssiegels für RUP-Produkte erhöhen.

Hinter der von der Europäischen Union geförderten Kampagne stehen die drei

Organisationen UGPBAN (Guadeloupe und Martinique), GESBA (Madeira) und ASPROCAN (Kanaren), die die europäische Banane repräsentieren. Von 2017 bis 2019 möchten sie Verbrauchern in Spanien, Portugal, Frankreich, Belgien, Deutschland und Polen die Bananen aus den Regionen in äußerster Randlage Europas schmackhaft machen.

Im Zentrum der Kampagne steht das Siegel, das die EU entwickelt hat, um einen Wiedererkennungswert für RUP-Erzeugnisse auf europäischem Qualitätsniveau zu schaffen und ihre Hochwertigkeit zu veranschaulichen. Entsprechend lautet das Kampagnenmotto: „Siegel der Regionen in äußerster Randlage – unter glücklichen Sternen geboren.“

Das Siegel wird auf den Segeln des historischen Dreimasters „Le Marité“ aufmerksamkeitsstark inszeniert. Das Schiff steht als Symbol für die Verbindung zwischen den Inseln und dem europäischen Festland. Zwischen 2017 und 2019 wird es in 18 Hafenstädten der sechs Zielländer einlaufen und dort jeweils eine knappe Woche vor Anker gehen. Hafenbesucher können das Schiff dabei nicht nur von außen bewundern: Eine Fotoausstellung



PRESSEMAPPE: EU-KAMPAGNE FÜR DAS SIEGEL DER REGIONEN IN ÄUSSERSTER RANDLAGE EUROPAS

an Bord lädt dazu ein, sich einen Eindruck vom Anbau verschiedener Agrarprodukte auf Guadeloupe, Martinique, Madeira und den Kanaren zu machen. Parallel dazu wird die Fotoausstellung 2017 auch in den Hauptstädten der sechs Zielländer zu sehen sein.

Auf dem Programm der Organisationen steht zudem ein pädagogisches Projekt, bei dem Schulklassen auf dem europäischen Festland sich spielerisch mit den Regionen in äußerster Randlage Europas und den dort produzierten Bananen auseinandersetzen. Gleichzeitig wird unter dem Motto „Mal mir (d)eine Insel und ihre Produkte“ ein Austausch zwischen den Kindern aus Kontinentaleuropa und den europäischen Überseeregionen gefördert.

Zudem sind Auftritte bei Lebensmittelfachmessen in den sechs Zielländern geplant. Abgerundet wird die Kampagne durch begleitende Pressearbeit sowie regelmäßige Kommunikation auf der eigens kreierte Website [www.exotictasteofeurope.eu](http://www.exotictasteofeurope.eu) sowie auf Facebook („Exotic Taste of Europe“).

*Mehr Informationen auf [www.exotictasteofeurope.eu](http://www.exotictasteofeurope.eu).*

<b>PRESSEKONTAKT</b>		
<b>UGPBAN</b> Union des Groupements de Producteurs de Bananes de Guadeloupe & Martinique  Karym Bagoee +33 7 78 20 57 27 +33 1 56 70 01 93 k.bagoee@ugpban.com	<b>ASPROCAN</b> Asociación de Organizaciones de Productores de Plátano de Canarias  Marta Rodríguez Ruiz +34 922 535 144 +34 690 876 356 m.rodriguez@platanodecanarias.net	<b>GESBA</b> Empresa de Gestão do Sector da Banana, Lda.  Agostinho Serrão +351 924404524 agostinho.serrao@gesba.pt
<b><u>DEUTSCHER PRESSEKONTAKT:</u></b>  Sopexa S.A., Germany Schwanenhöfe Werkstatt, Erkrather Str. 234 a, 40233 Düsseldorf  <b>Christina Gehlen</b> +49 211 49808-48, christina.gehlen@sopexa.com		



## PRESSEMAPPE: EU-KAMPAGNE FÜR DAS SIEGEL DER REGIONEN IN ÄUSSERSTER RANDLAGE EUROPAS

### Copyright:

@2017 – UGPBAN-GESBA-ASPROCAN Agri multi 734408 – Konzept und Realisierung: Hopscotch – RCS Paris  
602 063 323

### Disclaimer:

The content of this media kit represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission and the Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency (CHAFEA) do not accept any responsibility for any use that may be made of the information it contains.



KAMPAGNE FINANZIERT  
MIT FÖRDERMITTELN  
DER EUROPÄISCHEN UNION

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS  
CAMPAIGNS THAT PROMOTE HIGH QUALITY  
AGRICULTURAL PRODUCTS

