

COMUNICATO STAMPA

Meat-sounding: Legge 172/2023 e sentenza della la Corte di Giustizia dell'Unione Europea

Commento Atlante a firma di Natasha Linhart, CEO di Atlante

Casalecchio Di Reno, 9 Ottobre 2023

L'ultimo ventennio ha visto un crescente numero di consumatori voltare le spalle all'alimentazione di origine animale per una molteplicità di motivi, tra i quali si annoverano le preoccupazioni ambientali e quelle per il benessere animale e per la salute. Queste tematiche sono un pilastro dell'approccio etico che noi di Atlante abbiamo sempre adottato nei confronti del commercio della carne. E' in virtù di questo che Atlante ha promosso enfaticamente la commercializzazione di prodotti cosiddetti 'plant-based'

Già da qualche anno circolavano voci sull'intento delle istituzioni di vietare l'uso di parole tipicamente usate per descrivere tagli di carne, come 'burger', 'spezzatino', 'polpette'. La cosa ci allarmò molto perché avremmo dovuto pensare a descrizioni come 'dischi vegetali' invece di 'burger vegetali' o 'cilindri vegetali' al posto di 'salicce vegetali'. Insomma, diventava difficile dialogare con i consumatori o meglio fruitori di questi prodotti. Iniziammo a seguire la vicenda già alla presentazione della proposta di legge nell'estate del 2023, preoccupati per l'impatto che la stessa avrebbe avuto su tutto il mondo del plant-based.

In seguito all'Approvazione definitiva della Legge 172/2023 alla Camera dei deputati 1 dic. 2023 ed all'approvazione da parte del Presidente Mattarella, abbiamo costituito una Task Force e subito contattato altre imprese operanti nel nostro settore, creato un tavolo di discussione, abbiamo organizzato incontri ai quali ha partecipato un nutrito gruppo di imprenditori e professionisti ed insieme abbiamo discusso e concordato sulle azioni da intraprendere:

Abbiamo dapprima fatto pubblicare un Comunicato stampa a cui sono seguite delle missive con le firme congiunte di questa nostra "Task Force" all'Ufficio di Gabinetto – MASAF ed al Dipartimento della politica agricola comune e dello sviluppo rurale.

In particolare con le nostre missive veniva richiesta la possibilità di instaurare un proficuo contraddittorio con il governo ed ottenere un'interlocuzione con gli organi pertinenti per argomentare su aspetti per noi fondamentali, quali il grado di attenzione e consapevolezza del consumatore italiano, l'impatto che la legge avrebbe avuto sulle imprese del settore e il più ampio tema della sostenibilità, centrale nel panorama legislativo e politico anche del nostro Paese (in particolare alla luce del recente incontro Cop28), ed oltre a questo, porre luce sull'aspetto pratico ed organizzativo che appunto l'art.3 della Legge 172/2023 avrebbe condizionato le campagne di marketing, le stampe del packaging ecc.

Rispetto a questo tema, alcuni Parlamentari hanno presentato delle interrogazioni che segnalavano le nostre stesse preoccupazioni.

La fatidica Black List non è mai di fatto uscita, e non siamo sorpresi che nella causa C-438/23 | Protéines France e altri, la Corte di Giustizia dell'Unione Europea abbia sentenziato che in assenza di denominazione legale, uno Stato membro non può vietare l'uso di termini tradizionalmente associati a prodotti di origine animale per designare un prodotto contenente proteine vegetali.

Personalmente ritengo che la legge sul meat-sounding

, sia inappropriata, ed è un peccato vedere che gli interessi di una categoria, vadano oltre il rispetto dei cittadini, tacciati come consumatori incapaci di riconoscere dei prodotti che consumano da anni.

E' vero che le persone sono libere di consumare carne animale, ma è evidente, e a mio parere doveroso un cambio di direzione. Gli allevamenti di bovini nel mondo contribuiscono a circa un terzo delle emissioni di anidride carbonica e questo è un dato che deve assolutamente essere invertito. Se vediamo che il consumo di carne negli USA è di 124kg pro capite e quello in Italia è di 90kg e addirittura in India di 4kg in India è evidente che lo squilibrio è enorme. Infine, la crescita demografica mondiale stimata a raggiungere i 9,7 miliardi nei prossimi 20 anni ci pone la responsabilità di pensare a soluzioni alternative alla carne per garantire ai nostri figli e nipoti sufficienti risorse alimentari.

L'accoglimento della nostra opposizione al divieto sul meat-sounding sarà per noi una vittoria da celebrare.

Informazioni su Atlante

Atlante è un'azienda italiana che opera nel settore della grande distribuzione alimentare come partner strategico a cui si affidano le principali catene italiane per la selezione, importazione e distribuzione di prodotti alimentari da tutto il mondo, attiva anche nell'export delle migliori specialità del made in Italy all'estero. Guidata dalla CEO Natasha Linhart e con sede Casalecchio di Reno (Bologna), Atlante conta più di 100 dipendenti e nel 2023 ha realizzato un fatturato pari a 252 milioni di euro.

<https://www.atlantesrl.it/>

MEDIA RELATIONS

True Relazioni Pubbliche Srl

Carlo Prato

Mobile: +39 335 6506483

Email: c.prato@true-rp.it

CMO – CHIEF MARKETING OFFICE

Elisa Tura

Email tura@atlantesrl.it