



ClearFarm

PRACTICE ABSTRACT

Etichettatura per prodotti ad alto livello di benessere animale

Il benessere degli animali da allevamento è sempre più considerato come un requisito di qualità per i prodotti alimentari. Un numero crescente di cittadini europei vorrebbe avere maggiori informazioni su come vengono trattati gli animali da allevamento. L'etichettatura dei prodotti può informare efficacemente sulla qualità e la sostenibilità degli alimenti, aumentare la trasparenza sui metodi di allevamento e offrire una maggiore protezione ai produttori dell'UE che applicano standard elevati di benessere animale.

Le etichette sul benessere degli animali esaminate da ClearFarm misurano per lo più il benessere degli animali utilizzando criteri basati sulle risorse piuttosto che sugli animali. Solo poche hanno fatto riferimento alla specifica tecnica ISO/TS 34700:2016 sulla gestione del benessere animale.

La normativa generale dell'UE sull'etichettatura dei prodotti si applica anche all'etichettatura relativa al benessere degli animali. Per esempio: 1) il prodotto non deve essere commercializzato con proprietà che non ha o che si possono presumere condivise da tutti gli altri prodotti, come i requisiti minimi di legge; 2) il marketing non deve essere ingannevole, e 3) le indicazioni comparative devono essere verificabili.

Inoltre, tutte le etichette degli imballaggi devono essere facilmente visibili, leggibili e comprensibili. La Commissione Europea ha anche fornito le linee guida delle buone pratiche per i sistemi di certificazione volontaria per i prodotti agricoli e alimentari.

I fattori chiave per il successo dell'etichettatura del benessere animale sono: 1) la volontà di apertura degli operatori commerciali, 2) la partecipazione

Contattateci a:

 <http://www.clearfarm.eu/>

 clearfarm@unimi.it

Seguiteci su:



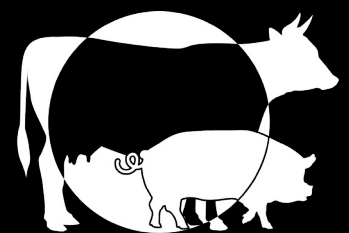
dell'industria, dei rivenditori e delle parti interessate nella progettazione e nell'attuazione dell'etichettatura, nonché 3) la consapevolezza dei consumatori dell'etichetta e dei suoi benefici. Inoltre, sia 4) la trasparenza del sistema di etichettatura che 5) l'ampia partecipazione delle parti interessate al processo decisionale sono stati identificati come fattori importanti. In particolare, gli allevatori apprezzano la possibilità di partecipare al processo decisionale dell'etichetta. Informare i consumatori richiede una comunicazione adeguata, corretta e coerente, affinché comprendano i benefici dell'etichetta. Si raccomanda una verifica affidabile della conformità da parte di un organismo indipendente e ispezioni regolari con criteri chiari, comprensibili e realistici.

La fattibilità finanziaria dell'etichettatura è importante. Un'etichetta commerciale deve fornire un valore adeguato a tutte le parti interessate, compresi gli animali, i consumatori, gli allevatori, gli operatori del settore alimentare e altri soggetti commerciali coinvolti.

Alcuni studi ([Yang & Renwick, 2019](#); [Cicia & Colantuoni, 2010](#)) suggeriscono che i consumatori sono spesso disposti a pagare il 15-30% in più per prodotti provenienti da sistemi di allevamento che garantiscono un alto livello di benessere animale. Tuttavia, ogni prodotto è diverso e i consumatori sono un gruppo eterogeneo, con abitudini di acquisto che cambiano dinamicamente. Mentre alcuni sono interessati al benessere degli animali e sono disposti a pagare un sovrapprezzo per i miglioramenti del benessere, altri potrebbero non esserlo.

La digitalizzazione offre nuove opportunità per cambiare il modo in cui le etichette vengono utilizzate in un ambiente commerciale. Permette l'utilizzo di tecnologie innovative a beneficio dei consumatori. Possono sia cambiare il modo di comunicare sia portare a nuovi modelli di business basati sulle tecnologie e sui dati della zootecnia di precisione.

Si raccomanda che i marchi di qualità aderiscano al principio del miglioramento continuo. Lo standard tecnico dell'etichetta per il benessere animale influisce sull'impatto che l'etichetta può generare. Il miglioramento della qualità non è gratuito. Richiede piuttosto uno sforzo nelle diverse fasi della catena produttiva. Aumentando il prezzo, alcuni consumatori vengono esclusi come acquirenti di prodotti con l'etichetta del benessere animale. Pertanto, il costo aggiuntivo dell'offerta di alta qualità non può essere troppo alto.



ClearFarm



Questo progetto ha ricevuto un finanziamento dal programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione Europea sotto l'accordo di sovvenzione n. 862919.