

THINK MILK
TASTE EUROPE
BE SMART



YOUNG
read, learn, discover

PRESSEMEDLUNG

Am 2. Juli wird weltweit der 100. Internationale Tag der Genossenschaften gefeiert

MILCH UND KÄSE SIND DIE PROTAGONISTEN DES #COOPSDAY

In Italien stammen 6 von 10 Gläsern Milch und 7 von 10 DOP-Käsen von Genossenschaften. Die Branche kann sich als einen der wichtigsten Genossenschaftssektoren in Bezug auf Umsatz, Wert und Arbeiter behaupten

Rom, 1 Juli 2022 – **“Cooperatives build a better world”**: Mit diesem Motto wird am 2. Juli der **100. Internationale Tag der Genossenschaften (CoopsDay)** gefeiert, die in Italien einen wesentlichen Beitrag im Zusammenhang mit zahlreichen Wirtschaftszweigen leisten. Darunter auch die **Käse- und Molkereibranche**, die sich **als einen der wichtigsten Genossenschaftssektoren in Bezug auf Umsatz, Wert und Arbeiter behaupten kann**. Die **600** Genossenschaften der Branche mit ihren **17.000** angeschlossenen Ställen erwirtschaften einen Umsatz von **7 Milliarden Euro** und beschäftigen über **13.000 Mitarbeiter**. Etwas mehr als **60% der gesammelten Milch und etwa 70% der DOP-Käsesorten** stammen von Genossenschaften.

Zehn Jahre nach dem Internationalen Tag der Genossenschaften der Vereinten Nationen, an dem deren wichtiger Beitrag hervorgehoben worden war, greift das **Motto des diesjährigen #CoopsDay** – **„Die Genossenschaften schaffen eine bessere Welt“** – erneut das Thema des Internationalen Jahres auf. *„Das wirtschaftliche Ausmaß der Genossenschaften muss über die rein quantitativen Parameter hinaus gehen, während ein besonderes Augenmerk dem Beitrag gezollt werden sollte, den die Genossenschaften der allgemeinen Funktionsweise der wirtschaftlichen und sozialen Systeme bieten* – behauptet **Giovanni Guarneri**, Koordinator des Milch- und Milchproduktsektors des Verbands Alleanza Cooperative Agroalimentari. – *Mit dem Sammeln und Verarbeiten von Milch gewährleistet das Genossenschaftssystem nach wie vor mehreren hunderttausend Familien ein Einkommen und trägt zur Erhaltung der anthropogenen Ökosysteme bei. Dies ganz besonders in den Bergen oder in jenen benachteiligten Regionen, die am stärksten von Entvölkerung bedroht sind. In einem Kontext, in dem das politische und wirtschaftliche Engagement vor allem darauf ausgerichtet ist, ehrgeizige Ziele in Bezug auf Nachhaltigkeit zu erreichen – man denke nur an den europäischen Green Deal, an die Strategie Farm to Fork der Europäischen Kommission und an die Aufmerksamkeit des Verbrauchers gegenüber einer umweltlichen Nachhaltigkeit oder des Tierwohls in Bezug auf seine Konsumententscheidungen – so präsentiert sich das Genossenschaftssystem als ideales Modell, um die entsprechende Produktionskette den neuen Standards anzugleichen. In Anbetracht des wachsenden Interesses für sämtliche Abläufe der Produktions- und Lieferkette, die zur Produktion von Milch oder Käse erforderlich sind, muss dem Verbraucher unserer Produkte alles genau mitgeteilt werden, um eine korrekte und umfassende Information zur Förderung des Branchenimages zu fördern*“. Diesem Thema widmet sich die internationale Kommunikationskampagne **„Think Milk, taste Europe, Be Smart!“**, die vom Milch- und Milchproduktsektor der Alleanza delle Cooperative Agroalimentari gefördert, von Confcooperative umgesetzt und von der Europäischen Kommission kofinanziert wird. Weitere Informationen zum Projekt finden Sie bei www.thinkmilkbesmart.eu, INSTAGRAM @thinkmilk_tasteeu; FACEBOOK Think Milk, Taste Europe, Be Smart und YOUTUBE Think Milk, Taste Europe, Be Smart.

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

Wie die **ICA (International Cooperatives Alliance)** bei der Ankündigung des Tagesthemas 2022 bekräftigte, konnten sich die Genossenschaften in zahlreichen verschiedenen Wirtschaftsbereichen als überdurchschnittlich krisenresistent erweisen. Sie fördern die wirtschaftliche Teilhabe, kämpfen gegen Umweltzerstörung und Klimawandel, schaffen gute Arbeitsplätze, tragen zur Nahrungsmittelsicherheit bei, erhalten das Finanzkapital in den lokalen Gemeinschaften, bauen ethische Wertschöpfungsketten auf und schaffen durch die Verbesserung der materiellen Bedingungen und der Sicherheit der Menschen außerdem einen positiven Frieden.

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 CONFCOOPERATIVE
Via Torino, 146 – 00184 Roma
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.