

Benessere animale, cosa e come comunicare ai consumatori

*Elisa Bianco, CIWF
Responsible Ham, 13 gennaio 2020*

Presentazione di CIWF



IN BREVE

- Principale organizzazione internazionale per il benessere degli animali d'allevamento
- Fondata nel 1967 da un allevatore inglese di vacche da latte
- Uffici in Europa, Stati Uniti e Cina
- CIWF Italia Onlus dal 2013

POSIZIONAMENTO E OBIETTIVI

- **Migliorare il benessere animale negli allevamenti**

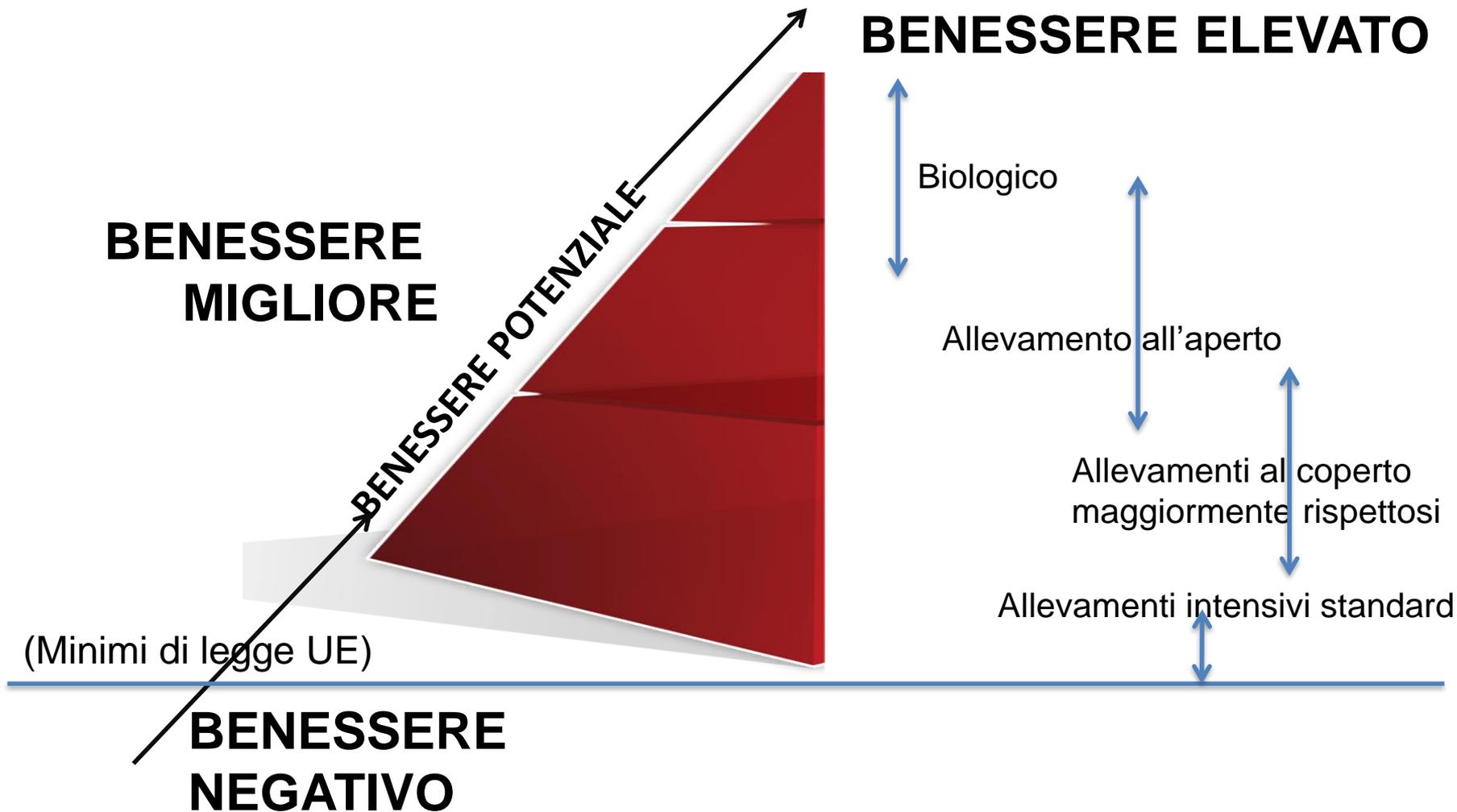
APPROCCIO

- Informare e stimolare riflessioni sul tema
- **Accompagnare lungo il cambiamento**

Un buon benessere è sorretto da:

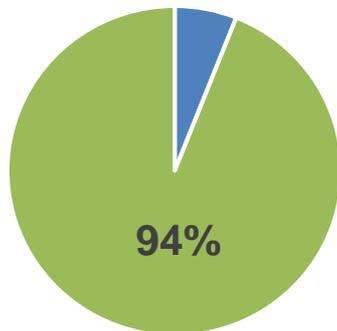


Sistemi diversi hanno potenziali di benessere diversi



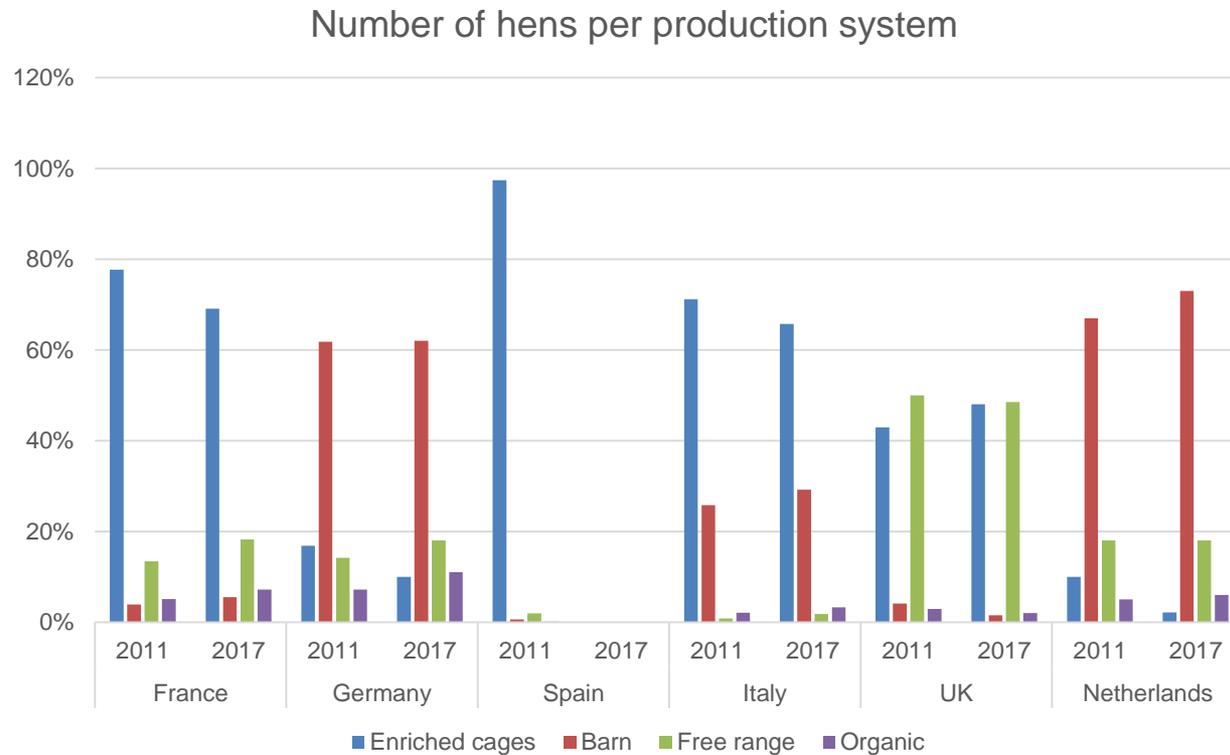
I consumatori italiani sono interessati al benessere animale

- **80%** vorrebbero più informazioni su come sono trattati gli animali negli allevamenti
- **77%** ritengono che l'allevamento intensivo sia crudele con gli animali (*YouGov, 2016*)
- **47%** legge le etichette in cerca di informazioni animal-friendly
- **4 italiani su 10** sono disposti a pagare un prezzo maggiore per prodotti maggiormente rispettosi del benessere animale



% dei cittadini italiani pensa che la protezione del benessere degli animali sia importante

Il caso delle uova: dalla teoria alla pratica



Il ruolo dei consumatori è fondamentale per sostenere il cambiamento

I consumatori sono disposti a spendere di più per prodotti più rispettosi del benessere animale



Servono informazioni chiare e trasparenti che riflettano le potenzialità dei sistemi di allevamento



Cosa e come comunicare?

- Informazioni chiare, semplici e trasparenti per ristabilire rapporto di fiducia con i consumatori
- Le etichette sono il primo punto di accesso dei consumatori
- **Necessario comunicare la differenza di potenzialità di benessere dei diversi sistemi tramite il metodo di allevamento**



Labelling matters



...ma il metodo di allevamento?

Da Classyfarm all'etichetta «benessere animale in allevamento»



BOVINI DA CARNE - Benessere

BOVINO DA CARNE - Manuale

...
...
...

...

Quali sono i limiti?

- ✓ Trasparenza, quale benessere?
- ✓ Trasparenza, come viene valutato?
- ✓ Fiducia dei consumatori
- ✓ Un ente pubblico dovrebbe verificare il rispetto delle normative
- ✓ Appiattimento dei diversi standard di allevamento
- ✓ **Svalutazione dei produttori che lavorano con standard più alti**
- ✓ Rischio di esclusione per chi ha strutture più vecchie

Le etichette *antibiotic free*



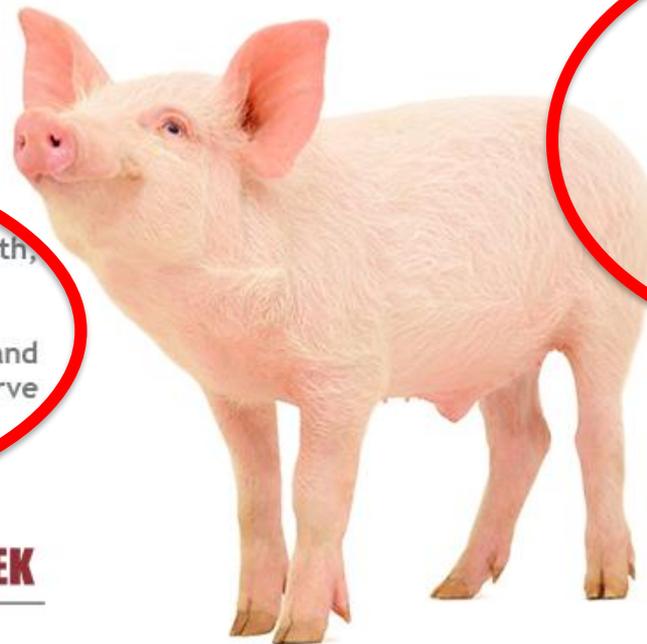
**Consumatori portati a credere che
senza antibiotico = migliore
benessere**

Per combattere la resistenza è necessario l'uso razionale degli antibiotici

FIGHTING ANTIBIOTIC RESISTANCE

Antibiotics are essential resources for human health, animal health and animal welfare.

We need to collectively ensure the responsible and prudent use of antibiotics in animals to preserve their effectiveness.



WORLD ANTIBIOTIC AWARENESS WEEK

www.oie.int/antimicrobial-resistance

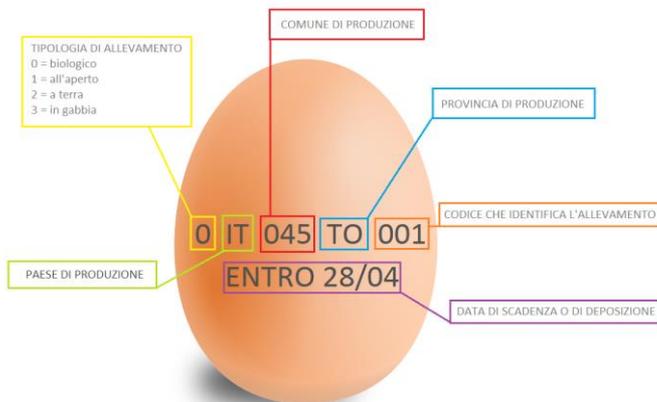
#AntibioticResistance



COMPASSION
in world farming

Settore Alimentare

Quali alternative migliori?





*Grazie per
l'attenzione!*

Per ulteriori informazioni
www.compassionsettorealimentare.it

Elisa Bianco
Responsabile del Settore Alimentare
Elisa.bianco@ciwf.org
Mob: +39 346 69 85 430