



CARNI
Sostenibili

HOME SALUTE E NUTRIZIONE AMBIENTE & SOSTENIBILITÀ SICUREZZA ALIMENTARE BENESSERE ANIMALE ECONOMIA EVOLUZIONE E CULTURA

19 NOV 2018 - AMBIENTE & SOSTENIBILITÀ, NEWS



[È arrivata la Stellina della carne bovina](#)

Partita la Campagna su “La Stellina della carne bovina”: Obiettivo: informare il consumatore sui valori nutrizionali della carne bovina italiana, sull’importanza delle proteine animali nella dieta mediterranea e sul contributo della zootecnia alla tutela del territorio.

Lezioni di etichetta - Assocarni

Guarda più tardi Condividi

economia

nutrizione

sicurezza

ambiente

no spreco

consumo consapevole

ALTRI VIDEO

0:05 / 0:30

YouTube

Si è dovuto attendere un po' più del previsto, anche per il Mipaaf diventato **Mipaaft**, ma è finalmente online: il sito Web de "[La Stellina della carne bovina](#)", da ieri, è un portale di approfondimento che, accompagnato da una Campagna informativa **su tutte le reti Rai**, punta ad 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**.

"**La Stellina della carne bovina**" è il filo conduttore della campagna di informazione lanciata da **Assocarni** sul consumo consapevole della **carne bovina italiana**, dei suoi valori nutrizionali, sociali e ambientali. La campagna, **cofinanziata dal Mipaaft con bando pubblico** per la selezione di programmi di informazione e promozione sui prodotti freschi e trasformati delle filiere carni, è in onda da ieri (e lo sarà 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) con il formato di "**Lezioni di etichetta**".

Oltre a quello informativo sull'importanza della **filiera bovina** e dei suoi prodotti, un altro aspetto interessante di questa Campagna è che, **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"**. In altre parole, una Campagna pensata per essere fruibile da tutte le persone, incluse **non udenti e non vedenti**, con sottotitoli, **Lingua Italiana dei Segni (LIS)** e contributi audio dedicati. La specificità dei contenuti *un-branded* della campagna "**La stellina della carne bovina**", **l'impegno del Mipaaft per contribuire a una corretta informazione su questi temi** 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.

"Rai Pubblicità, in qualità di **concessionaria pubblicitaria del Servizio Pubblico** radiotelevisivo e multimediale, ha varato 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**", spiega **Fabrizio Ferragni**, Direttore Relazioni Istituzionali Rai: "Lo spot è 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**", fa presente **Emilia Grazia Costa**, Responsabile Progetti Speciali e Nuove Tendenze 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."

Tornando all'importanza della carne bovina in una dieta equilibrata, invece, è importante ricordare che questa "è spesso al centro di un dibattito pubblico distorto da **mezze verità** o da vere e proprie *fake news*", come sottolinea **François Tomei**, direttore di **Assocarni**: "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, spiega Tomei, "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**".

Per maggiori informazioni, visitate [il sito della Stellina della Carne bovina](#).

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

Il direttore Tomei: fa parte della dieta mediterranea

16 Novembre 2018

<https://tv.iltempo.it/tv-news/2018/11/16/video/assocarni-la-carne-e-importante-al-via-campagna-informativa-1095948/>



aa

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.

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



**Carne
 bovina,
 ambiente e
 salute:**

ASSOCARNI e MIPAAFT lanciano una campagna di informazione sul consumo consapevole con “La Stellina della carne bovina”

Data: 19/11/2018

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

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

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

“Il ruolo della carne e delle proteine animali, all’interno di una dieta sana ed equilibrata, è essenziale in ogni fase della vita: dalla gravidanza, alla crescita dei bambini fino alla terza età per mantenersi in forza e attivi”, ha aggiunto Elisabetta Bernardi. “Quando si parla di carne tanti pensano solo al contenuto di ferro, proteine e vitamina B12. Pochi sanno che la

carne contiene anche zinco, importante per la crescita e la cicatrizzazione, acido pantotenico, per il metabolismo dei carboidrati e delle proteine, selenio, prezioso antiossidante, lisina, potente ricostituente del sistema immunitario, fino al coenzima Q10, coadiuvante nella formazione di collagene per la pelle; senza dimenticare che dei 20 amminoacidi che compongono le proteine, 9 sono essenziali e vengono forniti dalla carne in rapporto percentuale ottimale, a differenza delle proteine vegetali, la cui composizione in amminoacidi essenziali non è così completa ed equilibrata. La quantità di proteine giornaliere consigliata per un individuo è di 0,9 g per peso corporeo, ad esempio un uomo adulto di 70 kg ha bisogno di un apporto di proteine di 63 g al giorno. Ma è altrettanto importante ricordare che 100 g di carne forniscono in media 22-25 g di proteine ad alto valore biologico, poco più di 1/3 del fabbisogno giornaliero. E' quanto mai opportuno fare informazione su un corretto consumo di carne e questa campagna ha centrato in pieno l'obiettivo".

La campagna 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.

www.lastellinadellacarnebovina.it

© 2018 **Edizioni Pubblicità Italia**. Tutti i diritti riservati.

P.IVA 02897210361 - VAT No. 02897210361

E' vietata la riproduzione dei testi pubblicati sul sito di PubblicitaItalia.com senza l'espressa autorizzazione dell'Editore.



FRUIBILE DA TUTTI LA CAMPAGNA D'INFORMAZIONE SULLA CARNE BOVINA

<https://www.mediaquattro.it/fruibile-da-tutti-la-campagna-dinformazione-sulla-carne-bovina/>

FRUIBILE DA TUTTI LA CAMPAGNA D'INFORMAZIONE SULLA CARNE BOVINA

18 novembre 2018, Inserito in: Agricoltura, Alimentazione, Slides

Una campagna di comunicazione a 360° diffusa anche sul palinsesto del servizio pubblico per spiegare le proprietà ed i benefici in alimentazione di un prodotto come la carne che, se mangiata nelle giuste quantità e nell'ambito di una dieta equilibrata, è un elemento fondamentale per il benessere del nostro organismo. E' quanto si propone l'iniziativa "La stellina della carne bovina", prima campagna pubblicitaria finanziata dal MIPAAFT a sostegno di una filiera che vale oltre 10 miliardi di euro per l'industria agroalimentare e 6,4 miliardi per il settore primario di riferimento.



GenBioAgroNutrition

Un blog a sostegno dell'Agroalimentare Italiano, della Dieta Mediterranea e della Ricerca Biomedica, contro la disinformazione pseudoscientifica.

sabato 17 novembre 2018

La Stellina della Carne Bovina: la nuova campagna di informazione per promuovere il consumo consapevole di carne bovina

E' stata scritta una nuova pagina di storia che riguarda il mondo della comunicazione: **la Stellina della Carne Bovina** è la nuova campagna di informazione lanciata da Assocarni e Mipaaf **per promuovere il consumo consapevole di carne bovina italiana**, facendo conoscere i suoi valori nutrizionali, l'importanza delle proteine animali nella dieta mediterranea, l'impatto sulla salute, sull'ambiente ed il 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 sulle reti Rai con il formato di **"Lezioni di etichetta"**, a partire da oggi 18 novembre 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**.

La particolarità di questa campagna è che **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.

Felicissima di aver assistito alla presentazione della campagna, **a cui sono onorata di aver potuto dare anche io il mio piccolo contributo**, avvenuta 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.



"Sono lieto di presentare questa campagna realizzata dalla Rai e vedere tanta partecipazione, così ampia di giornalisti, associazioni industriali e associazioni che rappresentano persone cieche e sorde", comincia François Tomei, Direttore Generale Assocarni: "Sono lieto che il Mipaaf abbia voluto promuovere e finanziare una campagna informativa per

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 che ha carne in tutte le fasi della vita, dall'età pediatrica alla senilità, attraverso un format autorevole, che è "Lezioni di Etichetta", certificato anche dallo IAP, quindi un modo terzo per contrastare le fake news che hanno assalito il nostro settore negli ultimi anni".

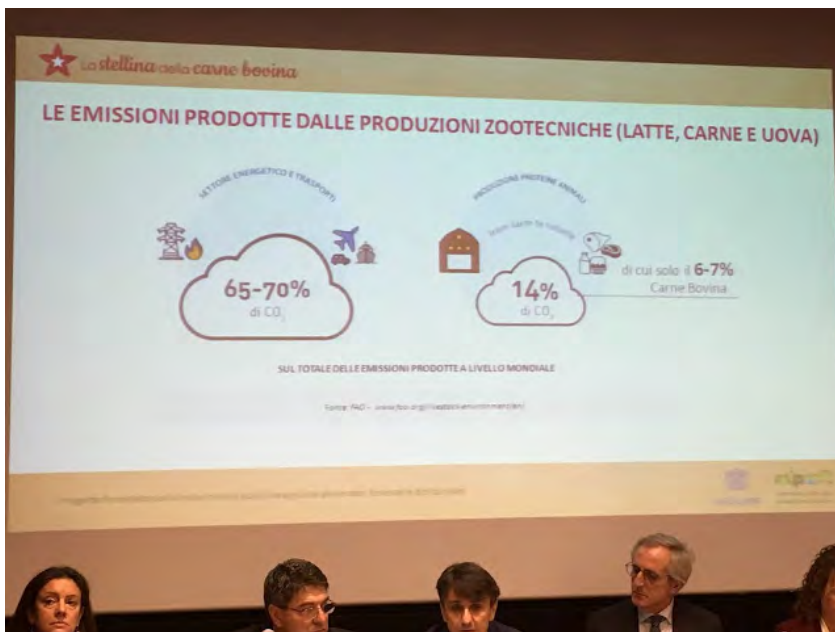
"Vorrei iniziare dalla dimensione economica del nostro settore, raccontare il valore della nostra produzione zootecnica bovina, che vanta un patrimonio bovino di 6 milioni di bovini in tutto il territorio nazionale, con diversità di allevamento dalla Sicilia alle Alpi, e diversità di tipologia, dall'estensivo a quello confinato della Pianura Padana, che è una ricchezza e un presidio del territorio, con un fatturato 10 miliardi, quindi una filiera solida importante che dà un contributo fondamentale anche al secondo settore manifatturiero, che è rappresentato dall'industria alimentare, in cui siamo presenti".



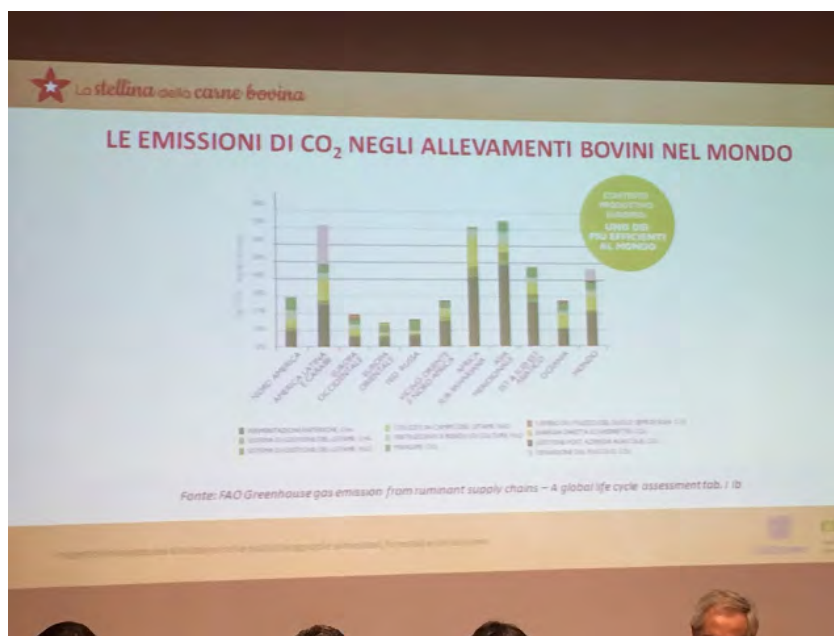
"Sono anni che troviamo informazioni sbagliate su temi nutrizionali, ma anche su temi quale quello ambientale a partire dal 2006, quando uscì un importante studio della FAO che diceva che la zootecnia rappresentava un problema per l'ambiente. Poi negli anni è mutata la posizione della stessa FAO, dove oggi dice addirittura che la sostenibilità si raggiunge attraverso la zootecnia, evidenziando quindi l'importanza della zootecnia nel mondo, che dà sostentamento a 2 miliardi di persone e che è un presidio ambientale. Lo vediamo anche con queste alluvioni, come sia importante mantenere il territorio e far sì che ci siano quelle famiglie che oggi allevano bovini, che vivono 365 giorni con gli animali".



“Questa è una slide significativa sulle emissioni, per chiarire come per anni si è cercato di addossare alla zootecnia e al bovino in particolare le emissioni, come se fosse un problema mondiale, mentre è chiaro a tutti che **le fonti energetiche del trasporto sono il problema numero uno**, quindi il bovino che è nel mirino impatta solo per un 6-7%. E questi sono dati mondiali, perché i dati europei e italiani sono ancora più bassi. **In Europa abbiamo una politica agricola da 50 anni, una cura per il territorio, per l'allevamento e un'attenzione per l'alimentazione dei bovini che fa sì che le emissioni siano solo del 3%**. Si consuma di più andare a Bruxelles che mangiare carne per un anno. In generale è sbagliato misurare la sostenibilità del cibo e quindi paragonare le pere con le mele: il cibo se ha delle emissioni è giusto intervenire, ma **utilizzare per fini ideologici questi dati è profondamente sbagliato**”.



“La slide successiva mostra come l’Europa generi emissioni ridotte, mentre i paesi in via di sviluppo che non hanno una politica agricola e di gestione del territorio generano le maggiori emissioni. Occorre un gran lavoro da parte della FAO per favorire una gestione più corretta dell’allevamento”.



“Anche riguardo all’impronta idrica, i 15.000 litri di acqua lasciavano basiti, fino poi a scoprire che quello che conta è in realtà solo l’acqua blu, fermo restando che un litro d’acqua in Israele non ha lo stesso valore come un litro d’acqua in Italia, quindi anche qui andrebbe fatta una differenza, **ma è solo l’acqua di falda quella che realmente viene consumata e che è preziosa, non l’acqua piovana**. Quindi anche qui chi utilizza questi dati per scopi ideologici, **crea delle fake news per far sembrare che la zootecnia usi tutte le risorse del pianeta**, mentre basta vedere che in realtà l’impronta è molto più bassa”.



“La nostra Campagna è realizzata da Rai Pubblicità con questo format, **con spot televisivi molto corti di 30 secondi con cui abbiamo scelto di parlare di aspetti nutrizionali e ambientali**. Non c’è la possibilità di trattare tutti gli aspetti solo con i brevi spot, quindi c’è il sito internet dove questi temi sono ampiamente trattati, dando delle risposte al consumatore, quindi sarà possibile approfondire gli argomenti nel sito dedicato.”

Su www.lastellinadellacarnebovina.it sul sito istituzionale www.assocarni.it saranno approfonditi i temi dei messaggi video 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.



“Al Ministero abbiamo deciso di finanziare questa campagna di promozione nel rispetto delle norme comunitarie perché è importante comunicare al consumatore in modo che sia poi in grado di scegliere”, prosegue **Pietro Gasparri**, Dirigente Dip. Politiche competitive e qualità agroalimentare del Mipaaf: “Sono gli esponenti scientifici che devono comunicare che il consumo equilibrato di carne bovina fa parte di una dieta sana e mediterranea. Abbiamo avuto **parere positivo dello IAP**, cioè l’Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria coinvolto sempre nella valutazione delle campagne, e questo è importante perché **c’è un ente terzo che sovrintende e valida i messaggi pubblicitari**. L’aver coinvolto poi persone con handicap uditivo e visivo è una cosa molto qualificante che va al di sopra delle motivazioni nostre, per cui è una campagna molto sentita”.



“La carne è al centro dell’attenzione del consumatore perché ha accompagnato la storia dell’uomo da sempre, ha contribuito alla sua evoluzione, all’attività cognitiva, allo sviluppo del cervello e attraverso la caccia all’evoluzione del linguaggio”, dice **Elisabetta Bernardi**, nutrizionista e divulgatrice scientifica, docente all’Università di Bari: **“E’ un alimento molto efficiente, cioè con piccole quantità riesce a dare una grande densità di nutrienti** e per questo è inserito in tutti i modelli alimentari equilibrati, per esempio nella dieta Dash, studiata dai cardiologi americani per abbassare l’ipertensione, oppure nel modello Weight Watchers pensato per combattere obesità e sovrappeso, ma soprattutto presente nel modello alimentare mediterraneo, che è **benefico per la salute**, non solo per la prevenzione di alcune patologie, come rischio cardiovascolare, obesità ma **legato anche a una maggiore longevità”**.”

“All’apice della piramide c’è la carne perché apporta nutrienti unici in gran quantità e in una forma altamente biodisponibile. Qui sono riassunti i nutrienti e le sostanze bioattive della carne bovina, le proteine di ottima qualità perché contiene amminoacidi essenziali che noi non siamo in grado di produrre e dobbiamo ottenere dalla dieta, e la carne li contiene tutti e in gran quantità. Con circa 100 g di carne si riesce a coprire un terzo del nostro fabbisogno quotidiano di proteine. La carne produce circa 20 grammi di proteine con 100 g e il nostro fabbisogno è 0.9 g di proteine per kg di peso corporeo”.



“Troviamo anche micronutrienti molto importanti, come **la vitamina B12, che è esclusiva degli alimenti di origine animale e con 100 g si coprono circa i due terzi del nostro fabbisogno, mentre nei bambini si copre abbondantemente il fabbisogno quotidiano.** Troviamo vitamine del gruppo B e minerali come il ferro, ed è importante diffondere con la pubblicità l'importanza del suo consumo perché **il ferro è una delle sostanze per cui c'è una maggiore carenza nella popolazione, non soltanto nei paesi in via di sviluppo, ma anche nel nostro paese. La mancanza di ferro in particolari fasi della vita è legato a deficit cognitivi e una crescita inferiore.** Anche lo zinco è importante nella crescita e interviene nel processo di cicatrizzazione”.

“Di solito si pensa che l'attività antiossidante sia solo di frutta e ortaggi, quindi dei vegetali, ma in realtà **anche nella carne ci sono dei potenti antiossidanti, come l'acido linoleico coniugato, la taurina, il coenzima Q10, il glutathione che ha un potere antiossidante molto elevato.** L'acido linoleico coniugato invece ha attività anticancerogena e antiossidante. La colina è importante per l'attività cognitiva e la memoria e se l'assunzione è sufficiente è dimostrata una buona capacità cognitiva anche durante la vecchiaia. Già in gravidanza e allattamento c'è un fabbisogno più elevato di proteine, quindi **un alimento altamente efficiente come la carne è molto utile. Quando si parla di efficienza si intende che con piccole quantità si riescono a coprire grandi fabbisogni”.**

AMMINOACIDI ESSENZIALI	VITAMINE E MINERALI	COMPOSTI BIOATTIVI
FENILALANINA	VITAMINA A	POTASSIO
ISOLEUCINA	VITAMINA B5	FERRO
LEUCINA	BIOTINA	FOSFORO
METIONINA	VIT. B1, B2, B6	SELENIO
VALINA	VITAMINA B12	GRASSI
LISINA	VITAMINA D	ZINCO
TREONINA	VITAMINA PP	CROMO
TRIPTOFANO	VITAMINA K	
ISTIDINA		
		ACIDO LINOLEICO CONIUGATO
		CREATINA
		CARNOSINA
		TAURINA
		COENZIMA Q10
		GLUTATHIONE
		L-CARNITINA
		COLINA
		ACIDO LIPOICO
		PEPTIDI BIOATTIVI DELLA CARNE

“Se volessimo per esempio coprire il fabbisogno di amminoacidi essenziali con cereali e legumi, che sono considerati delle alternative agli alimenti di origine animale per quanto riguarda il contenuto proteico, **dovremmo assumere dalle 3 alle 5 volte più calorie rispetto a quanto si assume con la carne.** In particolare 80 grammi di carne che apportano 70 calorie equivalgono come contenuto di amminoacidi essenziali a 2 piatti di pasta e fagioli che apportano oltre 800 calorie. **Questo bisogna considerarlo anche in termini di prevenzione del sovrappeso e obesità, un problema che riguarda tutte le fasi della vita.** Nei bambini le proteine, la vitamina B12 e il ferro sono fondamentali per la crescita. In particolare il ferro è legato all'attività cognitiva: c'è uno studio su 5000 studenti adolescenti americani in cui si è visto che **i livelli di ferro erano collegati ai risultati scolastici in matematica,** ma anche un altro recente su un altissimo numero di bambini e adolescenti in cui si è messo a confronto chi consumava carne e chi non la consumava: **chi consumava carne ha registrato un'altezza maggiore e una maggiore capacità di risposta alle malattie e un indice di massa corporea inferiore”.**



Per gli sportivi e gli anziani è importante aumentare le proteine con un alimento efficiente, specialmente negli anziani per conservare la massa muscolare. Una dieta variata, che comprende tutti gli alimenti, come il nostro modello mediterraneo è efficiente anche per mantenerci in salute: se confrontiamo il fattore di rischio per la salute in una dieta ricca di carne rossa, vediamo che è minimo se confrontato ad una dieta povera di cereali integrali, o povera di latte o povera di frutta e alcuni comportamenti creano molti più problemi, come l'abitudine al fumo, all'alcool e alla sedentarietà. La carne nella dieta è bene che ci sia, specialmente in alcune fasi della vita, in quantità moderata come consigliata in tutti i modelli dietetici di riferimento, in misura di due-tre porzioni a settimana, nella quantità di 100-150 grammi a porzione. E' quanto mai opportuno fare informazione su un corretto consumo di carne e questa campagna ha centrato in pieno l'obiettivo".



"Siamo molto orgogliosi di questa iniziativa, per due motivi, primo perché questa campagna permette un'informazione ai fini di un consumo consapevole di un alimento che è la carne, e secondo motivo è che per la prima volta in Italia avremo una campagna pubblicitaria che riguarderà non udenti e non vedenti", prosegue Fabrizio Ferragni, Direttore Relazioni Istituzionali Rai: "Questi sono motivi di orgoglio per noi e per i quali attribuiamo importanza a questa iniziativa. Spesso abbiamo fake news su questo alimento, che è centrale nella dieta mediterranea che fa essere la popolazione italiana più longeva al mondo insieme alla popolazione giapponese".

"Ci fa piacere che questa campagna abbia dei timbri autorevoli del Ministero e dello IAP in quanto essendo un argomento controverso questa pubblicità ha richiesto un timbro di qualità che testimonia che questa campagna è molto seria. Avrà grande visibilità e verrà spesa sui nostri 25 canali di TV e radio, sul sito web che catalizzano 42 milioni e mezzo di persone

che ogni giorno sono collegate su questi canali, per cui l'impatto sarà potente. Siamo i primi in Italia a fare questa campagna e questo ci inorgoglisce come servizio pubblico, la cui missione è rendere tutti membri della stessa comunità, anche chi per nascita ha delle disabilità che potrebbero non renderli allo stesso livello delle altre persone. L'80% dei nostri programmi è sottotitolato alla pagina 777 del televideo per consentire a queste persone di poter seguire questi canali. Non è semplice perché l'80% sono sottotitolati in diretta, ma la Rai ci crede e lo facciamo solo noi. Il 18 novembre si parte”.



“**La Stellina della Carne Bovina** è il titolo della campagna pubblicitaria per l'Informazione e la Promozione del consumo consapevole di carne bovina, perché ognuno di noi merita una stellina, e in un percorso di conoscenza in relazione al bando Mipaaf che ci è stato consegnato, vediamo qual è la stellina che merita la carne bovina”, spiega Emilia Grazia Costa, Responsabile Progetti Speciali e Nuove Tendenze Rai Pubblicità: “La campagna consta di vari soggetti, è una narrazione che si snoda in una lettura che va a leggere le proprietà della carne con contenuti descritti in dettaglio e ad alta definizione in racconti virtuali di 30 secondi pubblicitari nel format “Lezioni di etichetta”.



“E’ una comunicazione che ovviamente non può entrare così in maniera scientifica nella descrizione dettagliata, ma sicuramente cerca di proporre su basi scientifiche una divulgata di contenuti importanti. Questo formato fa parte di un progetto che si chiama “Be Transparent”, che ha un laboratorio dietro ed è una comunicazione credibile, scelta da Assocarni come comunicazione che poteva meglio veicolare questi contenuti”.

“Il progetto “Be Transparent” è il **progetto che noi abbiamo messo a servizio della trasparenza e delle persone**. Nasce da una laboratorio legato alle nuove tendenze socio culturali che già da 4 anni lavora **per individuare quali sono i bisogni delle persone e dei cittadini e i bisogni delle imprese e di fare un matching tra queste due cose** in coerenza con quella che è la mission di servizio pubblico che è il nostro editore, la video company di servizio pubblico Rai. **Il bisogno è quello della trasparenza, il poter avere informazioni di dettaglio per poter fare scelte consapevoli da parte del consumatore**. Da parte delle imprese invece è di poterle dare questa informazioni, perché tante volte le imprese, la buona industria fa tantissime iniziative che però diventa difficile veicolare perché non hanno a disposizione un veicolo e un vocabolario per poterlo fare”.

“Con molta umiltà abbiamo costruito questo progetto di “Lezioni di etichetta” per dare questa opportunità alle imprese. Per la carne abbiamo svolto l’etichetta virtuale, la campagna è certificata IAP, che dà parere favorevole ai claim e ai contenuti prima di poter essere mandati in onda e abbiamo capito da 5000 interviste che le campagne risultano particolarmente gradite, quasi al 90% dalle persone che le guardano, e questo dato viene fuori dall’Auditel della Rai sui programmi. **Questo format risulta particolarmente credibile dal 74% delle persone, con voti da 6 a 10, emersi dalle nostre ricerche e risulta un format eticamente responsabile**.



“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”.

“L’obiettivo del bando era rendere i consumatori consapevoli dell’importanza della carne bovina in una dieta equilibrata, che è la mediterranea, patrimonio dell’UNESCO, abbiamo sviluppato questo contenuto parlando delle diverse età della vita, rappresentando la piramide alimentare, come contrastare le fake news ed entrando nel dettaglio delle proteine, delle vitamine e spiegando cosa sono le proteine ad alto valore biologico e per chiudere con la parte dell’ambiente, **perché la filiera bovina è virtuosa**, perché entra in maniera circolare nella vita delle persone, in chi ci lavora, in chi consuma carne e che quindi ha un impatto positivo nell’ambiente. **Anche noi, realizzando questa pubblicità, abbiamo capito tanti contenuti che prima non conosceamo**”.

“Si tratta poi di una pubblicità particolare perché è unbranded, cioè non è su un marchio. L’audio per non vedenti è un’esperienza sensoriale oltre che un contributo non solo per persone cieche, ma utile per tutti, che andrà in onda su Radio Rai come long spot nella rubrica “Ad Alta Voce” e traduce il linguaggio visivo in audio: la lavagna è diventata un’audio lettura, un nuovo modo di comunicare, sviluppando i contenuti anche per le persone sorde. Lo scopo è dare informazioni complete di dettaglio trasparenti, includendo tutte le platee, tutte le persone: **siamo stati i primi in assoluto in Italia**”.

A presto dunque con la prima uscita dello spot, durante il programma di Fabio Fazio questa sera. Tutti sintonizzati per la prossima lezione di etichetta!

Carne rossa, spot sulla Rai dal 18 novembre “per scoprirne le virtù”

La nuova campagna informativa lanciata da Assocarni con il cofinanziamento Mipaaf per la prima volta è fruibile anche da sordi e ciechi

<https://www.informacibo.it/carne-rossa-spot-sulla-rai-dal-18-novembre-per-soprirne-le-virtu/>

di Redazione

17/11/2018

“Un passaggio di portata storica”.

Così **Assocarni** definisce la “Stellina della carne bovina”, nuova campagna di informazione sul consumo consapevole della carne bovina italiana cofinanziata dal Mipaaf che **partirà da domenica 18 novembre** sui vari canali **Rai** (radio, tv, cinema e web).

Per la prima volta in assoluto, infatti, gli spot di 30 secondi che illustrano sotto il nome di *“lezioni di etichetta”* i valori nutrizionali, sociali e ambientali della carne bovina italiana, sono stati pensati e realizzati da Rai Pubblicità per essere fruibili anche dalle persone sorde e cieche attraverso sottotitoli, Lingua italiana dei segni (Lis) e contributi audio dedicati.

La campagna, promossa da Assocarni per informare correttamente il consumatore a fronte di tanti attacchi ingiustificati che spesso piovono sulla carne rossa, è stata presentata a Roma con la partecipazione di **Pietro Gasparri**, dirigente Dipartimento politiche agricole e qualità agroalimentare del Mipaaf, **Francois Tomei**, direttore generale di Assocarni, **Fabrizio Ferragni**, direttore istituzionale Rai, **Emilia Grazia Costa**, responsabile progetti speciali e nuove tendenze Rai Pubblicità ed **Elisabetta Bernardi**, nutrizionista e divulgatrice scientifica docente all’Università di Bari.





Conferenza stampa Assocarni “Campagna per la promozione del consumo consapevole della carne bovina italiana” del 16 novembre 2018

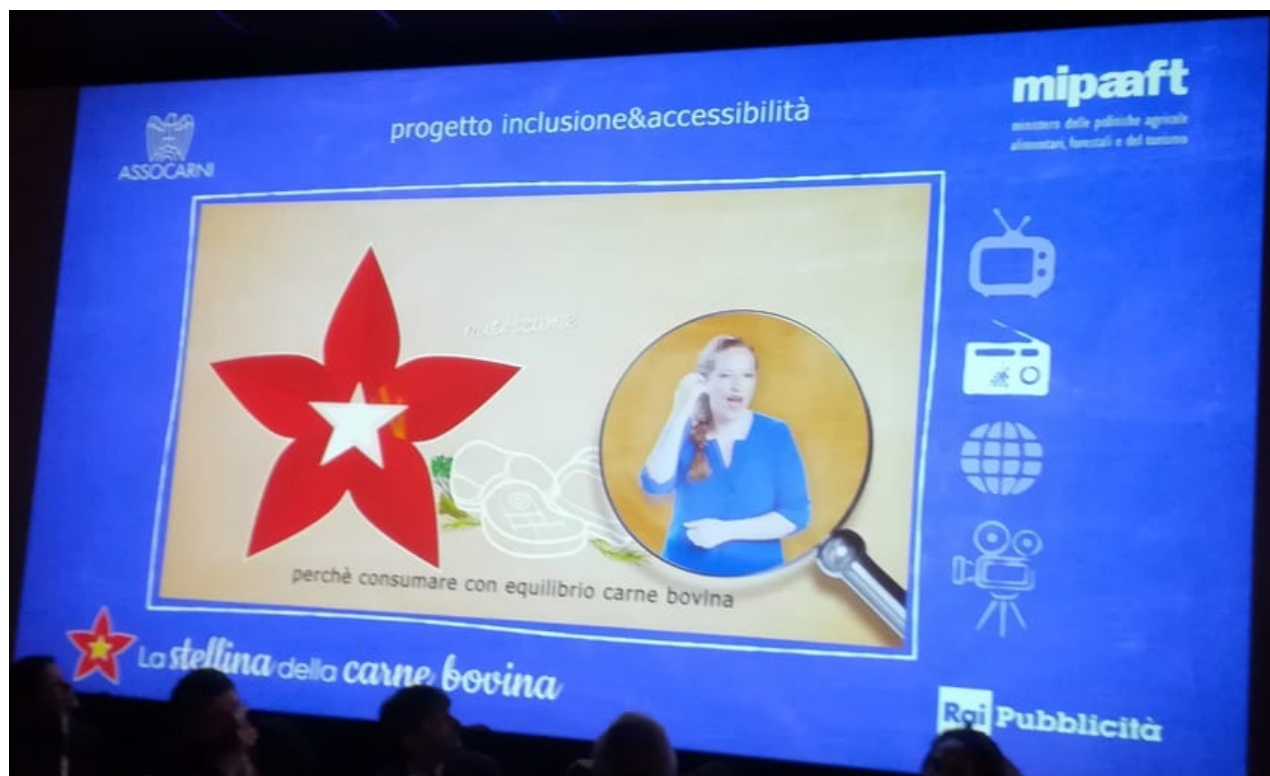
Francois Tomei, direttore generale di Assocarni

*“La carne bovina – ha spiegato **Francois 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”.* Tomei ha anche sottolineato che, per approfondire e interagire meglio con il consumatore sui temi illustrati dagli spot, è stata realizzata, all’interno del sito di Assocarni.it, la “landing page” lastellinadellacarnebovina.it.

*“Il ruolo della carne e delle proteine animali, all’interno di una dieta sana ed equilibrata, è essenziale in ogni fase della vita – ha osservato **Elisabetta Bernardi** -, 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 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”.*

Il libro *‘La sostenibilita’ delle carni e dei salumi in Italia’*

Da sottolineare che, nei giorni scorsi, a **Bologna** si è svolta la presentazione del libro *‘La sostenibilita’ delle carni e dei salumi in Italia’* e in quell’occasione **InformaCibo** aveva **intervistato la nutrizionista Elisabetta Bernardi**, che è anche membro dell’Efsa, l’Autorità sulla



sicurezza alimentare.

Fabrizio Ferragni, direttore istituzionale Rai: *“la prima sperimentazione di pubblicità accessibile e inclusiva dedicata alle persone con disabilità”*

“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”.

*“Crediamo sia importante comunicare la consumatore che il consumo equilibrato della carne bovina fa parte di una dieta equilibrata che contribuisce alla biodiversità” – ha commentato Il dirigente Mipaft **Pietro Gasparri**, sottolineando che “questa campagna non è né contro né comparativa con altri regimi o stili alimentari ma vuole solo offrire uno strumento di scelta consapevole al consumatore”.*

Il filo conduttore della campagna:

1) Nutrizione, 2) Sicurezza, 3) Ambiente, 4) No spreco, 5) Economia



Per il web è prevista la realizzazione di una “landing page” (www.lastellinadellacarnebovina.it) sul sito istituzionale www.assocarni.it i cui contenuti approfondiranno i temi dei messaggi video arricchiti dalle informazioni che non si possono veicolare con gli spot, in particolare i dati su Clessidra Ambientale, sugli impatti della CO2, sull'impronta idrica, sugli aspetti nutrizionali e sulla salute. Il tutto seguendo il filo conduttore dei “principali volti della sostenibilità della carne bovina italiana” che costituiscono **l'ossatura della campagna**: a) nutrizione, b) sicurezza, c) ambiente, d) no spreco, e) economia.