

Chi siamo?

Compassion in World Farming è riconosciuta come la principale organizzazione internazionale per il benessere degli animali d'allevamento.

È stata fondata nel 1967 da Peter Roberts, allevatore inglese di vacche da latte preoccupato dalle prospettive future dell'allevamento intensivo.

Compassion conduce campagne pacifiche perché i decisori politici realizzino una legislazione adeguata alla tutela del benessere animale e i consumatori siano informati sull'importanza di questo tema.

Il nostro **Settore Alimentare** è la chiave di volta perché si realizzi un cambiamento globale, promuovendo nell'industria sistemi di allevamento più rispettosi. 6699

La Missione di Barilla è essere l'azienda preferita dalle persone promuovendo un'alimentazione ispirata allo stile di vita Mediterraneo. Per farlo, c'è un solo modo di fare impresa che in Barilla chiamiamo: Buono per Te, Buono per il Pianeta, Buono per le Comunità. Nell'ambito del benessere animale abbiamo trovato in Compassion il giusto compagno di viaggio che ci ha aiutato a definire gli obiettivi e a realizzarli.

Leonardo Mirone Direttore Acquisti Materie Prime Barilla G&R F.lli





Il lavoro del Settore Alimentare

Il nostro team che lavora con le aziende ha costruito un metodo unico per collaborare con l'industria alimentare, raggiungendo ottimi risultati in termini sia di business sia di benessere degli animali.

L'obiettivo del Settore Alimentare è il miglioramento, a livello globale, degli standard di benessere minimi per gli animali d'allevamento. Collaboriamo con le aziende più grandi della produzione, della ristorazione e della grande distribuzione, che sono in grado di cambiare in positivo la vita di un gran numero di animali.

Disponiamo di una conoscenza approfondita del benessere animale e di uno staff proveniente dal mondo della ricerca, della medicina veterinaria, della gestione della filiera, del marketing e della comunicazione.

Ogni anno miglioriamo la vita di milioni di animali d'allevamento e rappresentiamo una comunità all'avanguardia per la promozione di una filiera alimentare più etica e sostenibile.

Il nostro metodo

Crediamo nella
collaborazione e in un
metodo che punti alla
soluzione dei problemi;
creiamo rapporti
basati sulla fiducia, sul
beneficio reciproco e sul
riconoscimento dei successi.

La nostra consulenza è gratuita e non costituisce un sistema di certificazione. Date le nostre competenze, forniamo consigli imparziali sul benessere degli animali d'allevamento e aiutiamo a stabilire obiettivi in sintonia con il business e con i valori aziendali.

6699

Collaboro con Compassion in World Farming già da qualche anno e credo che il nostro rapporto sia stato veramente proficuo. Offrono competenza e un grande intuito. Sono esigenti, ma premiano pubblicamente le aziende come la nostra quando pensano che il lavoro fatto sia buono.

Keith Kenny
Vicepresidente Corporate
– Sustainability
McDonald's

Tutto quello che serve alla tua azienda

Lavoriamo con le aziende su tutte le tappe del percorso legato al benessere animale, grazie a una serie di strumenti e di servizi che garantiscono l'aiuto adatto nel momento più opportuno.

Strategia per il benessere e Sviluppo di policy

> Consulenza tecnica, risorse e formazione

Premi Benessere Animale



Consulenza per marketing e comunicazione

> Questionario Supermercati

Analisi di benchmark sugli standard di benessere animale (BBFAW) Progetti di collaborazione ed eventi

Aiutiamo le aziende a individuare i problemi principali lungo la filiera, definiamo linee guida per un miglioramento continuo e premiamo gli obiettivi raggiunti.

Quindi, se avete intenzione di redigere una policy sul benessere animale o state per lanciare sul mercato prodotti più rispettosi del benessere, ecco alcuni esempi di come potremmo collaborare.

6699

Fumagalli ha sempre creduto fortemente nel controllo completo della filiera, perché la nostra materia prima è il valore aggiunto dei nostri prodotti. La collaborazione con CIWF ci ha permesso di alzare ulteriormente il livello di benessere animale nei nostri allevamenti creando un importante valore aggiunto a un percorso su cui puntiamo da sempre.

Pietro Pizzagalli Responsabile della filiera Fumagalli Industria Alimentari



Una strategia per il benessere animale

Seguiamo fin dai primi passi molte aziende che desiderano migliorare il benessere degli animali. Se state cercando di sviluppare o rafforzare le policy aziendali, chiedete consiglio al nostro Settore Alimentare.

GREGGS

In un breve lasso di tempo, insieme al Settore Alimentare e avvalendosi dell'analisi di benchmark sul benessere animale BBFAW, l'azienda leader della ristorazione Greggs è diventata un modello di buone pratiche e ha sviluppato una strategia completa e trasparente per il benessere animale.



BBFAW Il Benchmark sul Benessere degli Animali d'Allevamento



Il Benchmark sul Benessere degli Animali d'Allevamento

L'analisi di benchmark sugli standard di benessere animale (BBFAW) valuta le aziende leader del settore alimentare in base alle policy, alle pratiche e ai risultati raggiunti in termini di benessere animale, basandosi sulle informazioni reperibili pubblicamente.

BBFAW fornisce ogni anno un'analisi di come le aziende leader gestiscono e documentano la loro strategia in tema di benessere animale.

BBFAW offre una valutazione trasparente e comoda per affrontare i problemi che un'azienda incontra in termini di policy, gestione e amministrazione quando vuole migliorare le prestazioni in tema di benessere animale. Premia l'impegno delle aziende che fanno del benessere un obiettivo strategico e documentano i progressivi miglioramenti.

BBFAW è condotto da un secretariato indipendente finanziato da Compassion in World Farming, World Animal Protection e la società d'investimento Coller Capital.



Questionario e Premi Supermercati

Il Questionario Supermercati, condotto ogni due anni, dà una valutazione delle aziende della grande distribuzione in base alle policy, alle pratiche e all'approccio generale in tema di benessere animale. È uno strumento gratuito. che fornisce un report di sintesi utile ad affrontare più efficacemente questo tema.

I risultati del Ouestionario ci aiutano a riconoscere le aziende più innovative, che ricevono i Premi Supermercati.

Nelle edizioni passate, si sono aggiudicate il premio per aver raggiunto prestazioni ottime in termini di pratiche. innovazione e comunicazione:

A ogni risultato il suo Premio

Aiutiamo le aziende a realizzare gli obiettivi in tema di benessere animale e – grazie ai **Premi Benessere Animale** - riconosciamo il loro impegno. I premi sono conferiti alle aziende leader di settore che si sono impegnate (o hanno sottoscritto impegni per i successivi cinque anni) ad adottare sistemi più rispettosi del benessere animale, soddisfacendo determinati requisiti:



Premio Good Egg – uova non da sistemi in gabbia, ma a terra, all'aperto o biologici.



Premio Good Chicken – densità di allevamento e velocità di crescita ridotte: arricchimenti ambientali.



Premio Good Milk – vacche da latte con accesso al pascolo e monitoraggio di indicatori di benessere, come zoppie e mastiti; vitelli nati da vacche da latte allevati in sistemi più rispettosi del loro benessere.



Premio Good Pig – scrofe non in gabbia e con arricchimento ambientale; suini senza mutilazioni e con arricchimento ambientale.



Premio Good Rabbit – fattrici e conigli da carne non in sistemi in gabbia, ma in ambienti arricchiti, senza uso routinario di antibiotici.

Tutti gli anni, i vincitori dei Premi Benessere Animale, grazie alle loro pratiche più rispettose del benessere animale, migliorano la vita di milioni di animali.

Waitrose









Unilover

Unilever è stata fra le prime aziende al mondo a lavorare con noi sulle uova da galline non allevate in gabbia, e per questo motivo ha ricevuto il Premio Good Egg su alcuni dei suoi marchi, Per l'Europa occidentale, i marchi Hellmann's, Amora e Calvé usano dal 2009 solo uova cage-free e negli Stati Uniti stanno facendo passi in avanti perché il 100% delle uova utilizzate non provenga da galline in gabbia.

Progettiamo insieme il benessere animale

A chi ha in mente un'iniziativa specifica per il benessere animale, offriamo consulenza e competenze per raggiungere i propri obiettivi. Abbiamo già collaborato a diversi progetti che possono cambiare la vita di milioni di animali d'allevamento.



Insieme a Danone abbiamo stilato una guida pratica per la misurazione di indicatori di benessere nelle vacche da latte. Abbiamo concepito questa brochure esaustiva per aumentare la consapevolezza degli allevatori sul benessere delle vacche e fornire loro delle linee guida di buone pratiche. L'ha ricevuta una percentuale alta dei 4500 allevatori europei che lavorano per Danone e allevano in totale 250.000 vacche.

Costruiamo competenze

Il Settore Alimentare offre formazione specifica sul benessere animale, con corsi personalizzati in base alle esigenze dell'azienda e materiali tecnici di supporto.

Affianchiamo chi lavora nei settori acquisti, sostenibilità e strategia aziendale perché comprendano e affrontino i temi legati al benessere.



Woolworths, leader della GDO in Sudafrica, ha sviluppato ottime competenze su questi temi grazie a un seminario interattivo con Compassion.

"Avete offerto competenze enormi a chi, nella nostra azienda, si occupa di benessere animale. Molti schemi mentali sono cambiati e sono certo che sia un'ottima base per migliorare la situazione. Ammiriamo il vostro approccio pragmatico. È un'ottima iniziativa."

Tom McLaughlin Responsible Sourcing Woolworths (Pty) Ltd.



Creiamo consumatori più consapevoli

Aziende leader del settore alimentare traggono vantaggi dall'interesse crescente per il benessere animale coinvolgendo anche i consumatori nel loro impegno per un cibo più giusto e sostenibile.

La campagna di marketing di Philadelphia ha promosso la Menzione d'Onore Good Milk raggiungendo un pubblico di 14 milioni di consumatori nel Regno Unito e nel Benelux.

