

THINK MILK
TASTE EUROPE
BE SMART



YOUNG
read, learn, discover

COMUNICATO STAMPA

LE COOPERATIVE LATTIERO CASEARIE AL FIANCO DEI CONSUMATORI, PER UNA SCELTA CONSAPEVOLE

Nella Giornata Mondiale del 15 marzo, l'Alleanza Cooperative Agroalimentari celebra il suo sodalizio con i cittadini: già oltre 30 milioni raggiunti da "Think Milk, Taste Europe, Be Smart!"

Roma, 13 marzo 2023 – Sono **oltre 30 milioni i consumatori** già raggiunti dal progetto "Think Milk, Taste Europe, Be Smart!", la campagna promossa dal settore lattiero-caseario dell'Alleanza delle Cooperative Agroalimentari realizzata da Confcooperative e cofinanziata dalla Commissione europea per ridefinire i paradigmi della comunicazione nel settore. Un traguardo importante, che Alleanza vuole celebrare in occasione della **Giornata Mondiale dei Consumatori**, a 2 anni dal lancio dell'iniziativa che ribadisce il **diritto a scelte alimentari consapevoli e basate su dati e fatti verificati**.

La filiera lattiero-casearia dell'Alleanza delle Cooperative Agroalimentari può, a ragione, definirsi **alleata del consumatore in ogni tappa del customer journey**, dal momento in cui **si informa e sceglie** fino all'acquisto di **prodotti che sono sicuri e sostenibili**. Dal 2019 è ininterrottamente in prima linea per una **corretta comunicazione sul latte e i latticini**, con progetti che hanno incontrato anche il sostegno dell'Unione Europea. Ancora precedenti sono le numerose best practice per **ridurre gli impatti della filiera, un sistema con 700 imprese, 17.000 allevatori e 15.000 lavoratori**. In occasione della **Giornata Mondiale dei Diritti dei Consumatori - che si celebrerà il 15 marzo - ed è dedicata quest'anno alla loro responsabilizzazione alla transizione verso l'energia pulita**, Alleanza vuole insistere proprio **sulla sostenibilità del settore**, al centro anche di recente corso rivolto alla stampa.

L'agricoltura impatta solo per l'8,5% del totale delle emissioni, di cui circa **un terzo** è riconducibile alla zootecnia da latte. Per avere un raffronto, i trasporti incidono per il 22,5%, l'industria manifatturiera per il 12% (dati ISPRA GHGs 2020). In tema di energia rinnovabile e pulita, il settore è **impegnato soprattutto lato stalla**: con la produzione di biogas, biometano e pannelli fotovoltaici sui tetti gli allevamenti animali sono una risorsa energetica e ambientale preziosa. Ma anche in **caseificio si possono ottenere risparmi e recuperi**, come la produzione di metano dai vari sottoprodotti lattiero-caseari per digestione anaerobica. In generale, le cooperative applicano la **Climate Smart Agriculture**, l'agricoltura dell'adattamento, della mitigazione e della sicurezza alimentare.

Il concetto di sostenibilità per le Cooperative è, inoltre, inscindibilmente legato al concetto di **cura del territorio e delle persone che lo abitano**. "La cooperazione rappresenta il territorio di riferimento perché i suoi soci sono espressione dell'area geografica dove operano e le produzioni ne sintetizzano la storia, la cultura e la biodiversità – afferma **Giovanni Guarneri**, coordinatore del settore lattiero-caseario di Alleanza Cooperative Agroalimentari. -. Altro tema su cui si concentra l'impegno del settore è il **benessere animale, una materia che richiede approcci multidisciplinari e su cui vi è molta disinformazione**. "La valutazione in allevamento richiede di considerare sia le condizioni oggettive in cui l'animale vive sia la sua risposta a queste condizioni di vita – continua Guarneri -. In Italia tutto ciò viene monitorato da un complesso meccanismo che si chiama **Classyfarm**, con ben 105 indicatori di rischio per le bovine da latte. Ebbene, sui 24.515 allevamenti e gli oltre 2.600.000 capi, il livello di benessere raggiunto nel 2022 è stato di **78,3**, con una crescita di 2,6 punti rispetto all'inizio delle rilevazioni nel 2020. Un **livello considerato buono e in continua progressione** perché sono molteplici gli sforzi per migliorare la salute, le funzioni biologiche e lo stato emotivo dei nostri animali".

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

È fondamentale che i consumatori conoscano queste informazioni per poter scegliere consapevolmente e liberi da pregiudizi quali prodotti acquistare. Sul sito www.thinkmilkbesmart.eu si trovano innumerevoli articoli di approfondimento, utili per chi voglia capire meglio le caratteristiche di questi prodotti e la reale sostenibilità del settore. Si può seguire il progetto anche sui social: INSTAGRAM @thinkmilk_tasteeu; FACEBOOK Think Milk, Taste Europe, Be Smart e YOUTUBE Think Milk, Taste Europe, Be Smart.

Ufficio stampa:

Francesca Goffi
Ufficio stampa "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
Ufficio stampa 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.