



Assocarni: "La carne è importante, al via campagna informativa"



Manovra, Di Maio: "Margini per dialogo con Ue, ci diano una mano"



Manovra, Di Maio: "Confermiamo impegno, non si va oltre 2.4%"



Blitz antidroga a Brescia: 56 arresti, 130 kg di coca sequestrata



Bufera in Cina per Dolce e Gabbana, annullata sfilata-evento



Maltempo, Conte: a regioni altri 200 milioni con mio decreto



## Assocarni: "La carne è importante, al via campagna informativa"

16 NOV 2018

Roma, (askanews) - "Assocarni ha deciso con questa campagna informativa di informare in maniera corretta il consumatore attraverso uno strumento autorevole, quello di lezioni di etichetta. L'intento è di raccontare al consumatore la nostra filiera, fargli sapere come funziona la filiera zootecnica italiana, il fatturato, far sapere anche che la carne bovina è importante in una alimentazione equilibrata e che la carne bovina fa parte della dieta mediterranea". Lo ha detto Francois Tomei, direttore generale Assocarni, a margine della campagna di informazione, "La stellina della carne bovina", sul consumo consapevole della carne promossa a Roma da Assocarni e Mipaaf.

"In tutte le fasi dell'età è importante mangiare carne nella giusta quantità, senza l'intento di spingere sui consumi, ma cercando di reagire anche a una cattiva informazione che ha caratterizzato la carne in questi anni sia sul fronte ambientale sia su quello della salute" ha sottolineato Tomei.

## Rai Pubblicità realizza per **Assocarni** la prima campagna pubblicitaria accessibile e inclusiva

LINK: <http://www.adcgroup.it/adv-express/creative-portfolio/advertising/rai-pubblicita-realizza-per-assocarni-la-prima-campagna-pubblicitaria-acce...>



18/11/2018 09:05 Advertising Rai Pubblicità realizza per **Assocarni** la prima campagna pubblicitaria accessibile e inclusiva In onda sui canali Rai (tv, radio, web e cinema) con il formato "Lezioni di Etichetta", per la prima volta in Italia, gli spot sono stati pensati e realizzati dalla concessionaria di Rai per essere fruibili da tutte le persone, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati.

## Per **Assocarni** la prima Pubblicità Accessibile e Inclusiva di RAI Pubblicità

LINK: <http://www.advertiser.it/2018111684718/brand/per-assocarni-la-prima-pubblicita-accessibile-e-inclusiva-di-rai-pubblicita>

Per **Assocarni** la prima Pubblicità Accessibile e Inclusiva di RAI Pubblicità 16 novembre 2018 "La Stellina della carne bovina" è il filo conduttore della campagna pubblicitaria lanciata da **Assocarni** per la promozione del 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 sui canali Rai (tv, radio, web e cinema) con il formato "Lezioni di etichetta". 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, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati. La campagna è stata presentata oggi a Roma con gli interventi del Sen. Gian Marco Centinaio, Ministro delle Politiche Agricole Alimentari, Forestali e del Turismo, del dott. François **Tomei**, Direttore Generale **Assocarni**, del dott. Fabrizio Ferragni, Direttore Relazioni Istituzionali Rai, della dott.ssa Emilia Grazia Costa, Responsabile Progetti Speciali e Nuove Tendenze Rai Pubblicità, e della Prof.ssa Elisabetta Bernardi, nutrizionista e divulgatrice scientifica, docente all'Università di Bari. "La carne bovina", spiega 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 sul consumo responsabile 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 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 significativo 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 progetto Be Transparent e il suo format crossmediale "Lezioni di Etichetta" 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 consapevole", commenta Emilia Grazia Costa, "Dalla ricerca QRP di Rai Pubblicità emerge che il format commerciale "Lezioni di Etichetta", che è una vera e propria piattaforma di brand reputation, è particolarmente apprezzato. Gli intervistati esprimono un gradimento pari all'89%, lo considerano credibile ed eticamente responsabile per il 74% (% voti da 6 a 10, 4.800 persone intervistate Panel Toluna). Con il logo "La stellina della carne bovina", la campagna pubblicitaria Be Transparent di **Assocarni** segue un percorso narrativo che si snoda con diversi spot video e audio che offrono una lettura dell'"etichetta virtuale" delle carne bovina. Contenuti e linguaggi della campagna sono stati progettati in coerenza con tutte le piattaforme RAI, con una pianificazione media 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 della campagna "La

stellina della carne bovina", il commitment del Mipaft e l'esigenza di contattare con questi contenuti conoscitivi il maggior numero di persone e pubblici, sono stati i principali motivi che per cui Rai Pubblicità ha sviluppato per **Assocarni** un pilota sperimentale di pubblicità accessibile e inclusiva. 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 (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 il web è prevista anche la realizzazione di una "landing page" ( [www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it) ) sul sito istituzionale [www.assocarni.it](http://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 calcoli che sono alla base della Clessidra Ambientale di **Carni** Sostenibili, documenti su impatto CO2, sull'impronta idrica, sugli aspetti nutrizionali e sulla salute. Il tutto seguendo il filo conduttore dei "i volti delle **carni** sostenibili" che costituiscono l'ossatura della campagna: 1) i Consumi e Valori Nutritivi nella dieta delle persone, 2) Informazione e Qualità alimentare; 3) Spreco, 4) Aspetti Economici e Sociali, 5) Impatti ambientali della filiera zootecnica. TAGS rai pubblicità , assocarni , Mipaft Articoli correlati

## **ASSOCARNI PRESENTA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE SU CARNE BOVINA**

**6745 - roma, (agra press) - vogliamo "raccontare la nostra filiera, non per promuovere il consumo di carne ma per informare il consumatore sul valore della filiera zootecnica bovina italiana e sull'importanza della carne nell'alimentazione in varie fasi della vita", ha detto il direttore generale di assocarni francois TOMEI, intervenendo alla conferenza stampa di presentazione della campagna di informazione sul consumo consapevole della carne bovina "la stellina della carne bovina", avviata da assocarni e cofinanziata dal mipaaf tramite un bando pubblico, cui ha preso parte anche il dirigente del dipartimento politiche competitive e qualita' agroalimentare del mipaaf pietro GASPARRI. la campagna verra' messa in onda sulle reti rai in formato video, radiofonico e digitale a partire dal 18 novembre con il formato "lezioni di etichetta", episodi di 30 secondi ciascuno dedicati a specifici temi come ad esempio cosa sono le carni sostenibili, proprieta' dei nutrienti della carne bovina o carne bovina e ambiente, corredati dal sito [www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it) che raccoglie informazioni piu' dettagliate sul tema. l'iniziativa "e' anche un modo per contrastare una serie di fake news che hanno assalito il nostro settore negli ultimi anni" e "siamo lieti che il ministero abbia voluto promuovere una campagna informativa evidenziando l'importanza di questo alimento nell'ambito di una dieta equilibrata" ha proseguito TOMEI, ricordano che l'allevamento bovino contribuisce anche alla tutela del territorio e sostenendo che le emissioni di gas serra della zootecnia, spesso criticate, non sono comparabili a quelle del settore dei trasporti, soprattutto nell'unione europea grazie alle regolamentazioni presenti, e che anche l'uso di acqua in allevamento non e' cosi' importante come quanto viene a volte fatto credere. "crediamo sia importante comunicare con il consumatore per consentirgli di scegliere", ha detto GASPARRI, sottolineando che "un consumo equilibrato di carne bovina fa parte di una dieta equilibrata, contribuisce alla biodiversita' ed alla salvaguardia idrogeologica". "non e' una campagna contro uno stile alimentare, diamo elementi per fare una scelta consapevole", ha aggiunto GASPARRI al termine della conferenza. la nutrizionista, divulgatrice scientifica e docente all'universita' di bari elisabetta BERNARDI ha spiegato le caratteristiche nutrizionali della carne bovina, sottolineando che "e' un alimento molto efficiente e ricco di nutrienti" mentre il direttore relazioni istituzionali rai fabrizio FERRAGNI e la responsabile progetti speciali e nuove tendenze rai pubblicita' emilia grazia COSTA hanno illustrato i particolari della realizzazione e dello stile della campagna (dettagli su <https://goo.gl/kL4kix>) che sara' la prima in italia ad essere fruibile anche persone cieche e sorde. (jl) - 16:11:18/14:20**

## Zootecnia: Mipaft e **Assocarni** lanciano una controffensiva alle fake news

LINK: <http://www.agrisole.ilsole24ore.com/art/filiera/2018-11-16/zootecnia-mipaft-e-assocarni-lanciano-controffensiva-fake-news--161932.php?uud=...>



Zootecnia: Mipaft e **Assocarni** lanciano una controffensiva alle fake news Giorgio dell'Orefice Al via la campagna Tv, radio e web "La stellina della carne bovina", sostenuta dal Mipaft e diretta a fare luce sulla filiera italiana delle **carni** bovine e sul fondamentale ruolo nell'alimentazione La filiera delle **carni** bovine italiane lancia la propria controffensiva nei confronti delle fake news. È stata presentata stamani a Roma la campagna messa a punto da **Assocarni** e sostenuta dal ministero delle Politiche agricole "La stellina della carne bovina" che prevede spot tv, radio e contenuti web con il formato "Lezioni di etichetta" e che sarà on air per due settimane a partire dal prossimo 18 novembre. Contenuti che attraverso sottotitoli e linguaggio dei gesti, nell'ambito della logica inclusiva della stessa campagna ideata da Rai Pubblicità, saranno accessibili anche alle persone con disabilità. Una vera e propria controffensiva quindi dopo la molteplicità di fake news che hanno coinvolto il settore negli ultimi anni. «Si tratta di una campagna - ha spiegato il direttore di **Assocarni**, Francois **Tomei** - con la quale vogliamo raccontare la filiera e informare i consumatori sul valore e sull'importanza della carne bovina nell'alimentazione». Innanzitutto perché al di là del sentiment vegan oriented sempre più diffuso «Il 97% della popolazione mondiale - spiega **Tomei** - assume proteine animali e il 93% **carni**. Il che significa a ben vedere che anche coloro che consumano prodotti lattiero caseari o uova lo fanno perché ci sono delle filiere zootecniche alle spalle». Per quanto riguarda le **carni** bovine la filiera italiana conta circa 6 milioni di capi (il 70% al Nord ma anche il 22% al Sud) distribuiti in circa 110mila allevamenti e un fatturato complessivo di 10 miliardi di euro di cui 4 di parte agricola Certo, va anche detto che proprio relativamente alle **carni** alcune fake news sono partite da ambiti insospettabili come Fao e Oms più che dall'universo dei consumatori. «Questo è vero - aggiunge **Tomei** - come è anche vero che molte degli allarmi lanciati negli scorsi anni poi sono stati ridimensionati. Adesso la Fao sostiene che gli allevamenti bovini svolgono un ruolo importante per la sostenibilità». Una vera e propria inversione a "U" considerato che le prime critiche rivolte all'universo della zootecnia bovina era legato proprio al capitolo emissioni. «Infatti molto è partito proprio da lì - aggiunge il direttore di **Assocarni** -. Sembrava quasi che gli allevamenti fossero responsabili dell'inquinamento del pianeta. Mentre invece i dati ci riferiscono che a livello mondiale le emissioni di gas inquinanti per il 65-70% dipendono dal settore dei trasporti e dell'energia e solo per il 14% dall'universo delle proteine animali di cui il 6-7% dalle **carni** bovine. Percentuale che in Europa e in Italia grazie all'attenzione rivolta a questo ambito dalla Pac è ancora più bassa e non supera il 3%». «Abbiamo sostenuto questa campagna (progettata da Rai Pubblicità) - ha aggiunto il dirigente del ministero delle Politiche agricole, Pietro Gasparri - perché è stata una precisa richiesta del Tavolo zootecnico istituito al ministero e perché riteniamo prioritario informare il consumatore in modo da metterlo nelle

condizioni di fare scelte consapevoli». «Il ruolo della carne e delle proteine animali - ha aggiunto la nutrizionista e docente dell'Università di Bari, Elisabetta Bernardi - è essenziale in ogni fase della vita: dalla gravidanza alla crescita fino alla terza età. Spesso si parla dell'importanza della carne per il contenuto di ferro, proteine e vitamina B12 mentre pochi sanno che la carne bovina contiene anche zinco (importante per la cicatrizzazione), acido patotenico (che aiuta il metabolismo) e importanti antiossidanti come il selenio. Ma soprattutto 100 grammi di carne forniscono 22-25 grammi di proteine ad alto valore biologico, poco più di un terzo del fabbisogno giornaliero». © RIPRODUZIONE RISERVATA

## Carne bovina: **Assocarni** e Mipaaft lanciano una campagna di informazione sulle reti Rai

LINK: <http://www.alimentando.info/carne-bovina-assocarni-e-mipaaft-lanciano-una-campagna-di-informazione-sulle-reti-rai/>



19 novembre 2018 - 10.00 Carne bovina: **Assocarni** e Mipaaft lanciano una campagna di informazione sulle reti Rai **Carni** Roma - E' on air da ieri, domenica 18 novembre, la campagna di informazione sul consumo consapevole di carne bovina italiana 'Lezioni di etichetta' lanciata da **Assocarni** e cofinanziata dal Mipaaft. Realizzata da Rai Pubblicità, la campagna è in onda sulle reti Rai, attraverso radio, tv, cinema e web ed è costruita su tre diversi temi: 'cosa sono le **carni** sostenibili', 'proprietà dei nutrienti della carne bovina', 'carne bovina e ambiente'. "La carne bovina è spesso al centro di un dibattito pubblico distorto da mezze verità e fake news", ha spiegato François **Tomei**, direttore generale di **Assocarni**, durante la presentazione dell'iniziativa (Roma, venerdì 16 novembre). "Siamo lieti che il ministero abbia voluto promuovere una campagna informativa evidenziando l'importanza di questo alimento nell'ambito di una dieta equilibrata".



## Stop bugie sulla carne bovina, campagna **Assocarni-Mipaaft**

LINK: <http://www.altoadige.it/salute-e-benessere/stop-bugie-sulla-carne-bovina-campagna-assocarni-mipaaft-1.1813867>

Stop bugie sulla carne bovina, campagna **Assocarni-Mipaaft** 16 novembre 2018 Diminuire font  
Ingrandire font Stampa Condividi Mail (ANSA) - ROMA, 16 NOV - Una campagna di informazione contro le fake news sulla carne bovina per fare chiarezza sui valori nutrizionali, sociali ed ambientali di questo alimento che fa parte della Dieta Mediterranea. A lanciare 'La Stellina della carne bovina', questo il nome della campagna presentata questa mattina, sono **Assocarni** e il Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo (Mipaaft). Si tratta di una serie di spot che verranno messi in onda su tutte reti Rai da domenica 18 novembre per due mesi, con il formato di 'Lezioni di etichetta'. Filo conduttore degli spot, ideati e realizzati per la prima volta da Rai Pubblicità per essere fruibili da tutte le persone, inclusi sorde e cieche, è rendere il consumo della carne italiana consapevole attraverso il tema della sostenibilità, dell'ambiente e delle proprietà nutrizionali. L'idea della campagna, ha spiegato il dirigente delle politiche competitive e qualità agroalimentare del Mipaaft, Pietro Gasparri che ha illustrato l'iniziativa insieme al direttore generale di **Assocarni**, Francois **Tomei**, è scaturita dal tavolo di filiera zootecnica a via XX Settembre, non per spingere i consumi di carne ma capire perché è importante farlo. "Obiettivo della campagna - ha spiegato il direttore generale di **Assocarni** - è rendere consapevoli i consumatori dell'importanza della carne bovina italiana in un regime alimentare equilibrato, che prevede un apporto di proteine di origine animali. Bisogna poi considerare che i 110mila allevamenti bovini italiani sono sempre più sostenibili e contribuiscono alla tutela del territorio, della biodiversità e della fertilità del suolo". La nutrizionista Elisabetta Bernardi ha poi ricordato che 100 gr di carne forniscono 22-25 gr di proteine ad alto valore biologico, poco più di un terzo del fabbisogno giornaliero. (ANSA). 16 novembre 2018 Diminuire font Ingrandire font Stampa Condividi Mail

## **Assocarni: "La carne bovina è importante, al via campagna informativa"**

LINK: [http://www.askanews.it/video/2018/11/16/assocarni-la-carne-è-importante-al-via-campagna-informativa-20181116\\_video\\_15230234](http://www.askanews.it/video/2018/11/16/assocarni-la-carne-è-importante-al-via-campagna-informativa-20181116_video_15230234)

**Assocarni:** "La carne bovina è importante, al via campagna informativa" Il direttore **Tomei:** fa parte della dieta mediterranea Roma, (askanews) - "**Assocarni** ha deciso con questa campagna informativa di informare in maniera corretta il consumatore attraverso uno strumento autorevole, quello di lezioni di etichetta. L'intento è di raccontare al consumatore la nostra filiera, fargli sapere come funziona la filiera zootecnica italiana, il fatturato, far sapere anche che la carne bovina è importante in una alimentazione equilibrata e che la carne bovina fa parte della dieta mediterranea". Lo ha detto Francois **Tomei**, direttore generale **Assocarni**, a margine della campagna di informazione, "La stellina della carne bovina", sul consumo consapevole della carne promossa a Roma da **Assocarni** e Mipaaft. "In tutte le fasi dell'età è importante mangiare carne nella giusta quantità, senza l'intento di spingere sui consumi, ma cercando di reagire anche a una cattiva informazione che ha caratterizzato la carne in questi anni sia sul fronte ambientale sia su quello della salute" ha sottolineato **Tomei**.

## Al via campagna informativa per consumo consapevole carne bovina

LINK: [http://www.askanews.it/cronaca/2018/11/16/al-via-campagna-informativa-per-consumo-consapevole-carne-bovina-pn\\_20181116\\_00208](http://www.askanews.it/cronaca/2018/11/16/al-via-campagna-informativa-per-consumo-consapevole-carne-bovina-pn_20181116_00208)



Agroalimentare Venerdì 16 novembre 2018 - 15:39 Al via campagna informativa per consumo consapevole carne bovina **Assocarni** in collaborazione con Mipaaft e Rai Roma, 16 nov. (askanews) - 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. Sono questi gli obiettivi della campagna di informazione "La stellina della carne bovina", lanciata da **Assocarni**, cofinanziata dal Mipaaft, presentata oggi a Roma e che verrà messa in onda sulle reti Rai con il formato di "Lezioni di etichetta". "Con questa campagna vogliamo informare il consumatore sul valore della filiera zootecnica e bovina italiana e sull'importanza del consumo di carne in tutte le fasi della vita", ha detto Francois **Tomei**, direttore generale di **Assocarni**. "E' anche un modo per contrastare le 'fake news' che in questi ultimi anni hanno messo la carne bovina al centro di un dibattito pubblico distorto da mezze verità o da vere e proprie false notizie", ha aggiunto **Tomei**. Elisabetta Bernardi, nutzionaista e docente all'Università di Bari ha ricordato l'importanza del ruolo della carne e delle proteine animali all'interno di una dieta sana ed equilibrata. "E' essenziale in ogni fase della vita: dalla gravidanza, alla crescita dei bambini, fino alla terza età per mantenersi in forza e attivi". Quando si parla di carne, tutti pensano solo al contenuto di ferro, proteine e vitamina B12. "Pochi sanno che la carne contiene, tra i tanti elementi, lo zinco, importante per crescita e cicatrizzazione, il selenio, prezioso antiossidante, e la lisina, potente ricostituente del sistema immunitario". E' inoltre importante ricordare che "100 gr di carne forniscono in media 22-25 gr di proteine ad alto valore biologico, poco più di un terzo del fabbisogno giornaliero", ha aggiunto Bernardi. Alla presentazione ha preso parte anche Pietro Gasparri, dirigente del Dipartimento Politiche competitive e qualità agroalimentare del ministero delle Politiche Agricole e del Turismo, che ha sottolineato come questa campagna "non è né comparativa, né contro qualcosa", ma "per aiutare il consumatore a fare scelte consapevoli". Da parte sua, il direttore delle Relazioni Istituzionali della Rai, Fabrizio Ferragni, ha messo in luce come "per la prima volta, si sperimenti una pubblicità accessibile e inclusiva dedicata alle persone con disabilità, per favorire lo sviluppo di una società inclusiva, sussidiaria, equa, solidale e rispettosa delle diversità". Gli spot sono stati ideati e realizzati da Rai Pubblicità, con sottotitoli, lingua italiana dei segni e contributi audio dedicati.

## Consumi consapevoli

# Una campagna informa sulla filiera della carne

**L**a carne bovina italiana cerca di ritagliarsi un nuovo spazio nelle preferenze dei consumatori, tra l'onda ancora lunga di certi fatti di cronaca ("mucca pazza" su tutti) e una terminologia popolare che poi si concretizza nell'assunto "la carne rossa fa male". E lo fa con una campagna di informazione dal titolo "La stellina della carne bovina", in onda da oggi e per le prossime due settimane con spot video, radiofonici e digital, finanziata dal Ministero delle Politiche agricole e prodotta da Rai Pubblicità, per la prima volta in assoluto in Italia con modalità accessibile e inclusiva, ovvero fruibile anche dalle persone sorde e cieche, grazie ai sottotitoli, a spot realizzati con la lingua italiana dei segni e contributi audio dedicati.

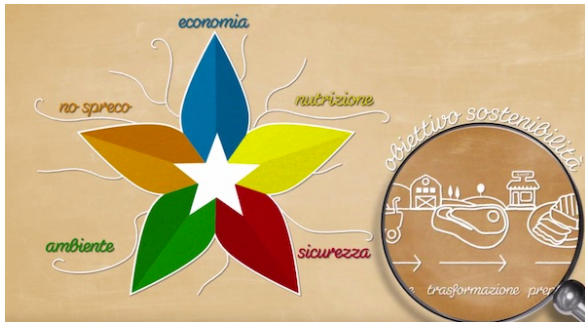
«Con questa campagna – ha detto il direttore generale di **Assocarni** Francois **Tomei** nel presentare l'iniziativa a Roma – vogliamo raccontare la nostra filiera, per informare il consumatore sul valore della stessa e far capire quanto la carne bovina è importante in tutti i segmenti della vita. Un modo anche per contrastare le tante notizie distorte at-

torno alla carne». Un settore, quello della zootecnia, che tra l'altro vanta numeri importanti: 110mila aziende agricole che danno occupazione a 80mila famiglie, grazie ad un patrimonio costituito da 6 milioni di bovini (il 70% al nord, l'8% al centro e il restante 22% al sud). Allevamenti che tra l'altro non producono chissà quante emissioni nocive (i dati italiani sono addirittura la metà del contesto europeo e mondiale); «eppure certi dati – ha chiuso **Tomei** – vengono distorti e utilizzati anche per fini ideologici». La campagna pubblicitaria intende quindi informare il consumatore anche sull'importanza della carne bovina «all'interno di una dieta sana ed equilibrata», come ha rimarcato Elisabetta Bernardi, nutrizionista e divulgatrice scientifica e docente all'università di Bari. Perché tutti pensano solo al contenuto di ferro, proteine e vitamine B12, ma la carne contiene ad esempio anche zinco (importante per la crescita e la cicatrizzazione) o il selenio (prezioso antiossidante). Una campagna informativa «ma non comparativa o contro qualcuno» ha poi aggiunto Pietro Gasparri, dirigente del dipartimento politiche agroalimentari del ministero.



## Rai Pubblicità realizza per **Assocarni** la prima campagna pubblicitaria accessibile e inclusiva

LINK: <https://www.brand-news.it/brand/alimentari/food/rai-pubblicita-realizza-per-assocarni-la-prima-campagna-pubblicitaria-accessibile-e-inclusiv...>



Rai Pubblicità realizza per **Assocarni** la prima campagna pubblicitaria accessibile e inclusiva editorbrand01 - 18 Novembre 2018 First Share In onda sui canali Rai (tv, radio, web e cinema) con il formato "Lezioni di Etichetta", per la prima volta in Italia, gli spot sono stati pensati e realizzati dalla concessionaria di Rai anche nella modalità di "Pubblicità Accessibile e Inclusiva" "La Stellina della carne bovina" è il filo conduttore della campagna pubblicitaria lanciata da **Assocarni** per la promozione del 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**, è in onda da ieri sui canali Rai (tv, radio, web e cinema) con il formato "Lezioni di etichetta". 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, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati. "Il progetto Be Transparent e il suo format crossmediale "Lezioni di Etichetta" 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 consapevole - commenta Emilia Grazia Costa, Responsabile Progetti Speciali e Nuove Tendenze della concessionaria. - Dalla ricerca QRP di Rai Pubblicità emerge che il format commerciale "Lezioni di Etichetta", che è una vera e propria piattaforma di brand reputation, è particolarmente apprezzato. Gli intervistati esprimono un gradimento pari all'89%, lo considerano credibile ed eticamente responsabile per il 74% (% voti da 6 a 10, 4.800 persone intervistate Panel Toluna). Con il logo "La stellina della carne bovina", la campagna pubblicitaria Be Transparent di **Assocarni** segue un percorso narrativo che si snoda con diversi spot video e audio che offrono una lettura dell'"etichetta virtuale" delle carne bovina. Contenuti e linguaggi della campagna sono stati progettati in coerenza con tutte le piattaforme RAI, con una pianificazione media 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 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 (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 il web è prevista anche la realizzazione di una "landing page" ([www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it)) sul sito istituzionale [www.assocarni.it](http://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 calcoli che sono alla base della Clessidra Ambientale di

**Carni** Sostenibili, documenti su impatto CO2, sull'impronta idrica, sugli aspetti nutrizionali e sulla salute. Il tutto seguendo il filo conduttore dei "i volti delle **carni** sostenibili" che costituiscono l'ossatura della campagna: 1) i Consumi e Valori Nutritivi nella dieta delle persone, 2) Informazione e Qualità alimentare; 3) Spreco, 4) Aspetti Economici e Sociali, 5) Impatti ambientali della filiera zootecnica. Rai Pubblicità realizza per **Assocarni** la prima campagna pubblicitaria accessibile e inclusiva ultima modifica: 2018-11-18T23:53:18+00:00 da editorbrand01

## **Assocarni: "La carne è importante, al via campagna informativa"**

LINK: <https://corrierediarezzo.corr.it/video/tv-news/572139/assocarni-la-carne-e-importante-al-via-campagna-informativa.html>



**Assocarni:** "La carne è importante, al via campagna informativa" Il direttore **Tomei**: fa parte della dieta mediterranea 16.11.2018 - 15:00 0 Roma, (askanews) - "**Assocarni** ha deciso con questa campagna informativa di informare in maniera corretta il consumatore attraverso uno strumento autorevole, quello di lezioni di etichetta. L'intento è di raccontare al consumatore la nostra filiera, fargli sapere come funziona la filiera zootecnica italiana, il fatturato, far sapere anche che la carne bovina è importante in una alimentazione equilibrata e che la carne bovina fa parte della dieta mediterranea". Lo ha detto Francois **Tomei**, direttore generale **Assocarni**, a margine della campagna di informazione, "La stellina della carne bovina", sul consumo consapevole della carne promossa a Roma da **Assocarni** e Mipaaf. "In tutte le fasi dell'età è importante mangiare carne nella giusta quantità, senza l'intento di spingere sui consumi, ma cercando di reagire anche a una cattiva informazione che ha caratterizzato la carne in questi anni sia sul fronte ambientale sia su quello della salute" ha sottolineato **Tomei**.

## **Assocarni: "La carne è importante, al via campagna informativa"**

**LINK:** <https://corrieredireti.corr.it/video/tv-news/572140/assocarni-la-carne-e-importante-al-via-campagna-informativa.html>



**Assocarni:** "La carne è importante, al via campagna informativa" Il direttore **Tomei**: fa parte della dieta mediterranea 16.11.2018 - 15:00 0 Roma, (askanews) - "**Assocarni** ha deciso con questa campagna informativa di informare in maniera corretta il consumatore attraverso uno strumento autorevole, quello di lezioni di etichetta. L'intento è di raccontare al consumatore la nostra filiera, fargli sapere come funziona la filiera zootecnica italiana, il fatturato, far sapere anche che la carne bovina è importante in una alimentazione equilibrata e che la carne bovina fa parte della dieta mediterranea". Lo ha detto Francois **Tomei**, direttore generale **Assocarni**, a margine della campagna di informazione, "La stellina della carne bovina", sul consumo consapevole della carne promossa a Roma da **Assocarni** e Mipaaf. "In tutte le fasi dell'età è importante mangiare carne nella giusta quantità, senza l'intento di spingere sui consumi, ma cercando di reagire anche a una cattiva informazione che ha caratterizzato la carne in questi anni sia sul fronte ambientale sia su quello della salute" ha sottolineato **Tomei**.



# Advertising **Assocarni** in collaborazione con Mipaaf e Rai Pubblicità presenta la prima campagna pubblicitaria “accessibile e inclusiva”



La Stellina della carne bovina” è il filo conduttore della campagna pubblicitaria lanciata da **Assocarni** per la promozione del consumo consapevole della carne bovina italiana, dei suoi valori nutrizionali, sociali e ambientali. Come già anticipato da DailyMedia, la campagna, cofinanziata dal Mipaaf con bando pubblico per la selezione di programmi di informazione e promozione sui prodotti freschi e trasformati delle filiere **carni**, verrà messa in onda sui canali Rai (tv, radio, web e cinema) con il formato Lezioni di etichetta. 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, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati. La campagna è on air da ieri per circa due settimane con spot video, radiofonici e digital ideati e prodotti da Rai Pubblicità, differenziati per i vari canali (tv, web, radio, cinema nelle sale del circuito di

È on air da ieri con l’obiettivo di informare il consumatore sui valori nutrizionali della carne italiana, sull’importanza delle proteine animali nella dieta mediterranea e anche sul contributo della zootecnia alla tutela del territorio

Rai Pubblicità), su diversi temi: Cosa sono le **carni sostenibili**; Proprietà dei nutrienti della carne bovina; Carne bovina e ambiente. Per il web è prevista anche la realizzazione di una landing page ([www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it)) sul sito istituzionale [www.assocarni.it](http://www.assocarni.it) i cui contenuti approfondiranno i temi dei messaggi video arricchiti dalle informazioni che non si possono veicolare con gli spot.

## L’evento di presentazione

La campagna è stata presentata venerdì a Roma con gli interventi di Gian Marco Centinaio, Ministro delle Politiche Agricole Alimentari, Forestali e del Turismo, Francois Tomei, Direttore Generale **Assocarni**, Fabrizio Ferragni, Direttore Relazioni Istituzionali Rai, Emilia Grazia Costa, Responsabile Progetti Speciali e Nuove Tendenze Rai Pubblicità, e Elisa-

betta Bernardi, nutrizionista e divulgatrice scientifica, docente all’Università di Bari.

## Lezioni di Etichetta

“Il progetto Be Transparent e il suo format crossmediale Lezioni di Etichetta 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 consapevole - sostiene Emilia Grazia Costa -. Dalla ricerca QRP di Rai Pubblicità emerge che il format commerciale Lezioni di Etichetta, che è una vera e propria piattaforma di brand reputation, è particolarmente apprezzato. Gli intervistati esprimono un gradimento pari all’89%, lo considerano credibile ed eticamente responsabile per il 74% (% voti da 6 a 10, 4.800 persone intervistate Panel Toluna)”.  
**Be Transparent**

## Be Transparent

Con il logo “La stellina della carne bovina”, la campagna pubblicitaria Be Transparent di **Assocarni** segue un percorso narrativo che si snoda con diversi spot video e audio che offrono una lettura dell’etichetta virtuale della carne bovina. Contenuti e linguaggi della campagna sono stati progettati in coerenza con tutte le piattaforme Rai, con una pianificazione media 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 della campagna “La stellina della carne bovina”, 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 che per cui Rai Pubblicità ha sviluppato per **Assocarni** un pilota sperimentale di pubblicità accessibile e inclusiva.



## Assocarni, al via campagna sulla carne bovina

Sulle reti Rai dal 18 novembre per informare sul consumo consapevole

[https://www.efanews.eu/?utm\\_medium=email&utm\\_source=Digest&utm\\_campaign=2018-11-16T20%3A00%3A02%2B00%3A00&email=16fe2d8c02e19d1a4260265f93b0cd08&item=5433](https://www.efanews.eu/?utm_medium=email&utm_source=Digest&utm_campaign=2018-11-16T20%3A00%3A02%2B00%3A00&email=16fe2d8c02e19d1a4260265f93b0cd08&item=5433)



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 anche da sordi e ciechi

"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 Mipaaf con bando pubblico, verrà messa in onda sulle reti Rai con il formato di "Lezioni di etichetta". 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).

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. Per il web è prevista anche la realizzazione del sito [www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it) i cui contenuti approfondiranno i temi dei messaggi video arricchiti dalle informazioni che non si possono veicolare con gli spot.

La campagna è stata presentata oggi a Roma, con la partecipazione di **Pietro Gasparri**, Dirigente del Mipaaf, 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. 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 altri elementi importanti come zinco, acido pantotenico, selenio, lisina, il coenzima Q10; 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".

"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, 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. 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".





## Rai Pubblicità realizza per **Assocarni** e Mipaaft la prima campagna "accessibile e inclusiva"

LINK: <https://www.engage.it/campagne/assocarni-e-mipaaft-lanciano-la-prima-campagna-pubblicitaria-accessibile-e-inclusiva/167149>

Campagne Rai Pubblicità realizza per **Assocarni** e Mipaaft la prima campagna "accessibile e inclusiva" Creata per essere fruibile da tutte le persone, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati, l'adv prenderà il via il 18 novembre a livello multimediale di Rosa Guerrieri 16 novembre 2018 Condividi questo articolo **Assocarni** lancia una nuova campagna per la promozione del 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 sui canali Rai (tv, radio, web e cinema) con il formato "Lezioni di etichetta". «La carne bovina - ha spiegato François **Tomei**, Direttore Generale **Assocarni** - 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 sul consumo responsabile evidenziando l'importanza di questo alimento nell'ambito di una dieta equilibrata». La campagna, presentata oggi a Roma, è stata ideata e realizzata per la prima volta in assoluto in Italia da Rai Pubblicità anche nella modalità di "Pubblicità Accessibile e Inclusiva", pensata per essere fruibile da tutte le persone, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati. «Rai Pubblicità, in qualità di concessionaria pubblicitaria del Servizio Pubblico radiotelevisivo e multimediale - aggiunge Fabrizio Ferragni, Direttore Relazioni Istituzionali Rai - 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 - prosegue 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" 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 consapevole - sostiene Emilia Grazia Costa, Responsabile Progetti Speciali e Nuove Tendenze Rai Pubblicità - . Dalla ricerca QRP di Rai Pubblicità emerge che il format commerciale "Lezioni di Etichetta", che è una vera e propria piattaforma di brand reputation, è particolarmente apprezzato. Gli intervistati esprimono un gradimento pari all'89%, lo considerano credibile ed eticamente responsabile per il 74% (% voti da 6 a 10, 4.800 persone intervistate Panel Toluna)». Con il logo "La stellina della carne bovina", la campagna pubblicitaria Be Transparent di **Assocarni** segue un percorso narrativo che si snoda con diversi spot video e audio che offrono una lettura dell'"etichetta virtuale" delle carne bovina. Contenuti e linguaggi della campagna sono stati progettati in coerenza con tutte le piattaforme RAI, con una pianificazione media volta a 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 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 (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"; e "Carne bovina e ambiente". Per il web è prevista anche la realizzazione di una landing page ( [www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it) ) sul sito istituzionale [www.assocarni.it](http://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 calcoli che sono alla base della Clessidra Ambientale di **Carni Sostenibili**, documenti su impatto CO2, sull'impronta idrica, sugli aspetti nutrizionali e sulla salute.

**Agroalimentare** L'iniziativa di **Assocarni** prodotta dalla Rai e diffusa su tutti i canali della televisione pubblica

## Una campagna pubblicitaria contro le fake news sulla carne

■ Raccontare la qualità e le proprietà della carne bovina italiana non tanto per promuovere i consumi quanto per informare i cittadini sul valore della filiera zootecnica e sui valori nutrizionali, sull'importanza delle proteine animali nella dieta mediterranea. Questo il messaggio della nuova campagna pubblicitaria lanciata da **Assocarni** «La Stellina della carne bovina» che sarà on air da domani 18 novembre per due settimane, prodotta da Rai Pubblicità e diffusa sui vari canali della Rai (tv, web, radio, cinema). La campagna, cofinanziata dal Mipaaf, è stata realizzata per la prima volta in assoluto in

Italia, anche nella modalità di «Pubblicità Accessibile e Inclusiva» e quindi per essere fruibile da tutte le persone, anche sorde e cieche, con sottotitoli, nella Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati. L'intento, non ultimo, è quello di «contrastare le fake news che hanno assalito il nostro settore negli ultimi anni» ha affermato Francois **Tomei**, direttore generale di **Assocarni**, durante la presentazione alla stampa che si è svolta a Roma evidenziando come il 98% delle persone consumano proteine animali di cui il 93% proteine della carne. Una filiera «solida» quella bovina, ha aggiunto **Tomei**,

che conta 6 milioni di capi in Italia con una grande varietà di razze dalla Sicilia alle Alpi, con un giro di affari di 10 miliardi euro l'anno (6 miliardi dall'industria e 4 dalla produzione primaria). Per il web è prevista anche la realizzazione di una «landing page» ([www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it)) sul sito istituzionale [www.assocarni.it](http://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.



## CAMPAGNA

# Assocarni, via a «Lezioni di etichetta»

DI GIANFRANCO FERRONI

Una campagna di informazione sul consumo consapevole della carne bovina italiana, dei suoi valori nutrizionali, sociali e ambientali: lanciata da Assocarni, verrà messa in onda sulle reti Rai (radio, tv, cinema e web) con il formato di «Lezioni di etichetta», on air dal 18 novembre per 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).

Per la prima volta in assoluto in Italia, gli spot sono stati ideati e realizzati 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. Per il web è prevista anche la realizzazione di una «landing page» ([www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it)) sul sito istituzionale [www.assocarni.it](http://www.assocarni.it).





## AL VIA CAMPAGNA PER CONSUMO CONSAPEVOLE CARNE BOVINA

LINK: <https://www.italpress.com/agroalimentare/al-via-campagna-per-consumo-consapevole-carne-bovina>



AL VIA CAMPAGNA PER CONSUMO CONSAPEVOLE CARNE BOVINA 16 novembre 2018

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 è l'obiettivo della campagna di informazione lanciata da **Assocarni** e presentata oggi a Roma. La campagna, che ha come filo conduttore "La Stellina della carne bovina", è stata cofinanziata dal Mipaaf con il bando pubblico per la selezione di programmi di informazione e promozione sui prodotti freschi e trasformati delle filiere **carni** e verrà messa in onda sulle reti Rai con il formato "Lezioni di etichetta". "Vorremmo raccontare la nostra filiera in maniera non tale da promuovere il consumo di carne, ma per informare i consumatori sul valore della filiera zootecnica italiana e sull'importanza della carne in tutte le fasi della vita. Lo facciamo attraverso un format autorevole 'Lezioni di etichetta', un modo terzo per cercare di contrastare una serie di fake news che hanno assalito il nostro settore negli ultimi anni", ha detto Francois **Tomei**, direttore generale **Assocarni**. "Abbiamo 6 milioni di bovini presenti in tutto il territorio nazionale, abbiamo una diversità di tipologie di allevamento che va dalla Sicilia alle Alpi - ha spiegato - una ricchezza e un presidio del territorio che conta un fatturato importante di 10 miliardi. E' una filiera solida e importante che dà un contributo fondamentale anche all'industria alimentare in cui siamo presenti. Sono anni che troviamo informazioni sbagliate sui temi nutrizionali e anche su quelli ambientali", ha aggiunto **Tomei**, sottolineando come la sostenibilità si raggiunge anche attraverso la zootecnia: "Anche con queste alluvioni, è importante mantenere il territorio e fare in modo che ci siano quelle famiglie che oggi allevano bovini". 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 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. Il percorso narrativo della campagna si snoda con diversi spot video e audio che offrono una lettura dell'"etichetta virtuale" della carne bovina. Per il web è prevista, inoltre, la realizzazione di una "landing page" ([www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it)) sul sito istituzionale [www.assocarni.it](http://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 carne bovina italiana" che costituiscono l'ossatura della campagna: nutrizione; sicurezza; ambientale; no spreco; economia. Contenuti e linguaggi della campagna sono stati progettati in coerenza con tutte le piattaforme Rai, pianificati con una programmazione altamente qualitativa per poter realizzare una copertura crossmediale complessiva pari a 63 milioni di contatti per il target allargato Responsabili Acquisto e di circa 15 milioni sul target Be Trasparent di Rai Pubblicità, persone e

cittadini attenti alle scelte di consumo. Per la prima volta in assoluto in Italia, gli spot sono stati ideati e realizzati anche nella modalità di "Pubblicità Accessibile e Inclusiva", pensata per essere fruibile da tutte le persone, inclusi audiolesi e non vedenti, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati.

## **Assocarni: "La carne è importante, al via campagna informativa"**

**LINK:** <https://www.lettera43.it/it/ultima-ora/2018/11/16/assocarni-la-carne-e-importante-al-via-campagna-informativa/51302/>

16 Novembre Nov 2018 1536 16 novembre 2018 **Assocarni:** "La carne è importante, al via campagna informativa" Il direttore **Tomei**: fa parte della dieta mediterranea ... Like me! Roma, (askanews) - "**Assocarni** ha deciso con questa campagna informativa di informare in maniera corretta il consumatore attraverso uno strumento autorevole, quello di lezioni di etichetta. L'intento è di raccontare al consumatore la nostra filiera, fargli sapere come funziona la filiera zootecnica italiana, il fatturato, far sapere anche che la carne bovina è importante in una alimentazione equilibrata e che la carne bovina fa parte della dieta mediterranea". Lo ha detto Francois **Tomei**, direttore generale **Assocarni**, a margine della campagna di informazione, "La stellina della carne bovina", sul consumo consapevole della carne promossa a Roma da **Assocarni** e Mipaaft. "In tutte le fasi dell'età è importante mangiare carne nella giusta quantità, senza l'intento di spingere sui consumi, ma cercando di reagire anche a una cattiva informazione che ha caratterizzato la carne in questi anni sia sul fronte ambientale sia su quello della salute" ha sottolineato **Tomei**. Il Network

## **Assocarni**, al via campagna sulla carne bovina

LINK: <https://www.mark-up.it/assocarni-campagna-carne-bovina/>



**Assocarni**, al via campagna sulla carne bovina Laura Seguso 19 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 Mipaaf 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 a Roma, con la partecipazione di Pietro Gasparri, dirigente Dip. Politiche competitive e qualità agroalimentare del Mipaaf, 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. È 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 consapevole. 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](http://www.lastellinadellacarnebovina.it)) sul sito istituzionale [www.assocarni.it](http://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: Nutrizione, Sicurezza, Ambiente, No spreco, Economia. TAG 'Pubblicità Accessibile e Inclusiva' **Assocarni** Elisabetta Bernardi Fabrizio Ferragni Francois **Tomei** Mipaaf Rai Pubblicità Stellina della carne bovina



## Assocarni in collaborazione con Mipaft presenta la prima campagna pubblicitaria "accessibile e inclusiva"?

LINK: [http://www.mediakey.tv/index.php?id=leggi-news&tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=86374&cHash=c9b2e7b10299339148105642bd8cfb91](http://www.mediakey.tv/index.php?id=leggi-news&tx_ttnews%5Btt_news%5D=86374&cHash=c9b2e7b10299339148105642bd8cfb91)



16 novembre 2018 **Assocarni** in collaborazione con Mipaft presenta la prima campagna pubblicitaria "accessibile e inclusiva" "La Stellina della carne bovina" è il filo conduttore della campagna pubblicitaria lanciata da **Assocarni** per la promozione del consumo consapevole della carne bovina italiana, dei suoi valori nutrizionali, sociali e ambientali. La campagna, cofinanziata dal Mipaft con bando pubblico per la selezione di programmi di informazione e promozione sui prodotti freschi e trasformati delle filiere **carni**, verrà messa in onda sui canali Rai (tv, radio, web e cinema) con il formato "Lezioni di etichetta". 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, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati. La campagna è stata presentata oggi a Roma con gli interventi del Sen. Gian Marco Centinaio, Ministro delle Politiche Agricole Alimentari, Forestali e del Turismo, del dott. François **Tomei**, Direttore Generale **Assocarni**, del dott. Fabrizio Ferragni, Direttore Relazioni Istituzionali Rai, della dott.ssa Emilia Grazia Costa, Responsabile Progetti Speciali e Nuove Tendenze Rai Pubblicità, e della Prof.ssa 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 sul consumo responsabile 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 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 significativo 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". "Rai Pubblicità, in qualità di concessionaria pubblicitaria del Servizio Pubblico radiotelevisivo e multimediale - informa il Dr. 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 - evidenzia il Dr. Fabrizio Ferragni - 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 - conclude il Dr. Fabrizio 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" 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 consapevole - sostiene Emilia Grazia Costa - Dalla ricerca QRP di Rai Pubblicità emerge che il format commerciale "Lezioni di Etichetta", che è una vera e propria piattaforma di brand reputation, è particolarmente apprezzato. Gli intervistati esprimono un gradimento pari all'89%, lo considerano credibile ed eticamente responsabile per il 74% (% voti da 6 a 10, 4.800 persone intervistate Panel Toluna). Con il logo "La stellina della carne bovina", la campagna pubblicitaria Be Transparent di **Assocarni** segue un percorso narrativo che si snoda con diversi spot video e audio che offrono una lettura dell'"etichetta virtuale" delle carne bovina. Contenuti e linguaggi della campagna sono stati progettati in coerenza con tutte le piattaforme RAI, con una pianificazione media 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 della campagna "La stellina della carne bovina", 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 che per cui Rai Pubblicità ha sviluppato per **Assocarni** un pilota sperimentale di pubblicità accessibile e inclusiva". "Il ruolo della carne e delle proteine animali, all'interno di una dieta sana ed equilibrata, e? 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 vitamina D, importante per l'assorbimento del calcio, 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 e? cosi? completa ed equilibrata. La quantità di proteine giornaliere consigliata per un individuo è di 0,9 g per peso corporeo (ad es. 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. È 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 (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 il web è prevista anche la realizzazione di una "landing page" ([www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it)) sul sito istituzionale [www.assocarni.it](http://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 calcoli che sono alla base della Clessidra Ambientale di **Carni** Sostenibili, documenti su impatto CO2, sull'impronta idrica, sugli aspetti nutrizionali e sulla salute. Il tutto seguendo il filo conduttore dei "i volti delle **carni** sostenibili" che costituiscono l'ossatura della campagna: 1) i Consumi e Valori Nutritivi nella dieta delle persone, 2) Informazione e Qualità alimentare; 3) Spreco, 4) Aspetti Economici e Sociali, 5) Impatti ambientali della filiera zootecnica.

## Lezioni di etichetta: **Assocarni** e Rai promuovono la carne bovina

LINK: <https://www.newsfood.com/lezioni-di-etichetta-assocarni-e-rai-promuovono-la-carne-bovina/>

Home / AGROALIMENTARE / Lezioni di etichetta: **Assocarni** e Rai promuovono la carne bovina

Lezioni di etichetta: **Assocarni** e Rai promuovono la carne bovina 18 novembre 2018 **Assocarni**, al via dal 18 novembre Lezioni di etichetta, un format Rai Pubblicità per la promozione del consumo consapevole della carne bovina italiana di Maurizio Ceccaioni Roma, 16 novembre 2018 - La carne bovina come indicatore per la tutela ambientale e la salute? Di certo sì, per **Assocarni**. Oggi, quella che è tra le principali associazioni nel settore delle **carni**, ha presentato alla stampa una campagna pubblicitaria per informare correttamente il consumatore e promuovere il consumo consapevole della carne bovina italiana, realizzata coi finanziamenti del Mipaaft e la professionalità di Rai Pubblicità. Nella cornice della Città dell'Acqua, presenti nella sala del Cinema Trevi - oggi sede del Centro Sperimentale di Cinematografia - François **Tomei** (dg **Assocarni**), Pietro Gasparri (dirigente Mipaaft), Fabrizio Ferragni (dirett. Relaz. Istituz. Rai), Emilia Grazia Costa, (resp. Progetti Speciali e Nuove Tendenze Rai Pubblicità), Elisabetta Bernardi (nutrizionista, divulgatrice scientifica e docente Università di Bari). A coordinare gli interventi, il giornalista economico Luca Macario. Da sinistra Luca Macario, Elisabetta Bernardi, Pietro Gasparri, François **Tomei**, Fabrizio Ferragni, Emilia Grazia Costa. Presente anche una partecipativa rappresentanza della comunità degli audiolesi con in testa la presidente della Federazione Italiana Associazioni Sordi (Fias) Laura Santarelli, che hanno collaborato affinché il messaggio sia veicolato a tutti i soggetti, attraverso un percorso narrativo inclusivo. Lezioni di etichetta LA CAMPAGNA D'INFORMAZIONE, CHE PARTIRÀ IL 18 NOVEMBRE e andrà in onda per circa due settimane a livello multimediale sulle reti Rai (radio, tv, cinema e web), si articolerà nel collaudato format di Rai Pubblicità 'Lezioni di etichetta' e avrà come filo conduttore 'La Stellina della carne bovina'. Messaggi in pillole di 30 secondi, ideati per dare una giusta informazione a tutte le persone, con una serie di spot audio, dettagliati per i non vedenti e video, con sottotitoli nella Lingua Italiana dei Segni (Lis). L'obiettivo del Ministero e di **Assocarni**, è quello di portare i consumatori a non sottovalutare l'importanza di stili alimentari e di vita sani ed equilibrati, che comprendono anche le proteine animali. Proiezione presentazione Lezioni di Etichetta in formato Lis per non udenti Tutto è nato a seguito di un bando pubblico del Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e Turismo, per la selezione di programmi di informazione e promozione sui prodotti freschi e trasformati delle 'Filiere **carni**'. La campagna 'Be Transparent' (sii trasparente), commissionata da **Assocarni** a Rai Pubblicità (con la regia di Rocco Cericola), mira a riequilibrare la cattiva informazione diramata a tutti i livelli sotto forma di fake news, ancora dure da sconfiggere. BUGIE E FALSI ALLARMISMI VERE BUGIE E FALSI ALLARMISMI che hanno spesso disorientato chi non ha saputo dotarsi di validi strumenti cognitivi. Come per quell'ossessiva campagna mediatica di demonizzazione delle **carni** rosse che ebbe il suo apice verso la fine di ottobre del 2015, con la pubblicazione sulla prestigiosa rivista 'Lancet Oncology', della denuncia della Iarc, l'International Agency for Research on Cancer dell'Oms (Organizzazione mondiale della sanità). In essa si parlava dei rischi cancerogeni del consumo di **carni** lavorate (salsicce, wurstel e insaccati in generale), inseriti nella lista 1 come amianto, formaldeide, fumo, arsenico nell'acqua e benzopirene. Ma nemmeno le **carni** rosse si salvavano, essendo state incluse tra quelli potenzialmente cancerogeni. Il direttore generale di **Assocarni** François **Tomei** ed Emilia Grazia Costa, Rai Pubblicità QUANDO A METÀ 2018 LA IARC HA POI PUBBLICATO I RISULTATI, di quelle

ricerche che avrebbero attestato la veridicità dell'asserto iniziale, si è scoperto che dei circa 800 studi epidemiologici presi in esame, ha dato un parere solo su 14 di essi. Di questi, solo in 7 si è evidenziata una correlazione tra il consumo eccessivo di carne rossa e il tumore al colon retto. Come a dire, meno dell'1%. **DIETA MEDITERRANEA e CARNE BOVINA NELLA DIETA MEDITERRANEA, DA SEMPRE SI È CONSUMATA MODERATAMENTE CARNE BOVINA.** Un consumo consapevole che, come ha ricordato il direttore generale di **Assocarni** Francois **Tomei**, «Non deve essere escluso a causa di un dibattito pubblico distorto da mezze verità o da vere e proprie fake news». Nel ringraziare il Ministero per la promozione della campagna informativa, **Tomei** ha evidenziando come negli ultimi dieci anni, alla diminuzione del consumo di carne bovina in Europa e in Italia, è corrisposta la crescita del 'Food social gap' determinato dalla crisi economica in atto da anni, che ha portato a una diminuzione a due cifre percentuali in termini reali, della spesa da parte dei ceti meno abbienti. Banco frigo in macelleria «Lo scopo della nostra proposta - ha ribadito il direttore generale di **Assocarni** - 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 sostanziale di proteine di origine animale». Ma **Tomei** ha anche sostenuto il lavoro degli allevatori, figure essenziali anche per la tutela del territorio, del paesaggio, della biodiversità e della fertilità dei suoli. «Oltre 110mila allevamenti bovini italiani che sono sempre più "sostenibili" grazie al mantenimento di saperi e tradizioni secolari, uniti alle nuove competenze e tecnologie». **IMPORTANZA DELLE CARNI ROSSE UNA CONFERMA DELL'IMPORTANZA DELLE CARNI ROSSE** è arrivata anche dalla nutrizionista Elisabetta Bernardi, che ha ricordato come la carne sia al vertice della Piramide alimentare, perché «Il ruolo della carne e delle proteine animali in 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». Piramide alimentare «Quando si parla di carne - ha aggiunto - spesso si pensa solo al contenuto di ferro, proteine e vitamina B12, ma nella carne c'è un minerale importante per la crescita e la cicatrizzazione dei tessuti come lo zinco, un prezioso antiossidante come il selenio, l'acido pantotenico per il metabolismo dei carboidrati e delle proteine, la lisina, potente ricostituente del sistema immunitario, fino al coenzima Q10, coadiuvante nella formazione di collagene per la pelle. Ma anche i 20 amminoacidi che compongono le proteine, 9 dei quali 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». **QUANTITÀ DI PROTEINE GIORNALIERE CONSIGLIATA QUANTI SANNO CHE LA QUANTITÀ DI PROTEINE GIORNALIERE CONSIGLIATA PER UN INDIVIDUO È DI 0,9 G PER PESO CORPOREO?** «Se un uomo adulto pesa 70 kg, l'apporto giornaliero di proteine sarà di 63 grammi», ha detto Elisabetta Bernardi. «Cento grammi di carne forniscono in media 22-25 grammi di proteine ad alto valore biologico, cioè poco più di 1/3 del fabbisogno giornaliero. Per questo è importante dare una corretta informazione sul giusto consumo di carne e questa campagna ha centrato in pieno l'obiettivo».

indirizzo web: <https://www.newsfood.com/lezioni-di-etichetta-assocarni-e-rai-promuovono-la-carne-bovina/>

data articolo: 18 novembre 2018



## **Assocarni, al via dal 18 novembre Lezioni di etichetta, un format Rai Pubblicità per la promozione del consumo consapevole della carne bovina italiana**

di Maurizio Ceccaioni

Roma, 16 novembre 2018 - La carne bovina come indicatore per la tutela ambientale e la salute? Di certo sì, per [Assocarni](#).

Oggi, quella che è tra le principali associazioni nel settore delle carni, ha presentato alla stampa una campagna pubblicitaria per informare correttamente il consumatore e promuovere il consumo consapevole della carne bovina italiana, realizzata coi finanziamenti del [Mipaft](#) e la professionalità di [Rai Pubblicità](#).



## Lezioni di etichetta

Nella cornice della Città dell'Acqua, presenti nella sala del Cinema Trevi - oggi sede del Centro Sperimentale di Cinematografia - **François Tomei (dg Assocarni)**, **Pietro Gasparri** (dirigente Mipaaft), **Fabrizio Ferragni** (dirett. Relaz. Istituz. Rai), **Emilia Grazia Costa**, (resp. Progetti Speciali e Nuove Tendenze Rai Pubblicità), **Elisabetta Bernardi** (nutrionista, divulgatrice scientifica e docente Università di Bari).

A coordinare gli interventi, il giornalista economico **Luca Macario**.



Da sinistra Luca Macario, Elisabetta Bernardi, Pietro Gasparri, François Tomei, Fabrizio Ferragni, Emilia Grazia Costa

Presente anche una partecipativa rappresentanza della comunità degli audiolesi con in testa la presidente della Federazione Italiana Associazioni Sordi (Fias) **Laura Santarelli**, che hanno collaborato affinché il messaggio sia veicolato a tutti i soggetti, attraverso un percorso narrativo inclusivo.

## Lezioni di etichetta

**LA CAMPAGNA D'INFORMAZIONE, CHE PARTIRÀ IL 18 NOVEMBRE** e andrà in onda per circa due settimane a livello multimediale sulle reti Rai

(radio, tv, cinema e web), si articolerà nel collaudato format di Rai Pubblicità 'Lezioni di etichetta' e avrà come filo conduttore 'La Stellina della carne bovina'.

Messaggi in pillole di 30 secondi, ideati per dare una giusta informazione a tutte le persone, con una serie di spot audio, dettagliati per i non vedenti e video, con sottotitoli nella Lingua Italiana dei Segni (Lis).

L'obiettivo del Ministero e di Assocarni, è quello di portare i consumatori a non sottovalutare l'importanza di stili alimentari e di vita sani ed equilibrati, che comprendono anche le proteine animali.



Proiezione presentazione Lezioni di Etichetta in formato Lis per non udenti

Tutto è nato a seguito di un bando pubblico del Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e Turismo, per la selezione di programmi di informazione e promozione sui prodotti freschi e trasformati delle 'Filiere

carni’.

La campagna ‘Be Transparent’ (sii trasparente), commissionata da **Assocarni** a **Rai Pubblicità** (con la regia di Rocco Cericola), mira a riequilibrare la cattiva informazione diramata a tutti i livelli sotto forma di fake news, ancora dure da sconfiggere.

## **BUGIE E FALSI ALLARMISMI**

VERE BUGIE E FALSI ALLARMISMI che hanno spesso disorientato chi non ha saputo dotarsi di validi strumenti cognitivi. Come per quell’ossessiva campagna mediatica di demonizzazione delle carni rosse che ebbe il suo apice verso la fine di ottobre del 2015, con la pubblicazione sulla prestigiosa rivista ‘Lancet Oncology’, della denuncia della Iarc, l’International Agency for Research on Cancer dell’Oms (Organizzazione mondiale della sanità).

In essa si parlava dei rischi cancerogeni del consumo di carni lavorate (salsicce, wurstel e insaccati in generale), inseriti nella lista 1 come amianto, formaldeide, fumo, arsenico nell’acqua e benzopirene. Ma nemmeno le carni rosse si salvavano, essendo state incluse tra quelli potenzialmente cancerogeni.





Il direttore generale di Assocarni François Tomei ed Emilia Grazia Costa, Rai Pubblicità

QUANDO A METÀ 2018 LA IARC HA POI PUBBLICATO I RISULTATI, di quelle ricerche che avrebbero attestato la veridicità dell'asserto iniziale, si è scoperto che dei circa 800 studi epidemiologici presi in esame, ha dato un parere solo su 14 di essi. Di questi, solo in 7 si è evidenziata una correlazione tra il consumo eccessivo di carne rossa e il tumore al colon retto. Come a dire, meno dell'1%.

## **DIETA MEDITERRANEA e CARNE BOVINA**

**NELLA DIETA MEDITERRANEA, DA SEMPRE SI È CONSUMATA MODERATAMENTE CARNE BOVINA.**

Un consumo consapevole che, come ha ricordato il direttore generale di Assocarni **François Tomei**, «Non deve essere escluso a causa di un dibattito

pubblico distorto da mezze verità o da vere e proprie fake news».

Nel ringraziare il Ministero per la promozione della campagna informativa, Tomei ha evidenziando come negli ultimi dieci anni, alla diminuzione del consumo di carne bovina in Europa e in Italia, è corrisposta la crescita del 'Food social gap' determinato dalla crisi economica in atto da anni, che ha portato a una diminuzione a due cifre percentuali in termini reali, della spesa da parte dei ceti meno abbienti.



Banco frigo in macelleria

«Lo scopo della nostra proposta - ha ribadito il direttore generale di Assocarni - 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 sostanziale di proteine di origine animale».

Ma Tomei ha anche sostenuto il lavoro degli allevatori, figure essenziali anche per la tutela del territorio, del paesaggio, della biodiversità e della fertilità dei suoli.

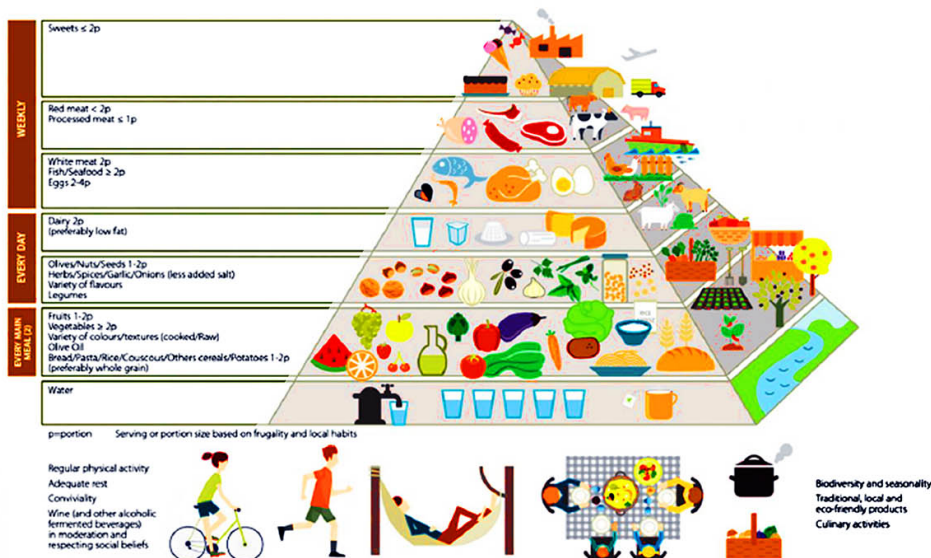
«Oltre 110mila allevamenti bovini italiani che sono sempre più “sostenibili” grazie al mantenimento di saperi e tradizioni secolari, uniti alle nuove competenze e tecnologie».

## IMPORTANZA DELLE CARNI ROSSE

UNA CONFERMA DELL'IMPORTANZA DELLE CARNI ROSSE è arrivata anche dalla nutrizionista **Elisabetta Bernardi**, che ha ricordato come la carne sia al vertice della **Piramide alimentare**, perché «Il ruolo della carne e delle proteine animali in 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».



### La Piramide alimentare



Progetto finanziato dal Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo.

Piramide alimentare

«Quando si parla di carne - ha aggiunto - spesso si pensa solo al contenuto di ferro, proteine e vitamina B12, ma nella carne c'è un minerale importante per la crescita e la cicatrizzazione dei tessuti come lo zinco, un prezioso antiossidante come il selenio, l'acido pantotenico per il metabolismo dei carboidrati e delle proteine, la lisina, potente ricostituente del sistema immunitario, fino al coenzima Q10, coadiuvante nella formazione di collagene per la pelle.

Ma anche i 20 amminoacidi che compongono le proteine, 9 dei quali 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».

## **QUANTITÀ DI PROTEINE GIORNALIERE CONSIGLIATA**

### **QUANTI SANNO CHE LA QUANTITÀ DI PROTEINE GIORNALIERE CONSIGLIATA PER UN INDIVIDUO È DI 0,9 G PER PESO CORPOREO?**

«Se un uomo adulto pesa 70 kg, l'apporto giornaliero di proteine sarà di 63 grammi», ha detto **Elisabetta Bernardi**. «Cento grammi di carne forniscono in media 22-25 grammi di proteine ad alto valore biologico, cioè poco più di 1/3 del fabbisogno giornaliero. Per questo è importante dare una corretta informazione sul giusto consumo di carne e questa campagna ha centrato in pieno l'obiettivo».

Articolo e intervista  
di Maurizio Ceccaioni  
Newsfood.com

CREATIVITÀ

# Assocarni con Mipaaf presenta la prima campagna pubblicitaria "accessibile e inclusiva"

È on air la campagna di Assocarni che vuole informare il consumatore sui valori nutrizionali della carne italiana, sull'importanza delle proteine animali nel

la dieta mediterranea e sul contributo della zootecnia alla tutela del territorio. La campagna, cofinanziata dal Mipaaf con bando pubblico per la selezione di programmi di informazione e promozione sui prodotti freschi e trasformati delle filiere carni, verrà messa in onda sui canali Rai (tv, radio, web e cinema) con il formato "Lezioni di etichetta". 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", con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati.



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



ALL'INTERNO

Rai Pubblicità realizza la prima  
campagna adv per **Assocarni**  
pag. 4

# Rai Pubblicità realizza la prima adv accessibile e inclusiva per **Assocarni**

*Attraverso il formato 'Lezioni di Etichetta', la campagna vuole essere fruibile per tutti, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni e contributi audio dedicati*

**D**al 18 novembre è in onda per due settimane sui canali Rai (tv, radio, web e cinema) la prima campagna pubblicitaria accessibile e inclusiva di **Assocarni** con il formato 'Lezioni di Etichetta'. Per la prima volta in Italia, gli spot sono stati pensati e realizzati dalla concessionaria di Rai per essere fruibili da tutte le persone, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati. La campagna adv lanciata da **Assocarni** per la promozione del consumo consapevole della carne bovina italiana, dei suoi valori nutrizionali, sociali e ambientali, è cofinanziata dal **Mipaft** con bando pubblico per la selezione di programmi di informazione e promozione sui prodotti freschi e trasformati delle filiere **carni**. 'La Stellina della carne bovina' è il filo conduttore della campagna di comunicazione lanciata da **Assocarni** per la promozione del consumo consapevole della carne bovina italiana, dei suoi valori nutrizionali, sociali e ambientali. "Rai Pubblicità, in qualità di concessionaria pubblicitaria del Servizio Pubblico radiotelevisivo e multimediale dichiara **Fabrizio Ferragni**, direttore Relazioni Istituzionali Rai - 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 - evidenzia il Ferragni - 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 - conclude 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' 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 consapevole - sostiene **Emilia Grazia Costa**, Responsabile Progetti Speciali e Nuove Tendenze Rai Pubblicità -. Dalla ricerca QRP di Rai Pubblicità emerge che il format commerciale 'Lezioni di Etichetta', che è una vera e propria piattaforma di brand reputation, è particolarmente apprezzato. Gli intervistati esprimono un gradimento pari all'89%, lo considerano credibile ed eticamente responsabile per il 74% (% voti da 6 a 10, 4.800 persone intervistate Panel Toluna)". Con il logo 'La stellina della carne bovina', la campagna pubblicitaria Be Transparent di **Assocarni** segue un

percorso narrativo che si snoda con diversi spot video e audio che offrono una lettura dell'"etichetta virtuale" delle carni bovine. Contenuti e linguaggi della campagna sono stati progettati in coerenza con tutte le piattaforme Rai, con una pianificazione media 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, individuati attenti alle scelte di consumo. Per il web è prevista anche la realizzazione di una landing page [lastellinadel-lacarnebovina.it](http://lastellinadel-lacarnebovina.it).



The infographic is set against a light brown, chalkboard-like background. In the top left, a yellow arrow points right with the word "nutrizione" written inside. To its right are illustrations of a salmon fillet, a steak, and a ham slice. Below these is a complex chemical structure of Vitamin B12, showing a central cobalt atom coordinated by four nitrogen atoms in a corrin ring, with various side chains including methyl, propionyl, and dimethylamino groups. To the right of the structure is a red five-petaled flower icon. Below the flower, the text "vitamina B12" is written in a dark brown, cursive font. On the right side, a circular inset shows a woman with her hair in a braid, wearing a blue top, looking at her hands. A magnifying glass is positioned over the right edge of this circle. The entire graphic is framed by a thin white border.

## Stop bugie sulla carne bovina, campagna **Assocarni**-Mipaaft

LINK: <http://www.giornaletrentino.it/salute-e-benessere/stop-bugie-sulla-carne-bovina-campagna-assocarni-mipaaft-1.1813867>

Stop bugie sulla carne bovina, campagna **Assocarni**-Mipaaft 16 novembre 2018 Diminuire font  
Ingrandire font Stampa Condividi Mail (ANSA) - ROMA, 16 NOV - Una campagna di informazione contro le fake news sulla carne bovina per fare chiarezza sui valori nutrizionali, sociali ed ambientali di questo alimento che fa parte della Dieta Mediterranea. A lanciare 'La Stellina della carne bovina', questo il nome della campagna presentata questa mattina, sono **Assocarni** e il Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo (Mipaaft). Si tratta di una serie di spot che verranno messi in onda su tutte reti Rai da domenica 18 novembre per due mesi, con il formato di 'Lezioni di etichetta'. Filo conduttore degli spot, ideati e realizzati per la prima volta da Rai Pubblicità per essere fruibili da tutte le persone, inclusi sorde e cieche, è rendere il consumo della carne italiana consapevole attraverso il tema della sostenibilità, dell'ambiente e delle proprietà nutrizionali. L'idea della campagna, ha spiegato il dirigente delle politiche competitive e qualità agroalimentare del Mipaaft, Pietro Gasparri che ha illustrato l'iniziativa insieme al direttore generale di **Assocarni**, Francois **Tomei**, è scaturita dal tavolo di filiera zootecnica a via XX Settembre, non per spingere i consumi di carne ma capire perché è importante farlo. "Obiettivo della campagna - ha spiegato il direttore generale di **Assocarni** - è rendere consapevoli i consumatori dell'importanza della carne bovina italiana in un regime alimentare equilibrato, che prevede un apporto di proteine di origine animali. Bisogna poi considerare che i 110mila allevamenti bovini italiani sono sempre più sostenibili e contribuiscono alla tutela del territorio, della biodiversità e della fertilità del suolo". La nutrizionista Elisabetta Bernardi ha poi ricordato che 100 gr di carne forniscono 22-25 gr di proteine ad alto valore biologico, poco più di un terzo del fabbisogno giornaliero. (ANSA). 16 novembre 2018 Diminuire font Ingrandire font Stampa Condividi Mail



## Nasce la prima "Pubblicità Accessibile e Inclusiva" di Rai Pubblicità ...

LINK: [https://winenews.it/it/nasce-la-prima-pubblicita-accessibile-e-inclusiva-di-rai-pubblicita-e-dedicata-alla-carne\\_377990/](https://winenews.it/it/nasce-la-prima-pubblicita-accessibile-e-inclusiva-di-rai-pubblicita-e-dedicata-alla-carne_377990/)

0 Rai Pubblicità "Lezioni di etichetta" per **Assocarni** Una campagna pubblicitaria per la promozione del consumo consapevole della carne bovina italiana, dei suoi valori nutrizionali, sociali e ambientali, ma unica nel suo genere, perché è la prima in assoluto in Italia sviluppata 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. Presentata oggi a Roma, è promossa da **Assocarni** e finanziata dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari, Forestali e del Turismo, e verrà messa in onda sulle reti Rai (radio, tv, cinema e web) con il formato di Rai Pubblicità "Lezioni di etichetta". Copyright © 2000/2018 Seguici anche su Twitter: @WineNewsIt Seguici anche su Facebook: @winenewsit Questo articolo è tratto dall'archivio di WineNews - Tutti i diritti riservati - Copyright © 2000/2018

## Al via campagna informativa per consumo consapevole carne bovina

LINK: <https://it.notizie.yahoo.com/al-via-campagna-informativa-per-consumo-consapevole-carne-144116094.html>



Al via campagna informativa per consumo consapevole carne bovina Bla AskaneWS 16 novembre 2018 Reblogga Condividi Invia un tweet Condividi Roma, 16 nov. (askanews) - 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. Sono questi gli obiettivi della campagna di informazione "La stellina della carne bovina", lanciata da **Assocarni**, cofinanziata dal Mipaaf, presentata oggi a Roma e che verrà messa in onda sulle reti Rai con il formato di "Lezioni di etichetta". "Con questa campagna vogliamo informare il consumatore sul valore della filiera zootecnica e bovina italiana e sull'importanza del consumo di carne in tutte le fasi della vita", ha detto Francois **Tomei**, direttore generale di **Assocarni**. "E' anche un modo per contrastare le 'fake news' che in questi ultimi anni hanno messo la carne bovina al centro di un dibattito pubblico distorto da mezze verità o da vere e proprie false notizie", ha aggiunto **Tomei**. Elisabetta Bernardi, nutrizionista e docente all'Università di Bari ha ricordato l'importanza del ruolo della carne e delle proteine animali all'interno di una dieta sana ed equilibrata. "E' essenziale in ogni fase della vita: dalla gravidanza, alla crescita dei bambini, fino alla terza età per mantenersi in forza e attivi". Quando si parla di carne, tutti pensano solo al contenuto di ferro, proteine e vitamina B12. "Pochi sanno che la carne contiene, tra i tanti elementi, lo zinco, importante per crescita e cicatrizzazione, il selenio, prezioso antiossidante, e la lisina, potente ricostituente del sistema immunitario". E' inoltre importante ricordare che "100 gr di carne forniscono in media 22-25 gr di proteine ad alto valore biologico, poco più di un terzo del fabbisogno giornaliero", ha aggiunto Bernardi. Alla presentazione ha preso parte anche Pietro Gasparri, dirigente del Dipartimento Politiche competitive e qualità agroalimentare del ministero delle Politiche Agricole e del Turismo, che ha sottolineato come questa campagna "non è né comparativa, né contro qualcosa", ma "per aiutare il consumatore a fare scelte consapevoli". Da parte sua, il direttore delle Relazioni Istituzionali della Rai, Fabrizio Ferragni, ha messo in luce come "per la prima volta, si sperimenti una pubblicità accessibile e inclusiva dedicata alle persone con disabilità, per favorire lo sviluppo di una società inclusiva, sussidiaria, equa, solidale e rispettosa delle diversità". Gli spot sono stati ideati e realizzati da Rai Pubblicità, con sottotitoli, lingua italiana dei segni e contributi audio dedicati.

## Carne bovina, ambiente e salute. **Assocarni** e Mipaaf lanciano una campagna di informazione sul consumo consapevole. Realizzata da Rai Pubblicità, sarà on air dal 18 novembre

LINK: <https://youmark.it/carne-bovina-ambiente-e-salute-assocarni-e-mipaaf-lanciano-una-campagna-di-informazione-sul-consumo-consapevole-realizza...>



Carne bovina, ambiente e salute. **Assocarni** e Mipaaf lanciano una campagna di informazione sul consumo consapevole. Realizzata da Rai Pubblicità, sarà on air dal 18 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 Mipaaf 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 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. 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 dichiarato Fabrizio Ferragni, Direttore Relazioni Istituzionali Rai, in occasione della presentazione stampa - 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 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 aggiunto Emilia Grazia Costa, Responsabile Progetti Speciali e Nuove Tendenze Rai Pubblicità - 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 consapevole. Gradimento, Credibilità, Fiducia ed Eticità sono le dimensioni di 'Lezioni di Etichetta' che ne fanno una vera e propria piattaforma di brand reputation, vedi la 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](http://www.lastellinadellacarnebovina.it)) sul sito istituzionale [www.assocarni.it](http://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. Credit Ideazione - Sviluppo - Progettazione: Emilia Grazia Costa - Rai Pubblicità Realizzazione pubblicitaria: Brand Integration - Rai Pubblicità Direzione Produzione e Post Produzione: Marco De Marinis - Gothacom SAS

## Al via la campagna “La stellina della carne bovina”

[ruminantia.it/al-via-la-campagna-la-stellina-della-carne-bovina/](http://ruminantia.it/al-via-la-campagna-la-stellina-della-carne-bovina/)



In questi giorni e' stato pubblicato sul web il sito “**La stellina della carne bovina**”, portale di approfondimento sul consumo della carne bovina.

Questa presenza sulla rete accompagna la **Campagna informativa** realizzata da Rai Pubblicità e trasmessa su tutte le reti RAI, voluta da ASSOCARNI e cofinanziata dal MIPAAft.

Sotto lo slogan “**Scopri i principali volti della sostenibilità della carne bovina italiana**” la campagna televisiva e il sito web approfondiranno i temi:

- Valori nutrizionali della carne bovina italiana.
- Il ruolo delle proteine animali nella dieta mediterranea.
- Il contributo della zootecnia.

Questa **lodevole campagna** merita il nostro plauso anche se mancano, a nostro avviso, informazioni rassicuranti sul fatto che i bovini da carne sono allevati in una condizione di **benessere**, avendo il coraggio di far vedere le stalle e non solo animali allevati su pascoli che per il nostro paese sono una realtà marginale.

Alleghiamo l'interessante report ISMEA-Assalzo dal titolo “Analisi delle percezioni e dell'influenza dei media sulla domanda di carni e salumi”.

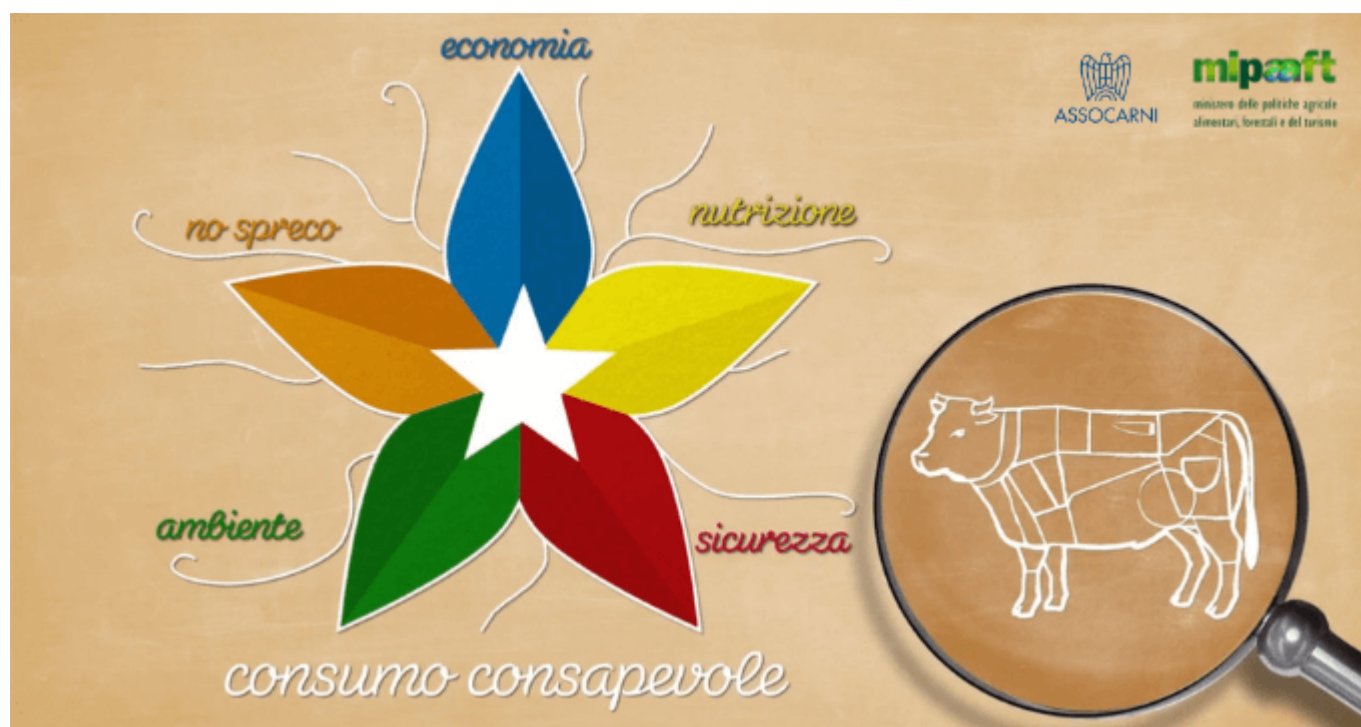
Per **maggiori informazioni sulla campagna** visita il sito [www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it)

<https://www.horecanews.it/la-stellina-della-carne-bovina-a-lezioni-di-etichetta-con-assocarni/>

## La Stellina della carne bovina: a Lezioni di etichetta con Assocarni

20 novembre 2018

0



“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 **Mipaft** con bando pubblico per la selezione di programmi di informazione e promozione sui prodotti freschi e trasformati delle filiere carni, è in onda sulle reti Rai (radio, tv, cinema e web) con il formato di “Lezioni di etichetta”.

Il progetto Be Transparent e il suo format crossmediale “Lezioni di Etichetta” 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 consapevole**.

Gradimento pari all’89%, Credibilità e Fiducia (74%) ed Eticamente responsabile per il 74% degli intervistati, sono le dimensioni di “Lezioni di Etichetta” che risultano maggiormente apprezzate dalle persone e che ne fanno una vera e propria piattaforma di Brand Reputation (voti da 6 a 10, media su 4.800 interviste, Ricerca QRP di Rai Pubblicità).

Con il logo “La Stellina della carne bovina”, la campagna pubblicitaria di Assocarni **informa le persone circa l’uso delle proteine della carne bovina**, introduce il concetto di **dieta mediterranea** e l’importanza di adottare stili alimentari e di vita sani ed equilibrati. Il percorso narrativo si snoda con diversi spot video e audio che offrono **una lettura dell’“etichetta virtuale” delle carne bovina**.

Sotto la lente di ingrandimento di Lezioni di Etichetta sono stati messi a fuoco **le proprietà nutritive e i nutrienti fondamentali** della carne bovina e la **sostenibilità** di un consumo equilibrato di carne bovina rispetto all'ambiente, per la tutela del territorio e delle comunità, per il lavoro delle persone.

Contenuti e linguaggi della campagna sono stati progettati in coerenza con tutte le piattaforme RAI, pianificati con una programmazione altamente qualitativa per poter realizzare una copertura crossmediale complessiva pari a oltre 63 milioni di contatti per il target allargato Responsabili Acquisto e di circa 15 milioni sul target del trend Be Transparent di Rai Pubblicità, persone e cittadini attenti alle scelte di consumo.

## La prima campagna accessibile e inclusiva

La specificità dei contenuti un-branded della campagna "La stellina della carne bovina", 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 che per cui Rai Pubblicità ha sviluppato per Assocarni un **pilota sperimentale di pubblicità accessibile e inclusiva**.

Il progetto "**Inclusione&Accessibilità**" è stato ideato da Rai Pubblicità. Nasce dal laboratorio delle nuove tendenze socioculturali e dei contenuti coerenti alla mission di Servizio Pubblico di Rai.

La campagna Be Transparent "La stellina della carne Bovina" è così la prima in assoluto in Italia sviluppata anche nella modalità di "Pubblicità Accessibile e Inclusiva", **pensata per essere fruibile da tutte le persone, inclusi non udenti e non vedenti, con Sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati**.

## Presentazione della campagna "La Stellina della carne bovina"

La Campagna è stata presentata venerdì 16 novembre a Roma, con la partecipazione di **Pietro Gasparri**, Dirigente Dip. Politiche competitive e qualità agroalimentare del Mipaaf, 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**".*

## Scopri i principali volti della sostenibilità della carne bovina italiana



*“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. È quanto mai opportuno fare informazione su un corretto consumo di carne e questa campagna ha centrato in pieno l’obiettivo”.

**La campagna è 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.

Tutte le informazioni sulla campagna e approfondimenti sul tema su [www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it)



# Artista News

La Gazzetta dell'Artista

22 NOVEMBRE 2018

“La Stellina della carne bovina” – campagna pubblicitaria per mangiare consapevolmente la carne bovina.

## “La Stellina della carne bovina” – campagna pubblicitaria per mangiare consapevolmente la carne bovina.

[Claudio Di Salvo](#) 16/11/2018

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

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, con sottotitoli, Lingua Italiana dei Segni (LIS) e contributi audio dedicati.

La campagna è stata presentata oggi a Roma con gli interventi del Sen. Gian Marco Centinaio, Ministro delle Politiche Agricole Alimentari, Forestali e del Turismo, del dott. François Tomei, Direttore Generale Assocarni, del dott. Fabrizio Ferragni, Direttore Relazioni Istituzionali Rai, della dott.ssa Emilia Grazia Costa, Responsabile Progetti Speciali e Nuove Tendenze Rai Pubblicità, e della Prof.ssa 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 sul consumo responsabile 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 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 significativo 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”.

“Rai Pubblicità, in qualità di concessionaria pubblicitaria del Servizio Pubblico radiotelevisivo e multimediale – informa il Dr. 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 – evidenzia il Dr. Fabrizio Ferragni – 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 – conclude il Dr. Fabrizio 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” 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 consapevole – sostiene Emilia Grazia Costa – Dalla ricerca QRP di Rai Pubblicità emerge che il format commerciale “Lezioni di Etichetta”, che è una vera e propria piattaforma di brand reputation, è particolarmente apprezzato. Gli intervistati esprimono un gradimento pari all'89%, lo considerano credibile ed eticamente responsabile per il 74% (% voti da 6 a 10, 4.800 persone intervistate Panel Toluna).

Con il logo “La stellina della carne bovina”, la campagna pubblicitaria Be Transparent di Assocarni segue un percorso narrativo che si snoda con diversi spot video e audio che offrono una lettura dell'”etichetta virtuale” delle carni bovine. Contenuti e linguaggi della campagna sono stati progettati in coerenza con tutte le piattaforme RAI, con una pianificazione media 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 della campagna “La stellina della carne bovina”, 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 che per cui Rai Pubblicità ha sviluppato per Assocarni un pilota sperimentale di pubblicità accessibile e inclusiva”.

“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 vitamina D, importante per l'assorbimento del calcio, 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 es. 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. È 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 (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 il web è prevista anche la realizzazione di una “landing page” ([www.lastellinadellacarnebovina.it](http://www.lastellinadellacarnebovina.it)) sul sito istituzionale [www.assocarni.it](http://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 calcoli che sono alla base della Clessidra Ambientale di Carni Sostenibili, documenti su impatto CO2, sull'impronta idrica, sugli aspetti nutrizionali e sulla salute. Il tutto seguendo il filo conduttore dei “i volti delle carni sostenibili” che costituiscono l'ossatura della campagna: 1) Consumi e Valori Nutritivi nella dieta delle persone, 2) Informazione e Qualità alimentare; 3) Spreco, 4) Aspetti Economici e Sociali, 5) Impatti ambientali della filiera zootecnica.