

ENPA e Disugual brindano insieme al Manifesto Etico per il Pet Food

Data: Invalid Date | Autore: Elisa Signoretti



MILANO, 16 APRILE 2013- Nutrire un animale domestico è un vero e proprio atto d'amore: solo grazie alla nostra cura e alla nostra attenzione infatti i nostri amici a quattro zampe possono crescere sani e forti. Spesso però con questo semplice gesto quotidiano ci rendiamo inconsapevolmente complici di un'industria senza scrupoli, che non risparmia inutili crudeltà nei confronti di altri esseri viventi.

Per questo è stato creato il manifesto etico ENPA per il Pet Food: dodici punti fondamentali che identificano l'approccio etico nella produzione del cibo per animali e hanno l'obiettivo di delineare un percorso di adeguamento alle sensibilità di chi rappresenta un settore significativo nel consumo del pet food.

La prima azienda a sottoscrivere il Manifesto per il pet food è stata Disugual nel corso del Primo Aperitivo Etico per Cani svoltosi a Milano lo scorso 13 aprile, cui sono intervenuti fra gli altri Carla Rocchi e Marco Bravi, rispettivamente presidente e responsabile comunicazione di Enpa, e Piergiulio Bassi, ideatore e amministratore di Disugual.

“Sono da sempre un animalista convinto – ha sottolineato Piergiulio Bassi – e ho deciso di impegnarmi in prima persona per proporre prodotti etici e trasparenti in un mercato, quello del pet food, nel quale etica e umanità sono parole spesso sconosciute. Disugual è, prima ancora che un nuovo marchio, una vera e propria filosofia condivisa da persone che hanno voglia di fare e di impegnarsi per garantire esclusivamente la salute e il benessere degli animali.”

Disugual è infatti una linea di alimenti per cani etica e cruelty free di altissima qualità, che pone la

chiarezza e la trasparenza fra i principi basilari del proprio operato. I prodotti Disugual sono realizzati senza ricorrere a specifiche filiere di allevamento dedicate al pet food esaltando con ingredienti di qualità, per garantire agli animali domestici un'alimentazione sempre sana ed equilibrata, indipendentemente dalla razza e dalla stazza.

ENPA, tramite il responsabile della comunicazione Marco Bravi ha così commentato l'iniziativa: "Si è trattato di un evento a suo modo epocale, perché ha posto la base per un dialogo fra due mondi, le case produttrici di pet food ed il mondo della tutela animali. Quest'ultimo, oltre a rappresentare una fetta significativa di consumatori, deve propositivamente andare oltre a pregiudiziali e contraddittorie visioni, chiedendo un adeguamento a sensibilità crescenti."

Questi sinteticamente i 12 punti del Manifesto Etico ENPA per l'alimentazione dell'animale domestico presentato all'appuntamento milanese:

1) Garantisce qualità degli ingredienti

E' un cibo a tutti gli effetti, che si differenzia solo per appetibilità e formulazione dall'alimentazione umana, ma che garantisce analoghi elevati standard qualitativi, tramite l'utilizzo di ingredienti controllati in tutta la loro filiera, senza OGM e alterazioni artificiali, privi di controindicazioni (anche solo sospette) per la salute.

2) Solo nutrizione

Esclude componenti chimici finalizzati alla sola appetibilità o assuefazione e che non abbiano definite finalità curative.

3) Non uccide animali per cibarne altri

Esclude filiere di allevamento e macellazione specifica per la sua produzione.

4) Non ha componenti che nuocciono ad altri animali

Esclude l'utilizzo di componenti che vengano sperimentati su animali.

5) Non privilegia le razze

Prevede prodotti ad uso universale e/o orientati ai meticci, garantisce pari qualità nelle varie diverse produzioni, nella propria comunicazione esclude la promozione dell'acquisto degli animali e delle selezioni di razza operando invece a favore dell'adozione.

6) Nasce da una cultura ed esperienza di amore per gli animali

Include il benessere degli animali fra i fini costitutivi e perseguiti dal produttore, garantendo istituzionalmente l'esclusione della promozione/sostegno di ogni pratica ad essi lesiva (caccia, allevamento intensivo, sperimentazione, ecc.)

7) Ha un profilo solidale

Dimostra attenzione al volontariato qualificato (es. devolvendo parte degli utili in prodotti per i rifugi, promuovendo iniziative "charity", emettendo listini agevolati per le ONLUS qualificate)

8) Sviluppo

Promuove studi di formulazioni adatte agli animali ospitati nei rifugi canili e per lo sviluppo di prodotti per la riduzione/sostituzione delle proteine di origine animale.

9) Limita i costi

Ha un prezzo competitivo e non elevato, finalizzato per essere accessibile a tutte le tasche e

conseguentemente non veicolare il messaggio dell'animale come genere di lusso/superfluo.

10) Ha funzione etica/sociale di limitazione dello spreco alimentare

E' prodotto nel rispetto delle emergenze alimentari umane nel mondo, privilegiando il recupero del surplus macellazione e l'invenduto proveniente dalla G.D.O.

11) E' trasparente

Per ogni produzione il produttore offre, sulla confezione e sui siti internet di approfondimento, una visione chiara, leggibile e comprensibile degli ingredienti e dei valori nutrizionali degli alimenti, senza omissioni e/o camuffamenti.

12) Verifica naturalmente la sua appetibilità

La sua appetibilità viene verificata in maniera non forzata e in ambienti liberi, su animali comunque destinati ad un'adozione consapevole che non può essere bloccata o limitata dall'attività di verifica. Il costante controllo veterinario e l'assoluta atossicità preventivamente verificata costituiscono elementi indispensabili. E' categoricamente esclusa ogni selezione o trattamento che comporti alterazioni dello stato di salute a fini di verifica dei benefici del prodotto. [MORE]

Articolo scaricato da www.infooggi.it

<https://www.infooggi.it/articolo/enpa-e-disugual-brindano-insieme-al-manifesto-etico-per-il-pet-food/40687>