



## LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE DELLA CARNE BOVINA FRANCESE SI VESTE DI NUOVO: ON LINE IL NUOVO SITO WEB DEDICATO ALL'ECCELLENZA DELLA CARNE BOVINA D'OLTRALPE

Un sito moderno e intuitivo, una vetrina online capace di accompagnare i visitatori alla scoperta delle principali caratteristiche della filiera francese, contenuti che divulgano gli elementi chiave della campagna: allevamenti responsabili; massima attenzione e cura alla trasformazione del prodotto; proposta di una carne tenera e gustosa. Questi gli elementi caratterizzanti il nuovo sito web ufficialmente on line da giugno dedicato alla filiera della carne bovina francese: [www.carnebovinafrancese.it](http://www.carnebovinafrancese.it)

Pensato per dialogare principalmente con un target B2B, il sito rispecchia i valori comuni a tutta la filiera: la passione e l'impegno che ogni attore mette tutti i giorni nel proprio lavoro, dai quali ne deriva lo slogan stesso della campagna *"La nostra passione, il nostro impegno"*.

Nata su iniziativa di **Interbev** - *Associazione interprofessionale francese del bestiame e delle carni* - la campagna ha l'obiettivo di valorizzare in Italia l'immagine dell'intera filiera bovina francese, dando voce a tutti gli operatori che ne fanno parte.

Se la Francia vanta circa 22 razze bovine, di cui 10 razze da carne, lo deve in parte all'incredibile diversità dei suoi territori. I verdi prati della Normandia o gli altipiani ventosi dell'Aubrac, i pascoli dei Pirenei o il "bocage" del Limosino, tutti si distinguono per avere un sottosuolo, un rilievo, un clima, o un ambiente particolare. Ma oltre ai vantaggi della natura che rende la Francia il primo allevamento di razze nutrici in Europa, è anche e soprattutto l'impegno di tutta la filiera che contribuisce attivamente alla reputazione della produzione bovina francese. Uomini e donne appassionati che, ogni giorno, lavorano con orgoglio per l'eccellenza del gusto. Una qualità che nasce dall'allevamento, dove il rispetto dell'animale e un'alimentazione naturale sono centrali, fino al processo di trasformazione, caratterizzato da una sicurezza irreprensibile e un know how unico.

Il nuovo progetto web riflette nella sua struttura i temi centrali su cui si articola la campagna stessa proponendo agli utenti tre aree tematiche principali: **allevamento, trasformazione e prodotto**.

**Allevamento.** Con un patrimonio bovino di 18,9 milioni di capi, la Francia è il primo produttore di carne bovina in Europa. Ma la particolarità consiste nelle dimensioni ridotte delle aziende: 60 vacche in media. Allevamenti a misura d'uomo, spesso familiari, storicamente diffusi in tutto il territorio in aree in cui la crescita dell'erba e del foraggio beneficia di piogge regolari.

Dal 1990 ormoni e farine animali sono stati banditi e l'alimentazione dei bovini è composta esclusivamente da vegetali e integratori minerali. Inoltre, l'alimentazione del bestiame è autonoma, dato che al 90% viene prodotta in fattoria.

**Trasformazione.** Se c'è una fase poi in cui il rigore professionale assume tutto il suo significato, è quella della trasformazione. Un processo incentrato sul benessere animale e sulle buone pratiche, garanzie di qualità per i consumatori. Come richiesto dalla normativa europea, ogni fase del processo è



monitorata dai servizi veterinari e vengono realizzate guide di buone pratiche in collaborazione con lo Stato e le associazioni di protezione animale. Inoltre, vengono nominati dei Responsabili della Protezione Animale (RPA) presso il macello. Ed è proprio grazie al lavoro accurato che contraddistingue queste fasi che è possibile portare in tavola un prodotto di qualità.

**Prodotto.** Ciò che rende saporito ogni pezzo di carne bovina francese è in parte la cottura e la preparazione ma molto lo si deve al suo taglio così particolare capace di esaltare pienamente il carattere unico di ogni muscolo, per rendere appieno il suo potenziale e ottenere un risultato ineguagliabile in termini di sapore e tenerezza della carne. Non a caso il know-how francese in materia di taglio è riconosciuto in tutto il mondo!

Per andare più lontano e rispondere al meglio alle aspettative dei consumatori, INTERBEV si è impegnata in un'iniziativa collettiva di responsabilità sociale a lungo termine. Il PATTO per un impegno sociale è quindi nato, regolato dalla norma internazionale ISO 26 000.

La vocazione del PATTO? Strutturare i diversi avanzamenti della filiera e fornire delle garanzie sull'evoluzione delle pratiche in materia di:

- Tutela dell'ambiente e dei territori
- Benessere, protezione e salute degli animali
- Qualità dell'alimentazione, nutrizione
- Rispetto dei dipendenti, miglioramento della qualità di vita lavorativa e prevenzione dei rischi

È questo l'esito di una catena di eccellenza che la nuova campagna di comunicazione, anche grazie al nuovo sito web dedicato, si prefigge di raccontare e divulgare in Italia così da offrire ad ogni professionista italiano una visione completa e precisa della produzione francese della carne di qualità.

Per maggiori informazioni: Ufficio stampa c/o Sopexa Italia: [ufficiostampa@sopexa.com](mailto:ufficiostampa@sopexa.com)