



COMUNICATO STAMPA

CARNE BOVINA, AMBIENTE E SALUTE: ASSOCARNI E MIPAAFT LANCIANO UNA CAMPAGNA DI INFORMAZIONE SUL CONSUMO CONSAPEVOLE

Realizzata da Rai Pubblicità, sarà on air dal 18 novembre

Obiettivo: informare il consumatore sui valori nutrizionali della carne bovina italiana, sull'importanza delle proteine animali nella dieta mediterranea e sul contributo della zootecnia alla tutela del territorio

Roma, 16 novembre 2018 – “**La Stellina della carne bovina**” è il filo conduttore della campagna di informazione lanciata da Assocarni sul consumo consapevole della carne bovina italiana, dei suoi valori nutrizionali, sociali e ambientali. La campagna, cofinanziata dal Mipaaft con bando pubblico per la selezione di programmi di informazione e promozione sui prodotti freschi e trasformati delle filiere carni, verrà messa in onda sulle reti Rai (radio, tv, cinema e web) con il formato di “Lezioni di etichetta”.

La campagna è stata presentata oggi a Roma, con la partecipazione di **Pietro Gasparri**, Dirigente Dip. Politiche competitive e qualità agroalimentare del Mipaaft, e con gli interventi di **François Tomei**, Direttore Generale Assocarni, **Fabrizio Ferragni**, Direttore Relazioni Istituzionali Rai, **Emilia Grazia Costa**, Responsabile Progetti Speciali e Nuove Tendenze Rai Pubblicità, ed **Elisabetta Bernardi**, nutrizionista e divulgatrice scientifica, docente all'Università di Bari.

“La carne bovina – ha spiegato **François Tomei** – è spesso al centro di un dibattito pubblico distorto da mezze verità o da vere e proprie fake news: siamo lieti che il Ministero abbia voluto promuovere una campagna informativa evidenziando l'importanza di questo alimento nell'ambito di una dieta equilibrata. A fronte di un calo dei consumi di carne bovina in Europa e in Italia negli ultimi dieci anni e della crescita del *food social gap* che porta le classi meno abbienti a mangiare meno carne per motivi economici, lo scopo della nostra proposta è quello di rendere i consumatori consapevoli dell'importanza della carne bovina italiana in una dieta equilibrata, all'interno del modello della Dieta Mediterranea che, è bene ricordarlo, prevede anche un apporto di proteine di origine animale. Infine, bisogna considerare che l'allevamento bovino contribuisce alla tutela del territorio, del paesaggio, della biodiversità e della fertilità dei suoli. Ma anche al mantenimento di saperi e tradizioni secolari che, uniti alle nuove competenze e tecnologie, rendono gli oltre 110mila allevamenti bovini del Belpaese sempre più sostenibili”.

“Il ruolo della carne e delle proteine animali, all'interno di una dieta sana ed equilibrata, è essenziale in ogni fase della vita: dalla gravidanza, alla crescita dei bambini fino alla terza età per mantenersi in forza e attivi”, ha aggiunto **Elisabetta Bernardi**. “Quando si parla di carne tanti pensano solo al contenuto di ferro, proteine e vitamina B12. Pochi sanno che la carne contiene anche **zinco**, importante per la crescita e la cicatrizzazione, **acido pantotenico**, per il metabolismo dei carboidrati e delle proteine, **selenio**, prezioso antiossidante, **lisina**, potente ricostituente del sistema immunitario, fino al **coenzima Q10**, coadiuvante nella formazione di collagene per la pelle; senza dimenticare che dei 20 amminoacidi che compongono le proteine, **9 sono essenziali** e vengono **forniti dalla carne in rapporto percentuale ottimale**, a differenza delle proteine vegetali, la cui composizione in amminoacidi essenziali non è così completa ed equilibrata. La quantità di proteine giornaliere consigliata per un individuo è di 0,9 g per peso corporeo, ad esempio un uomo adulto di 70 kg ha bisogno di un apporto di proteine di 63 g al giorno. Ma è altrettanto importante ricordare che 100 g di carne forniscono in media 22-25 g di proteine ad alto valore biologico, poco più di 1/3 del fabbisogno giornaliero. E' quanto mai opportuno fare informazione su un corretto consumo di carne e questa campagna ha centrato in pieno l'obiettivo”.

La campagna sarà **on air dal 18 novembre** per circa due settimane con spot video, radiofonici e digital ideati e prodotti da Rai Pubblicità, differenziati per i vari canali Rai (TV, web, radio, cinema nelle sale del circuito di Rai Pubblicità), su diversi temi: Cosa sono le carni sostenibili; Proprietà dei nutrienti della carne bovina; Carne bovina e ambiente.



Per la **prima volta in assoluto** in Italia, **gli spot sono stati ideati e realizzati da Rai Pubblicità anche nella modalità di "Pubblicità Accessibile e Inclusiva"**, pensata per essere fruibile da tutte le persone, incluse sorde e cieche, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati.

"Rai Pubblicità, in qualità di concessionaria pubblicitaria del Servizio Pubblico radiotelevisivo e multimediale – ha detto **Fabrizio Ferragni** - sta per varare la prima sperimentazione di pubblicità accessibile e inclusiva dedicata alle persone con disabilità, al fine di favorire lo sviluppo di una società inclusiva, sussidiaria, equa, solidale e rispettosa delle diversità. Infatti, tutte le società appartenenti al Gruppo Rai, in ottemperanza alle disposizioni previste dal Contratto di Servizio 2018-2022, assicurano un impegno sempre più esteso a tutte le diverse condizioni sociali e culturali, affinché ciascuno possa autonomamente formarsi opinioni ed idee e partecipare in modo attivo e consapevole alla vita del Paese, auspicando così di contribuire, in qualità di servizio pubblico, all'apprendimento e allo sviluppo del senso critico, civile ed etico della collettività nazionale, nel rispetto del diritto ad essere informati. Lo Spot – ha concluso Ferragni – rappresenta un'ottima occasione di inclusione anche dei messaggi pubblicitari; una riuscita sperimentazione di creatività e utilità sociale, che siamo sicuri rappresenti solo l'inizio di un percorso volto al raggiungimento di tutte le diverse componenti della società".

"Il progetto Be Transparent e il suo format crossmediale "Lezioni di Etichetta" – ha spiegato **Emilia Grazia Costa** - sono stati sviluppati da Rai Pubblicità per rispondere al bisogno sempre più diffuso delle persone e dei cittadini di essere informati per operare scelte di consumo consapevoli. Gradimento, Credibilità, Fiducia ed Eticità sono le dimensioni di "Lezioni di Etichetta" che ne fanno una vera e propria piattaforma di **brand reputation** (Ricerca QRP di Rai Pubblicità). Contenuti e linguaggi della campagna sono stati progettati in coerenza con tutte le piattaforme Rai, con una pianificazione altamente qualitativa per poter realizzare una copertura crossmediale complessiva di oltre 63 milioni di contatti sul target Responsabili Acquisto e di circa 15 milioni sul target del trend Be Transparent di Rai Pubblicità, individui attenti alle scelte di consumo.

La specificità dei contenuti unbranded, il commitment del Mipaaf e l'esigenza di contattare con questi contenuti conoscitivi il maggior numero di persone e pubblici, sono stati i principali motivi per cui Rai Pubblicità ha sviluppato un pilota sperimentale di pubblicità accessibile e inclusiva, la prima campagna pubblicitaria ideata e pensata per includere tutte le persone, anche attraverso sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati".

Per il web è prevista anche la **realizzazione di una "landing page"** (www.lastellinadellacarnebovina.it) sul sito istituzionale www.assocarni.it i cui contenuti approfondiranno i temi dei messaggi video arricchiti dalle informazioni che non si possono veicolare con gli spot, in particolare i dati su Clessidra Ambientale, sugli impatti della CO2, sull'impronta idrica, sugli aspetti nutrizionali e sulla salute. Il tutto seguendo il filo conduttore dei **"principali volti della sostenibilità della carne bovina italiana"** che costituiscono l'ossatura della campagna: 1) Nutrizione, 2) Sicurezza, 3) Ambiente, 4) No spreco, 5) Economia.

CREDITS

Progetto Be Transparent e campagna "Lezioni di Etichetta"

Progetto Inclusione&Accessibilità e campagna di pubblicità accessibile

Ideazione - Sviluppo – Progettazione: Emilia Grazia Costa - Rai Pubblicità

Realizzazione pubblicitaria: Brand Integration - Rai Pubblicità

Direzione Produzione e Post Produzione: Marco De Marinis - Gothacom SAS

Assocarni, fondata nel 1983, è una delle principali associazioni del settore delle carni in Italia. Nell'ambito di Confindustria, di cui fa parte, Assocarni rappresenta l'intera filiera di produzione e di approvvigionamento, dall'allevamento alla produzione, trasformazione, commercializzazione e distribuzione nei settori delle carni bovine, ovicaprine ed equine. Assocarni vanta una lunga esperienza di competenza ed attenzione nel promuovere gli interessi del settore e fornisce ai suoi associati consulenza su tutte le questioni relative alle loro attività. La sua conoscenza, competenza e autorevolezza ne hanno fatto il punto di riferimento primario per le istituzioni italiane e comunitarie.

Ufficio stampa Assocarni: ufficiostampa@assocarni.it, Tel. 06 87739892