



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 28.10.2009
COM(2009)584 definitivo

**RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO, AL PARLAMENTO
EUROPEO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL
COMITATO DELLE REGIONI**

**concernente le opzioni di etichettatura relativa al benessere animale e l'istituzione di una
rete europea di centri di riferimento per la protezione e il benessere degli animali**

{SEC(2009)1433}

{SEC(2009)1432}

INDICE

1.	Contesto e obiettivi generali.....	4
2.	Sensibilizzazione e trasparenza a favore del benessere animale.....	4
3.	Il benessere animale e le caratteristiche di qualità.....	5
4.	Sensibilizzazione del consumatore e strategie di commercializzazione	6
5.	campagne di informazione e sensibilizzazione	7
6.	Dimensione internazionale.....	8
7.	Il confronto tra standard diversi	9
8.	Trasparenza e ricerca scientifica sul benessere animale	9
9.	Conclusione.....	10

INTRODUZIONE

Nell'Unione europea, dall'adozione nel 2002 della relazione comunitaria *Legislazione in materia di benessere degli animali d'allevamento nei paesi terzi e le implicazioni per l'UE*, è in corso un dibattito su come migliorare la comunicazione ai consumatori in materia di benessere degli animali d'allevamento.

La conferenza organizzata dal Comitato economico e sociale europeo, dalla Commissione europea e dalla presidenza della Germania del Consiglio, intitolata *Benessere degli animali - Etichettare per migliorare?* (Bruxelles, 28/3/2007), ha consentito una prima ampia discussione con tutti gli interessati. In seguito alla conferenza nel maggio 2007 il Consiglio dei Ministri ha adottato conclusioni sull'etichettatura relativa al benessere animale e ha invitato la Commissione a presentare una relazione per consentire un dibattito approfondito in materia.

Quindi la Commissione ha incaricato un contraente esterno ad eseguire uno **studio di fattibilità**¹ insieme a un'ampia consultazione delle parti interessate in modo da valutare ulteriormente la questione e raccogliere il maggior numero possibile di contributi dagli interessati all'interno e all'esterno dell'UE. Lo studio si è concluso nel gennaio 2009.

Il primo programma d'azione comunitario per la protezione ed il benessere degli animali 2006-2010² definisce l'orientamento delle politiche comunitarie e le relative attività per gli anni a venire in modo da continuare a promuovere elevati standard di benessere animale nell'UE e nel mondo, tenendo conto delle opportunità economiche che il benessere animale offre ai produttori e contemporaneamente della dimensione etica e culturale. L'agricoltura biologica e i sistemi di etichettatura volontari come "Label Rouge" o "Freedom Food" sono chiari esempi di queste opportunità commerciali.

Una specifica piattaforma di informazione sul benessere animale è stata istituita nell'ambito del settimo programma quadro UE; essa mira a facilitare il dialogo e lo scambio di esperienze tra gli interessati e costituisce un elemento chiave dell'attuazione del programma d'azione³. Una migliore informazione dei consumatori può generare un circolo virtuoso in cui i consumatori chiedono generi alimentari prodotti con metodi più rispettosi del benessere degli animali; di conseguenza tale domanda si ripercuoterà sull'insieme della catena d'approvvigionamento fino al produttore primario, che potrà ottenere un supplemento di prezzo per i suoi prodotti e recuperare in tal modo una parte di eventuali costi di produzione maggiorati. Poiché un migliore benessere degli animali può comportare una maggiore produzione, è probabile che i produttori ne traggano solo vantaggi. In effetti, il dialogo tra le organizzazioni del benessere animale, le autorità governative, i politici, i produttori, i dettaglianti e i consumatori può contribuire alla sensibilizzazione e quindi migliorare le prassi agricole, le scelte del consumatore e la legislazione.

Sia lo studio di fattibilità che le opinioni espresse dagli interessati sostengono la necessità di integrare le diverse politiche relative alla protezione degli animali. Il coordinamento a livello europeo è considerato opportuno in varie aree di lavoro, come l'istituzione di strategie di

¹ Lo studio completo, incluse le conclusioni, è disponibile al seguente indirizzo:

http://ec.europa.eu/food/animal/welfare/farm/labelling_en.htm

² http://ec.europa.eu/food/animal/welfare/actionplan/actionplan_de.htm

³ <http://www.animalwelfareplatform.eu>

comunicazione ai cittadini del valore degli alimenti prodotti con migliori standard di benessere animale o lo sviluppo di investimenti europei strategici per la ricerca.

L'obiettivo globale della politica in questo settore è quello di rendere più facile ai consumatori identificare e scegliere prodotti con elevati standard di protezione animale e quindi fornire un incentivo economico ai produttori per migliorare il benessere animale.

1. CONTESTO E OBIETTIVI GENERALI

I risultati dello studio di fattibilità indicano la necessità di approfondire la discussione su come migliorare le informazioni sul benessere animale e utilizzare al meglio gli strumenti appropriati. Con la presente relazione la Commissione intende promuovere un dibattito politico alla luce dello studio di fattibilità, in particolare con il Parlamento europeo, il Consiglio, il Comitato economico e sociale europeo e il Comitato delle regioni. La metodologia seguita per la preparazione della presente relazione è in linea con l'approccio della Commissione nella sua politica generale di qualità nell'agricoltura.

La presente relazione sottolinea che in futuro la politica dell'UE sull'informazione riguardante il benessere animale negli allevamenti dovrebbe offrire agli agricoltori UE il sostegno necessario per vincere la battaglia della qualità: vale a dire fornire la qualità richiesta e far conoscere ai consumatori il livello di qualità dei prodotti, ricevendo in cambio un'adeguata ricompensa economica.

Le questioni ivi esaminate sono:

- in quale misura gli strumenti attuali, il contesto giuridico e le misure che riguardano le informazioni sulla qualità del benessere animale dei prodotti di allevamento stanno raggiungendo questo obiettivo;
- se e come possono essere migliorati questi elementi per realizzare l'obiettivo; e
- quali nuovi meccanismi sono necessari per contribuire a raggiungere l'obiettivo.

Nel corso dell'attuale valutazione della politica comunitaria per il benessere animale della Commissione, che continuerà nel 2010, sarà preso in considerazione anche il risultato del dibattito politico sulla presente relazione.

2. SENSIBILIZZAZIONE E TRASPARENZA A FAVORE DEL BENESSERE ANIMALE

L'allevamento nell'UE è noto per i suoi elevati standard di benessere animale. La legislazione UE sul benessere animale ha una lunga tradizione; la prima normativa comunitaria è stata adottata nel 1974. L'attuale legislazione comunitaria sul benessere animale prescrive standard minimi obbligatori per tutti i produttori. Se applicano standard più elevati, i produttori devono trovare il modo per ottenere un prezzo che rifletta il maggiore valore aggiunto e gli investimenti fatti. Un'opzione consisterebbe nel seguire l'approccio della produzione biologica che ha evidenziato l'importanza di

politiche stimulate dal mercato in base ad uno specifico programma d'azione europeo⁴. La comunicazione volontaria riguardante le caratteristiche di benessere animale del prodotto (ad es. Freedom Food) rappresenta un altro modo per promuovere l'interesse del consumatore.

Sia l'analisi dei risultati di due indagini Eurobarometro⁵, sia lo studio di fattibilità⁶ sull'etichettatura relativa al benessere animale suggeriscono che tale etichettatura, se basata su dati scientifici certi e una valutazione di requisiti armonizzati, potrebbe consentire ai consumatori di prendere decisioni d'acquisto informate e ai produttori di approfittare delle opportunità di mercato.

È importante riflettere su come far conoscere meglio nell'UE e altrove le prescrizioni e gli standard rispettati dagli agricoltori, che oggi vanno oltre le norme minime di benessere animale previste dalla legislazione europea. Un altro punto di discussione è come raggiungere quest'obiettivo: mediante l'etichettatura (basata su standard pubblici o privati), campagne d'informazione pubbliche o un insieme di diversi strumenti.

3. IL BENESSERE ANIMALE E LE CARATTERISTICHE DI QUALITÀ

Lo studio di fattibilità ha esaminato diverse etichette di qualità come Label Rouge, Freedom Food e Neuland. Anche altri studi europei indipendenti vengono effettuati in questo settore (Welfare Quality⁷; EconWelfare⁸; Q-PorkChains⁹; EAWP¹⁰). In tutta l'UE e anche altrove, i consumatori già associano l'agricoltura biologica con migliori standard di benessere animale. Inoltre la produzione biologica è facilmente identificata dai consumatori grazie al logo UE che sarà rinnovato e diventerà obbligatorio entro il 1° luglio 2010.

Sia le strategie di commercializzazione per le etichette, sia gli studi sottolineano che una percentuale significativa dei cittadini desidera essere informata non solo sulle qualità fisiche, quali i contenuti di ingredienti desiderati e non, ma anche sulle altre

⁴ Programma d'azione europeo per l'agricoltura biologica e gli alimenti biologici COM(2004)415 def.

⁵ Indagini Eurobarometro 2005 e 2006: http://ec.europa.eu/food/animal/welfare/survey/index_en.htm

⁶ Conclusione principale dello studio di fattibilità relativo all'etichettatura sul benessere animale e all'istituzione di un centro di riferimento comunitario per la protezione e il benessere degli animali, presentato da *Food Chain Evaluation Consortium*, e pubblicato insieme alla presente relazione (qui di seguito lo studio di fattibilità): *Esiste un ampio consenso tra gli interessati che attualmente ci sono molti problemi nel campo delle informazioni sul benessere animale per i prodotti di origine animale*. Due campi sono indicati di frequente dalle organizzazioni interessate: problemi con gli standard/le dichiarazioni riguardanti il benessere animale e una mancanza di conoscenza e comprensione dei logo/delle etichette da parte dei consumatori. Nell'indagine paneuropea delle organizzazioni interessate quasi nessuno ha risposto che non ci sono problemi rilevanti."

⁷ Welfare Quality®: Science and society improving animal welfare in the food quality chain – Progetto finanziato dall'UE (<http://www.welfarequality.net>).

⁸ EconWelfare: Benessere animale in un contesto socio-economico: progetto per promuovere le conoscenze sull'impatto per gli animali, per la catena di produzione e per la società europea di un miglioramento degli standard di benessere animale – progetto finanziato dall'UE (<http://www.econwelfare.eu>).

⁹ Q-PorkChains: Migliorare la qualità della carne suina per i consumatori – progetto finanziato dall'UE (<http://www.q-porkchains.org>).

¹⁰ EAWP: Piattaforma europea per il benessere animale: Il benessere animale attraverso la catena alimentare – progetto finanziato dall'UE (<http://www.animalwelfareplatform.eu>).

qualità dei prodotti alimentari che acquistano, tra cui i fattori etici relativi alla produzione e al benessere animale¹¹.

Dal punto di vista del consumatore il benessere animale è un tipico attributo di fiducia. Ciò significa che oggi in molti casi i consumatori non sono in grado di verificare l'effettivo livello di benessere animale dichiarato. Tuttavia rispetto alla totalità del mercato alimentare dell'UE, tali prodotti rappresentano solo un piccolo segmento. Le indagini indicano che questo potrebbe riflettere una mancanza di informazione e di trasparenza del mercato.

Nell'UE non esistono requisiti armonizzati per l'etichettatura degli standard di benessere animale, né modalità per la loro valutazione. Taluni sostengono che più etichette private sul benessere animale sono presenti sul mercato al dettaglio, più diventa necessario stabilire una metodologia per valutare e confrontare gli standard di benessere animale.

In tale contesto occorre chiedersi se la moltiplicazione di tali etichette private a livello nazionale sollevi questioni che possano giustificare la creazione di un'etichetta UE. Chiaramente qualsiasi etichetta UE che potrebbe evitare la segmentazione del mercato interno nonché facilitare il commercio intracomunitario dovrebbe dimostrare di poter dare un valore aggiunto sia alle etichette private esistenti che al regolamento sull'agricoltura biologica¹² senza creare effetti negativi.

Sebbene la maggioranza dei consumatori sia attenta al prezzo, i risultati di diverse indagini degli ultimi anni evidenziano l'esistenza di un gruppo di consumatori interessato ad acquistare prodotti con qualità e caratteristiche specifiche, tra cui i criteri di benessere animale. In molti Stati membri questo segmento di consumatori genera opportunità di mercato per prodotti con standard più elevati di benessere animale di per sé o con altre caratteristiche superiori alla media. Un esempio particolarmente significativo è il mercato dei prodotti alimentari biologici che grazie all'armonizzazione UE serve un nuovo segmento di consumatori: il logo dell'agricoltura biologica garantisce ai consumatori le origini e la qualità degli alimenti e la sua presenza su qualsiasi prodotto attesta la conformità al regolamento UE sull'agricoltura biologica che garantisce migliori standard di benessere animale mediante ispezioni e certificazioni efficaci in tutta l'UE.

Alcuni sistemi di etichettatura comprendono requisiti di benessere animale nonché altri criteri di qualità, ad esempio la tutela dell'ambiente o l'agricoltura biologica. Per questo motivo occorre esaminare attentamente il valore aggiunto di una possibile etichetta UE sul benessere animale nonché il modo per evitare duplicazioni rispetto ai sistemi esistenti.

4. SENSIBILIZZAZIONE DEL CONSUMATORE E STRATEGIE DI COMMERCIALIZZAZIONE

L'introduzione di "termini riservati" è un modo per informare l'acquirente e il consumatore circa le caratteristiche del prodotto e le relative modalità di produzione.

¹¹ Welfare Quality®: Science and society improving animal welfare in the food quality chain – Progetto finanziato dall'UE (<http://www.welfarequality.net>).

¹² Regolamento (CE) n. 834/2007 e le sue norme d'attuazione: regolamento (CE) n. 889/2009.

Requisiti obbligatori o volontari per l'impiego di "termini riservati" per il benessere animale basati su metodi agricoli o indicatori di benessere standardizzati richiederebbero l'elaborazione di standard europei specifici e dovrebbero comprendere in un quadro generale le specie e i prodotti pertinenti.

Un esempio dell'uso obbligatorio di "termini riservati" nell'UE è costituito dalle norme di commercializzazione per le uova da tavola. La normativa sulla commercializzazione delle uova prescrive di apporre sul guscio il sistema di produzione agricola. Esistono quattro etichette permesse per i sistemi di produzione: uova da allevamento in gabbie, uova da allevamento a terra, uova da allevamento all'aperto e uova biologiche. I requisiti per questi sistemi di produzione sono fissati nella normativa e le indicazioni sull'etichetta danno ai consumatori informazioni che essi possono interpretare come indicatore di benessere animale quando acquistano le uova. Dall'attuazione della normativa la percentuale di produzione di uova non in gabbie è aumentata significativamente in quasi tutti gli Stati membri. La normativa sulla commercializzazione delle uova ha favorito un cambiamento nelle abitudini di acquisto dei consumatori, che sono passati dall'acquisto di uova prodotte in gabbia a uova prodotte con sistemi alternativi, poiché ritengono che i sistemi di produzione di uova non in gabbia garantiscano un maggiore benessere animale. Altri esempi di "termini riservati" opzionali sono presenti negli standard di commercializzazione del pollame, dove i metodi di allevamento sono definiti precisamente e gli agricoltori devono conformarsi ai requisiti per poter utilizzare tali "termini riservati".

Sarà importante esaminare i vantaggi e gli svantaggi di stabilire definizioni di "termini riservati" volontari o obbligatori negli standard di commercializzazione a livello UE in relazione ai sistemi di allevamento con certi livelli di benessere animale, in particolare se si superano gli standard minimi previsti dalla legislazione.

5. CAMPAGNE DI INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

È noto che oltre al prezzo, molti fattori interpersonali (cultura, norme sociali, status sociale, influenze del gruppo e della famiglia) e intrapersonali (coinvolgimento, emozioni, motivi, atteggiamenti, norme, personalità) influenzano le decisioni d'acquisto dei consumatori. In linea di principio, le maggiori informazioni fornite dalle etichette dovrebbero consentire ai consumatori di fare scelte più informate. Senza la conoscenza del valore aggiunto dei prodotti con elevate caratteristiche di benessere animale i consumatori non saranno disposti a pagare un prezzo che rifletta la maggiore qualità del prodotto.

Lo studio di fattibilità dimostra che l'etichettatura avrà gli effetti desiderati se: a) i consumatori sono adeguatamente informati del significato dell'etichetta; b) le informazioni fornite sono facilmente comprensibili; e c) i consumatori (o i sottogruppi pertinenti) sono interessati a disporre di queste informazioni per le loro decisioni d'acquisto. Secondo i dati Eurobarometro, questo è il caso per i prodotti provenienti da sistemi di allevamento con elevati standard di benessere animale.

I risultati dello studio di fattibilità dimostrano che l'etichettatura riguardante il benessere animale potrebbe sensibilizzare i consumatori e accelerare la penetrazione del mercato dei prodotti provenienti da allevamenti che applicano standard di benessere animale superiori a quelli previsti dalla normativa UE, uno sviluppo

auspicato da molte parti interessate. In tal modo, la domanda di mercato promuoverebbe lo sviluppo di nuove prassi di benessere animale. Ulteriori iniziative specifiche di comunicazione contribuirebbero a sensibilizzare i cittadini, gli operatori e i produttori alle questioni del benessere animale. Gli interessati hanno sottolineato che la comunicazione deve essere basata su dati scientifici solidi.

Recentemente sono state sviluppate attività per informare e sensibilizzare i consumatori in materia di allevamento degli animali e origine dei prodotti di allevamento. Tali attività sono state accolte con favore dagli interessati e si sono dimostrate utili per far apprezzare al pubblico le iniziative per il benessere animale a livello europeo e nazionale. Nel contempo è stata aumentata la visibilità delle politiche UE in questo settore nei confronti dei maggiori partner commerciali.

Una questione importante da discutere ulteriormente è il ruolo che le campagne pubbliche d'informazione nel sensibilizzare i consumatori europei al benessere animale e nell'aumentare la quota di mercato di prodotti con elevati standard di benessere animale. Alcuni esempi positivi della comunicazione a livello UE sul benessere animale includono il sito web "Farmland" per i bambini e gli strumenti online che fanno parte della recente campagna promozionale dell'agricoltura biologica¹³. Inoltre si dovrebbe valutare se le campagne d'informazione e sensibilizzazione attinenti al benessere animale debbano essere sviluppate e organizzate a livello UE e/o degli Stati membri.

6. DIMENSIONE INTERNAZIONALE

In base all'analisi della Commissione, i sistemi volontari di etichetta sono consentiti secondo la normativa OMS a condizione che siano proporzionati e aperti ai produttori di paesi terzi, mentre l'etichettatura obbligatoria creerebbe più controversie a livello OMS. La discussione sulle conseguenze commerciali delle risposte politiche alle preoccupazioni quali il benessere animale è pertinenti agli attuali sviluppi a livello internazionale. OMS, OCSE, UIE e CODEX stanno attualmente discutendo le questioni relative a standard privati e pubblici e i loro effetti sul commercio e sull'accesso al mercato per i paesi in via di sviluppo.

L'impatto della certificazione volontaria basata su requisiti armonizzati di benessere animale per l'importazione nell'UE sarebbe probabilmente positivo per i paesi che stanno già prendendo in considerazione forme sostenibili di produzione animale e per la produzione derivata da forme meno intensive di allevamento. L'armonizzazione consentirebbe un migliore accesso al mercato e una pianificazione a lungo termine per gli investimenti.

Visti gli impegni commerciali internazionali dell'UE sarà importante esaminare le modalità per garantire che un prodotto extra-UE conforme ai requisiti di produzione UE possa accedere ad eventuali sistemi UE di qualità e che questi ultimi rispettino gli impegni dell'UE in seno all'OMS. Occorrerà valutare le conseguenze di questo tipo di sistema per i paesi terzi, in particolare per i paesi in via di sviluppo partner e la loro capacità di adattarsi.

¹³

<http://www.farmland-thegame.eu>
http://ec.europa.eu/agriculture/organic/animal-welfare_en

7. IL CONFRONTO TRA STANDARD DIVERSI

Le indagini dimostrano che la maggioranza di consumatori europei dice di non disporre di informazioni sul livello di benessere animale nella produzione dei beni che acquista. Per questo motivo il programma d'azione comunitario sulla protezione e il benessere degli animali 2006 – 2010 suggerisce lo sviluppo di indicatori standardizzati per il benessere animale, in modo da fornire uno strumento scientifico per misurare il benessere animale, applicare i relativi standard e comunicare più facilmente con i consumatori. Il progetto "Welfare Quality" intende servire da base per l'elaborazione di indicatori scientifici del benessere animale. Tale progetto potrebbe portare a un sistema non basato sul metodo di produzione ma sui risultati negli animali che consentirebbe di classificare il benessere animale e fornire ai consumatori informazioni trasparenti e affidabili. In questo contesto diversi interessati hanno evidenziato che una rete europea di centri di riferimento per la protezione e il benessere degli animali potrebbe costituire un'opzione concreta per fornire il sostegno tecnico necessario per l'ulteriore sviluppo del sistema.

Al centro della ricerca scientifica e dell'interesse di tutti i mercati del mondo c'è l'ulteriore sviluppo di uno strumento di misurazione che possa confrontare standard di benessere animale per tutte le specie, tra diversi sistemi di allevamento e nelle fasi della catena di approvvigionamento alimentare. La valutazione del benessere animale in tutte le fasi della catena di approvvigionamento (allevamento, trasporto e macellazione) è centrale a ogni sistema di etichettatura del benessere animale. Lo studio di fattibilità ha dimostrato che la validità e l'affidabilità di molti indicatori sono spesso messe in discussione. Gli indicatori globali finora proposti, quali la "risposta biologica allo stress", sono stati criticati (in particolare da scienziati e produttori) in quanto difficili da misurare.

Alcuni interessati ritengono che la convalida scientifica e trasparente dei sistemi di allevamento renderebbe più facile per i produttori comunicare al pubblico i livelli elevati di benessere animale, tuttavia non è stato ancora chiarito se tale convalida debba avvenire a livello europeo e con quali modalità.

8. TRASPARENZA E RICERCA SCIENTIFICA SUL BENESSERE ANIMALE

Secondo gli interessati, occorre coordinare a livello europeo varie aree di lavoro come l'istituzione di strategie di comunicazione ai cittadini del valore dei prodotti con migliori standard di benessere animale o lo sviluppo di investimenti europei strategici nella ricerca.

Inoltre il programma d'azione comunitario per il benessere animale 2006 ha concluso che la gestione, il miglioramento e la diffusione degli standard di benessere animale nonché la preparazione di studi socio-economici e valutazioni d'impatto sarebbero più efficienti con un approccio europeo coordinato. Di conseguenza diversi interessati hanno esaminato la possibilità di migliorare il coordinamento e l'impiego delle conoscenze a livello europeo per contribuire allo sviluppo della politica in questo settore.

Nell'UE esiste già un piccolo gruppo di istituzioni attive nel settore del benessere animale, ad esempio l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA), il Centro

di ricerca comune (JRC) e i laboratori di riferimento nazionali. Tuttavia, come evidenziato da diversi interessati, il loro mandato attuale non copre tutte le aree necessarie, in particolare il coordinamento delle questioni di benessere animale a livello UE.

In Europa la comunità scientifica europea ha concluso cinque anni di stretta cooperazione nell'ambito del progetto "Welfare Quality". Gli scienziati consultati hanno sottolineato in diverse occasioni l'importanza dell'istituzione di una rete europea permanente. Inoltre, diversi partner commerciali dell'UE¹⁴ nell'area della scienza e dell'economia hanno chiesto di mantenere l'approccio collaborativo della rete "Welfare Quality". Molti interessati percepiscono la necessità di una fonte indipendente di informazioni a livello UE nonché il rischio di duplicazione delle attività.

In questo contesto lo studio di fattibilità ha analizzato i diversi modelli di rete di riferimento e i relativi costi. L'opzione preferita sarebbe una rete europea di centri di riferimento (ENRC) che potrebbe fornire assistenza tecnica per lo sviluppo e l'applicazione di politiche di benessere animale, inclusa la certificazione e l'etichettatura. Tale rete dovrebbe essere basata su un istituto centrale di coordinamento che coopera con una rete di istituti di ricerca negli Stati membri riconosciuti dalla Comunità. Questo è un metodo comprovato nel settore della catena alimentare in cui i laboratori di riferimento comunitari coordinano le reti di laboratori di riferimento nazionali¹⁵. Altre mansioni possibili dei partner della rete includono: studi e valutazioni d'impatto, ricerca mirata sulle questioni pertinenti al benessere animale con importanza a livello comunitario, attività di sensibilizzazione e diffusione, ecc.

Sarà necessario valutare se i vantaggi, anche in termini di onere amministrativo, siano maggiori rispetto agli oneri di una rete europea di centri di riferimento nazionali per convalidare scientificamente gli standard di benessere animale volontari e contribuire allo sviluppo di varie politiche di benessere animale. Un'alternativa sarebbe di utilizzare come riferimento l'attuale modello di laboratori di riferimento comunitari. I laboratori di riferimento comunitari sono finanziati dal cosiddetto fondo veterinario (decisione 2009/470/CE del Consiglio) per servizi specifici e per il coordinamento dei laboratori di riferimento nazionali nell'interesse della Comunità.

9. CONCLUSIONE

Basandosi sui risultati dello studio esterno fornito alla Commissione nel gennaio 2009, la presente relazione ha presentato una serie di questioni concernenti l'etichettatura relativa al benessere animale e la possibile istituzione di una rete europea di centri di riferimento per la protezione e il benessere degli animali. La presente relazione mira a consentire al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni di intraprendere una discussione approfondita dell'etichettatura relativa al benessere animale, come

¹⁴ Partner di Welfare Quality: <http://www.welfarequality.net/everyone/26562/7/0/22>.

¹⁵ Una valutazione esterna del sistema CRL è stata effettuata per la Commissione e sarà pronta entro la fine del 2009.

richiesto dal Consiglio. La discussione interistituzionale fornirà la base per le riflessioni della Commissione sulle possibili opzioni future della politica in materia¹⁶. Le proposte concrete che risulteranno dal dibattito politico saranno oggetto di un'ulteriore valutazione d'impatto.

¹⁶ Cfr. anche la valutazione d'impatto che accompagna la presente relazione (COM(2009)xxxx).