



**Coop: “Alleviamo la salute”, la campagna partita nel 2017 e volta a contrastare l’antibiotico resistenza negli allevamenti animali raggiunge un primo traguardo e festeggia a Lodi con le più importanti imprese del settore carni. 39 fornitori in rappresentanza di circa 1000 allevamenti capaci di generare un giro d’affari di circa 10 miliardi di euro. Gli stessi fornitori che hanno creduto nella campagna e sui quali Coop ha investito riconoscendo per i loro adeguamenti agli standard richiesti circa 20 milioni di euro. Obiettivo: il miglioramento del benessere animale, la conseguente riduzione fino all’azzeramento degli antibiotici con conseguente effetto sulla salute e il benessere dei cittadini consumatori.**

39 fornitori in rappresentanza di circa 1000 allevamenti capaci di generare un giro d’affari di circa 10 miliardi di euro. Sono i protagonisti della campagna “Alleviamo la salute” partita nel 2017 e volta a contrastare l’antibiotico resistenza negli allevamenti animali. I primi alleati di Coop che ha lanciato la campagna oramai più di un anno e mezzo fa funzionando da apripista su un tema che ha come obiettivo il miglioramento del benessere animale, la conseguente riduzione fino all’azzeramento degli antibiotici con conseguente effetto sulla salute e il benessere dei cittadini consumatori. A Lodi per un incontro che segna un primo traguardo raggiunto, mentre arrivano segnali più incoraggianti dal mercato della carne (i primi 8 mesi del 2018 registrano un +1,8% dopo anni di crisi). “Siamo convinti di aver intrapreso una campagna coerente con i nostri valori e apprezzata. I consumatori stanno sempre più chiedendo di essere rassicurati che gli animali siano allevati rispettando i requisiti di benessere animale –dichiara **Marco Pedroni**, Presidente Coop Italia- In generale a valore il trend della carne è migliorato sia nel mercato che in Coop. In particolare nei punti vendita dove il prodotto è stato “valorizzato”, il non uso di antibiotico, rispetto al mercato, cresce a valore di un punto in più, ma in generale la media è di quasi 0,5 punti percentuali”.

In effetti i valori di incidenza di questa campagna sulle vendite della carne in Coop sono alti; dal massimo raggiunto nella filiera del bovino adulto dove il 90% del venduto è allevato senza uso di antibiotici negli ultimi 4 mesi al 75% del pollo (senza uso di antibiotici), al 25% del suino (senza uso di antibiotici negli ultimi 4 mesi), la filiera più complessa e partita da pochi mesi. In totale coinvolgendo anche le uova si tratta a scaffale di oltre 1000 referenze (fra uova, carne a libero servizio e carne nei reparti, salumi...). Coinvolti in una vera e propria rivoluzione gestionale in totale oltre 1700 allevamenti italiani. Per riuscire a raggiungere gli standard richiesti da Coop gli allevatori devono intervenire con azioni strutturali, di gestione e di management, di maggiore igiene, e garantendo un miglioramento negli standard del benessere animale. Coop ha anche chiesto e ottenuto nel corso del 2017 di installare telecamere negli allevamenti e nei macelli, per essere certi che agli animali siano assicurate le migliori condizioni possibili. Seguendo in ciò una prassi che altrove come in Francia è assai comune. E proprio nella logica di una collaborazione continua e necessaria, consapevole che raggiungere gli standard richiesti implica investimenti e impegno Coop riconosce agli allevatori un premio per ogni singolo animale. L’investimento complessivo è pari a 20 milioni di euro.

Roma, 23 ottobre 2018

**Per informazioni:**

**Silvia Mastagni responsabile ufficio stampa Coop**

**Tel. 06441811 - 3357884168 -silvia.mastagni@ancc.coop.it**