

ANIMAL EQUALITY

LA FABBRICA DELLA CARNE

IL LATO OSCURO DI ALLEVAMENTI E MACELLI

PREFAZIONE DI PETER SINGER

ESTRATTI



il Millimetro



Prima di iniziare...

Se vuoi sostenere il lavoro di Animal Equality in difesa degli animali, acquista “La fabbrica della carne”.

[Puoi farlo cliccando qui](#)

Grazie per essere dalla loro parte.



Diario di un investigatore

Nel ventre del mondo

Ci sono luoghi in cui il tempo smette di scorrere. Luoghi in cui ogni respiro pesa, in cui la luce non cambia mai e la notte non arriva mai davvero. Il macello è uno di questi luoghi. Non importa quante immagini tu abbia visto, quante testimonianze tu abbia letto. Finché non varchi quella soglia, non sai.

L'odore ti investe per primo: acciaio, sangue, disinfettante, ammoniac, urina, vomito, paura.

Un odore che non appartiene a un corpo, ma a migliaia. Ti resta addosso per giorni, anche dopo la doccia, anche dopo il sonno. È il profumo dell'ingiustizia normalizzata.

La prima volta che sono entrato in un macello ho pensato che il silenzio facesse più rumore delle urla. È un silenzio che vibra, un vuoto attraversato da rumori metallici, colpi, muggiti, getti d'acqua. Dentro quel silenzio capisci che il dolore ha una sua frequenza e che, se l'ascolti troppo, a lungo comincia a risuonarti nelle ossa.

Avevo sedici anni quando tutto è cominciato, senza sapere che quella sera avrebbe deciso il resto della mia vita. Era una cena che

promuoveva la scelta vegan, in un piccolo circolo, una di quelle serate rumorose, piene di chiacchiere e piatti che tintinnano.

In un angolo della sala, quasi dimenticato da tutti, c'era un vecchio televisore collegato a un videoregistratore. Accanto, una pila di cassette VHS. Chiesi se potevo vederle. Uno degli organizzatori mi rispose: «Assolutamente sì, è qui per questo!». Così infilai la prima.

Le luci della sala restarono accese, ma per me tutto il resto del mondo si spense. Sullo schermo scorrevano immagini di macelli, allevamenti, vivisezione, manifestazioni di protesta. Corpi appesi, occhi vivi che guardavano verso la camera, uomini che si muovevano come automi.

Rimasi lì due ore, immobile, guardando tutto, una cassetta dopo l'altra. Non riuscivo a distogliere lo sguardo: sentivo che quelle immagini stavano scavando qualcosa dentro di me. Alla fine, non provai rabbia, né disgusto, né pietà. Solo una domanda, limpida e terribile: chi sono io per contribuire a tutto questo?

Non avevo risposte, solo la certezza che dal giorno dopo non avrei più fatto parte di quel sistema. E così, il giorno dopo, decisi di non contribuire più. Fu un gesto piccolo e immenso insieme, la mia prima vera disobbedienza guidata dalla coscienza.

Mi sembrava che il mondo intero avesse cambiato colore. Avevo capito che non si può ignorare per sempre ciò che si è visto una volta sola con il cuore aperto. Così ho smesso di mangiare carne (di animali terrestri e marini), latticini, uova, tutto ciò che proveniva da quella macchina della sofferenza. Ma non bastava.

Mi sentivo come un medico che osserva una ferita dall'esterno senza toccarla. Dovevo entrarci dentro. Dovevo comprendere fino

in fondo l'origine della menzogna. La mia prima investigazione all'interno di un macello fu in Spagna, in un impianto di tacchini. Ero sotto copertura, con un solo pensiero reale: non fallire. Era mattino presto quando arrivai davanti al cancello. L'aria era spessa, intrisa di un odore che non si dimentica: corpi vivi ammassati nei camion, corpi morti dietro le porte. Un odore doppio, sospeso tra il respiro e la decomposizione. Sa di calore animale, di piume bagnate, di sangue che si secca sul metallo, di urina e disinfettante. È l'odore del confine tra la vita e la sua negazione. Ogni volta che lo sento mi ricorda che qui il tempo non scorre: ristagna.

Le creature arrivano vive e ne escono inerti, e l'aria trattiene entrambe le presenze, come se il luogo stesso non sapesse decidere cosa lasciare andare. Le luci gialle dei capannoni galleggiavano nel buio, come lampade in un sogno sporco e immobile. Il rumore delle ventole era costante, quasi ipnotico. Dentro, tutto si muoveva come in un rito antico e senza senso.

Mi avevano spiegato cosa aspettarmi, ma nessuna parola poteva prepararmi a quella realtà.

Appena entrai nella linea di macellazione, la temperatura scese bruscamente, come se l'aria avesse perso ogni traccia di ossigeno.

*Matteo Cupi,
direttore esecutivo di Animal Equality Italia*

Gli animali come prodotto

Il motivo per cui nei nostri supermercati troviamo ancora carne e derivati di origine animale è banale quanto illuminante. All'industria che sfrutta gli animali come "materie prime" è concesso quello che, progressivamente, a qualsiasi altro settore economico viene limitato e negato: ingannare i propri clienti.

Facciamo un passo indietro.

Nell'era dei consumi globalizzati in cui viviamo oggi, un'economia in cui internet e in generale l'informazione hanno permeato completamente le nostre vite, non sono certo molti i settori produttivi in grado di costruire e mantenere *impunemente* la propria prosperità grazie a una sistematica reiterazione della menzogna, della mistificazione e dell'omissione.

Passiamo in rassegna le peggiori.

~ L'industria del tabacco ha toccato il suo apice nella seconda metà del Novecento, ma è oggi che gode di pessima fama. Fino a qualche anno fa le sigarette venivano pubblicizzate come simbolo di salute, indipendenza sociale e prestigio

(quando le multinazionali pagavano medici e scienziati per produrre report che minimizzavano i rischi e costruivano una narrativa positiva⁽⁵⁷⁾); oggi, dopo decenni di tumori e scandali, quest'industria è divenuta sinonimo di malattia, manipolazione e marketing spregiudicato quanto ingannevole;

- ~ Anche l'industria dei combustibili fossili, *domina* indiscussa dell'economia e della geopolitica globale nel corso di tutto il secolo breve, non se la passa molto bene: grazie alle nuove forme energetiche, sempre più appetibili, e alla costante opera di svelamento di tutti i misfatti legati all'oro nero e ai suoi fratelli, le aziende di idrocarburi non godono certo di una buona fama presso l'opinione pubblica, al punto che, spesso, devono sbandierare ai quattro venti le loro nuove iniziative *green* per tentare di ripulirsi l'immagine;
- ~ Che dire poi dell'industria degli armamenti? Anche questo settore economico è ormai simbolo di ricerca di profitto perseguita senza alcuno scrupolo morale. Nonostante le aziende legate a questa catena produttiva godano di un rinnovato vigore economico a causa del particolare contesto storico in cui ci troviamo, è innegabile che ci sia una crescente componente delle nostre società che pretende maggiori limiti per questo settore industriale. Una componente che ha anche ormai ben capito come esistano interi comparti delle nostre economie che metteranno sempre e comunque il profitto davanti a tutto, anche davanti alla vita.

(57) Brandt A.M., *Inventing conflicts of interest: a history of tobacco industry tactics*, Am J Public Health. 2012 Jan; 102(1):63-71. doi: 10.2105/AJPH.2011.300292. Epub 2011 Nov 28. PMID: 22095331; PMCID: PMC3490543.

Ora, se si pensa alla posizione consolidata da queste industrie nell'immaginario collettivo, diventa difficile riscontrare quella di un comparto economico il cui marketing è fatto di paesaggi bucolici, animali spensierati e famiglie felici. Eppure, l'industria della carne è oggi, a tutti gli effetti, uno dei principali player produttivi che emerge laddove si parla di menzogna, mistificazione e omissione. Forse è addirittura peggio. Mentre armamenti e petrolio possono essere ritenuti ancora oggi "un male inevitabile" da fette importanti dell'opinione pubblica a causa di evidenti posizioni monopolistiche nella nostra società, l'industria della carne è completamente dipendente dal giudizio del mercato, ovvero degli acquirenti: una volta negato il consenso dei cittadini su una scala sufficientemente ampia, ogni allevamento chiuderebbe i battenti.

Per questo lo sfruttamento animale non ha alcuna alternativa narrativa se non l'inganno delle persone, e qualsiasi livello di trasparenza coincide inevitabilmente con un danno economico. Più si procede con la commercializzazione di carni e derivati a basso costo, più questo danno economico diventa insostenibile. Ogni singolo consumatore sa che, quando un'industria non può più permettersi di mostrargli come produce ciò che vende, deve iniziare ad allarmarsi. Ma chi produce carne, pesce, uova e derivati sa altrettanto bene che mostrare i processi produttivi di ognuno di questi singoli prodotti, partendo dall'origine delle "materie" prime, equivale ad allontanare il consumatore.

È il paradosso di un intero comparto economico in cui il livello di menzogne, mistificazioni e omissioni nei confronti delle persone è direttamente proporzionale al livello di sfruttamento degli animali coinvolti nella filiera. Più l'industria si

“modernizza”, e quindi ottimizza i processi produttivi, meno può parlare di questi processi produttivi ai propri “consumatori”. Il motivo è presto detto: ottimizzare e modernizzare i processi produttivi significa massimizzare i profitti nella filiera, ma tutto ciò comporta l’intervento su una serie di processi che renderanno la vita degli animali ancora più crudele all’interno di allevamenti e macelli. Ciò ha una conseguenza inevitabile: per raccontarsi (e quindi raggiungere i propri clienti), quest’industria deve necessariamente utilizzare una narrazione improntata sul falso o, nel migliore dei casi, sul taciuto.

Il primo grande elefante nella stanza è l’idea per cui gli animali possano essere considerati materie prime. L’uomo economico opera sull’animale come opererebbe sull’acciaio o sul carbone, ovvero con le medesime modalità con cui una qualsiasi attività economica si approccia alla materia inanimata. Con la piccola, peculiare differenza che gli animali sono stati riconosciuti come esseri senzienti da un bel pezzo. Si è iniziato con la pratica del *branding*, idea oggi associata al marketing e alla differenziazione di marca, ma che affonda le sue radici su una tradizione millenaria di dominio e appropriazione. La parola inglese *brand* deriva dall’antico norreno *brandr*, “bruciare”, e indica letteralmente il marchio a fuoco apposto sugli animali per identificarne il proprietario.



L’industria della carne investe ogni anno miliardi per costruire un immaginario rassicurante e accattivante, una favola collettiva che trasforma l’orrore dell’uccisione industriale di miliardi di individui in un racconto di armonia rurale.

Spot televisivi e cartelloni pubblicitari mostrano mucche al pascolo sotto cieli azzurri, fattorie immacolate e maialini che sorridono; confezioni e marchi evocano un mondo contadino fatto di semplicità, tradizione e genuinità, spesso attraverso illustrazioni in stile cartoon o design “artigianale”. Anche il macellaio di quartiere partecipa a questa messa in scena, appen-dendo immagini di animali vigorosi, paesaggi pittoreschi e certificazioni che promettono “qualità” e “attenzione”.

Questo linguaggio visivo non è il lessico spontaneo di un’industria che si racconta in modo veritiero, ma il risultato di strategie di marketing ben studiate e testate. Psicologi ed esperti di branding sanno che il consumatore medio associa immagini di natura e benessere a fiducia e sicurezza. Così, la carne diventa un prodotto “naturale” e “sano” anche se proviene da allevamenti intensivi. La narrazione pubblicitaria sposta l’attenzione dalla realtà industriale (e chimica) a un mondo idilliaco in cui gli animali vivono vite felici, giustificando implicitamente il loro sfruttamento. Questa estetica costruita non solo serve a tranquillizzare, ma anche a fidelizzare, crea un legame emotivo tra il marchio e il cliente, rendendo invisibile il percorso che ha trasformato un essere senziente in una confezione sottovuoto. Il fenomeno ha radici storiche profonde.

Già agli inizi del XX secolo, quando l’allevamento iniziava a diventare un’industria, le aziende capirono che vendere carne richiedeva più di una transazione economica. Messi i macelli al riparo dagli occhi della popolazione urbana, si aprivano ampie praterie per la costruzione di una narrativa nuova, scollegata dalla realtà dell’allevamento e della macellazione. I primi poster

pubblicitari americani raffiguravano bovini sorridenti e polli che “sceglievano” di essere serviti in tavola, mentre in Europa le campagne promuovevano il concetto di “tradizione” come sinonimo di bontà e sicurezza. Oggi quella strategia è diventata sofisticata, supportata da packaging studiati nei dettagli, colorazioni che richiamano a tutto tranne che alla realtà di cemento e metallo in cui quel cibo è cresciuto e macellato, storytelling emozionale incentrato su sentimenti positivi e certificazioni di facciata che legittimano un sistema in cui la trasparenza equivarrebbe, come detto, a un suicidio commerciale.

Questo bombardamento visivo e semantico contribuisce a una vera e propria anestesia culturale. Abituamo lo sguardo a immagini piacevoli, così da non pensare al dolore che c'è dietro ogni bistecca o hamburger. La pubblicità viene pensata non solo per tranquillizzarci, ma anche per fornirci un alibi morale: se gli animali sorridono sui cartelloni, allora tutto è a posto. La verità diventa irrilevante, sostituita da un'estetica bucolica che rende il consumo più semplice, automatico e accettabile. In questo contesto, il marketing non è semplice promozione di un prodotto, ma una fondazione costitutiva di un intero universo narrativo che permette al sistema industriale di perpetuarsi indisturbato.

Uno dei paradossi più vistosi nel dibattito sull'industria della carne è che chi denuncia lo sfruttamento animale viene spesso accusato di “fare propaganda”, di estremizzare la realtà e di spaventare i “consumatori” con immagini “troppo forti”. In realtà, la propaganda più pervasiva e potente è proprio quella messa in atto dall'industria stessa: una macchina comunicativa sofisticata, consolidata nel tempo, studiata e finanziata con budget miliardari, capace di costruire un racconto collettivo in cui il consumo di carne non solo è normale, ma addirittura desiderabile e moralmente neutro.

Uno dei paradossi più vistosi nel dibattito sull'industria della carne è che chi denuncia lo sfruttamento animale viene spesso accusato di “fare propaganda”, di estremizzare la realtà e di spaventare i “consumatori” con immagini “troppo forti”. In realtà, la propaganda più pervasiva e potente è proprio quella messa in atto dall'industria stessa: una macchina comunicativa sofisticata, consolidata nel tempo, studiata e finanziata con budget miliardari, capace di costruire un racconto collettivo in cui il consumo di carne non solo è normale, ma addirittura desiderabile e moralmente neutro.



Ammettere che gli animali possano essere rispettati e al contempo essere sfruttati e uccisi a scopo alimentare è di per sé un paradosso. Ed è proprio su questo paradosso che nel mondo occidentale si è costruito un approccio agli animali basato sul loro uso e consumo che nello specifico riguarda alcuni animali, quelli più sfruttati dall'essere umano, i cosiddetti animali “da reddito”. Mentre la sensibilità verso la condizione animale da parte di cittadini cresceva al punto di portare l'Unione Europea a riconoscere la tutela degli animali all'interno dei propri statuti fondamentali e a prenderla in considerazione nelle strategie dedicate al comparto agro-alimentare fin dagli anni Ottanta, l'industria zootecnica ha dovuto fare i conti con il concetto di benessere animale. Di fronte all'introduzione di norme che richiamano il settore alimentare al rispetto del benessere animale, imponendo sia requisiti minimi validi per tutte le categorie di animali, sia requisiti specifici per l'ambito del loro impiego (come ad esempio le caratteristiche che devono avere le

gabbie per le galline ovaiole e quelle dei vitelli), l'industria ha saputo utilizzare questo termine a proprio vantaggio.

Oggi il termine "benessere animale" viene usato dal settore zootecnico soprattutto per certificare il proprio impegno nel rispettare standard minimi di produzione e promuovere così il proprio marchio in senso commerciale. Come abbiamo visto e come vedremo ancora in questo libro, sono innumerevoli i casi in cui le aziende dicono di abbracciare le Cinque libertà e la definizione di benessere animale che ne consegue mentre basano la propria attività produttiva sull'impiego di animali in gabbia sottoposti a pratiche legali ma del tutto crudeli, come il taglio del becco o della coda senza anestesia, al solo scopo di favorire il ciclo produttivo. In questo senso, dove c'è un animale sfruttato, il concetto di benessere animale non può che essere un'illusione.

In questo processo di appropriazione, l'industria alimentare ha saputo utilizzare questo termine a proprio vantaggio giocando, come spesso accade, sull'ambiguità del suo significato e sulle zone grigie che le definizioni di questa espressione lasciano scoperte. In questo modo, per le aziende è diventato possibile parlare di benessere animale e al contempo allevare le scrofe nelle gabbie di gestazione, dove gli animali conducono la gravidanza e partoriscono rinchiusi in spazi angusti, senza neppure la possibilità di muoversi e di prendersi cura dei propri piccoli. Ma gli esempi di aziende che vantano di rispettare il benessere animale sono tanti.

Nonostante le prove gettino luce sulle condizioni disastrose in cui versano gli animali allevati, per le persone il concetto di “benessere animale” è diventato anche sinonimo di qualità. Questa sovrapposizione spesso fa sì che le due definizioni si nobilitino e valorizzino a vicenda secondo una narrazione fallace diffusa a vari livelli: se un animale ha vissuto bene all'interno di un allevamento, sarà più buono e più sano, insomma più appetibile e preferibile dal consumatore. Tuttavia, questa chiave di lettura risponde molto più spesso alla necessità di adattare il criterio di benessere animale alle esigenze alimentari di chi consuma carne e altri prodotti di derivazione animale, piuttosto che alla necessità di mettere realmente gli animali nella condizione di vivere una vita degna di essere vissuta. Dove c'è sfruttamento animale, d'altra parte, non può esserci anche il suo benessere.

Le origini del cambiamento

Ogni movimento nasce da un momento di frattura: il riconoscimento che il sistema in cui viviamo è ingiusto e la conseguente necessità di cambiarlo radicalmente. Nel caso del movimento per i diritti degli animali, e nello specifico di quelli sfruttati e uccisi dall'industria alimentare, questa consapevolezza comporta un forte scardinamento di credenze. È come quando indossi finalmente degli occhiali per la prima volta dopo aver scoperto di essere miope: cominci a vedere tutto, a vedere chiaro, a notare i dettagli e da quel momento non puoi più farne a meno. In questo caso, quello che riesci a vedere e a riconoscere per la prima volta è di essere cresciuto in una società che considera e classifica gli animali solamente in funzione di ciò che può servire all'uomo. Non vengono considerati come esseri senzienti meritevoli di una vita dignitosa, ma come oggetti che possono servire per i più svariati motivi.

Vogliamo essere chiari, questa presa di coscienza non è facile e nella maggior parte dei casi comporta dolore e rabbia per un mondo e un sistema che, purtroppo, ha normalizzato nell'idea e nella prassi che allevare gli animali con il solo scopo di togliere loro la vita per produrre cibo sia lecito. Leggendo queste righe qualcuno potrebbe pensare che forse sia meglio

far finta di nulla. L'essere umano non è alla ricerca del dolore e lo evita il più possibile; quindi, perché dovremmo avvicinarci a qualcosa che potrebbe farci sentire male? Se ci fermassimo solo alla superficie, potrebbe sembrare che dalla consapevolezza secondo cui non esistono “animali più uguali degli altri” derivino solo danni e sofferenza, ma la rabbia e il dolore accendono, in realtà, una miccia. Da queste emozioni nascono l'energia, la motivazione e la volontà di battersi per costruire alternative concrete per mettere fine allo sfruttamento di miliardi di animali. Da questa miccia nasce Animal Equality, un piccolo gruppo di attivisti determinati che, in pochi anni, si è trasformato in una squadra internazionale capace di influenzare aziende, cambiare leggi e ridefinire il modo in cui la società guarda agli animali.

Pochi mezzi, poche risorse, ma una determinazione incrollabile e un profondo senso di sacrificio e giustizia: queste sono le premesse da cui sono partiti Sharon Núñez, Jose Valle e Javier Moreno per fondare nel 2006, in Spagna, Animal Equality. Grazie alla visione chiara e alla motivazione ardente di queste tre persone, Animal Equality da lì a poco diventa un'organizzazione di riferimento nel panorama internazionale dei diritti degli animali. Ad oggi siamo tra le realtà maggiormente efficaci per l'impatto raggiunto nella protezione degli animali allevati a scopo alimentare, in grado di smuovere aziende e governi, di far discutere l'opinione pubblica e di creare un nuovo linguaggio per parlare di giustizia e compassione verso gli animali. Per capire come siamo arrivati fino a qui, come in ogni storia che si rispetti, è necessario fare un passo indietro e tornare alle nostre origini, al nostro DNA.

Al momento della fondazione, la nostra organizzazione si occupava di animali sfruttati e maltrattati all'interno di diversi settori. Si batteva per mettere fine alla vivisezione, all'industria della pelliccia, alla corrida e ovviamente per fermare lo sfruttamento degli animali allevati a scopo alimentare. Si intrecciavano quindi diverse lotte, tutte importanti, tutte complementari e volte a scardinare la convinzione di un'innata superiorità che permette all'essere umano di considerare gli altri esseri viventi come inferiori, come oggetti pronti all'uso in base alle sue esigenze. In un mondo e in una società in cui al centro c'è il profitto e il guadagno, noi al centro abbiamo sempre messo la compassione, la determinazione e la convinzione che il cambiamento è possibile con la giusta dose di dedizione e impegno.

La nostra organizzazione si è contraddistinta principalmente per le inchieste pionieristiche condotte all'inizio in Spagna e poi in tutto il mondo, per i salvataggi a volto scoperto⁽⁶²⁾ e per azioni su strada di forte impatto. Ci sono in particolare alcuni momenti che hanno segnato profondamente la nostra storia e hanno gettato le basi per formare la nostra identità. Tra i tanti ricordiamo l'interruzione di importanti passerelle di moda in Spagna con dei cartelli con scritto "Le pel-

(62) I salvataggi a volto scoperto, in inglese "open rescue", consistono nel liberare gli animali (da allevamenti, zoo ecc.) senza coprire il proprio viso nello svolgere l'attività. La prima attivista a scegliere di mostrare il proprio volto è stata Patty Mark, in Australia, all'interno di un allevamento di galline. L'idea del salvataggio a volto scoperto nasce dalla convinzione che liberare gli animali dalle sofferenze che sono costretti a patire non costituisca un reato (per cui è necessario non essere identificati).

(63) Per "banner drop" si intende un'azione che implica lo srotolamento di un grande striscione da un edificio.

licce sono omicidio”, i numerosi “banner drop”⁽⁶³⁾ effettuati negli anni, tra cui quello nella più grande arena della corrida a Barcellona, l’aver mostrato in piazza a Madrid e in diverse capitali europee i corpi degli animali che vengono uccisi a causa dell’uomo, l’esserci incatenati alle porte di un macello per fermare le operazioni al suo interno e così via. Come dicevamo, se da un lato agli esordi della nostra organizzazione c’erano poche risorse, dall’altro la volontà instancabile di fare la differenza è stato il motore che ha permesso ad Animal Equality di crescere, di espandersi e di riunire al suo interno persone con gli stessi valori, costruendo strategie efficaci per mettere fine alle sofferenze degli animali.

Indice

Prefazione di <i>Peter Singer</i>	pag.	7
Parte I – L’invisibile reso visibile	pag.	13
Diario di un investigatore.....	pag.	15
Come abbiamo smesso di vedere gli animali	pag.	23
L’invisibile crudeltà dell’industria alimentare	pag.	31
Controversie	pag.	55
Il potere delle scelte individuali.....	pag.	67
Parte II – Dentro gli allevamenti intensivi.....	pag.	77
Diario di un’investigatrice	pag.	79
Dolore e privazione	pag.	83
Cuccioli al macello	pag.	89
Il paradosso del mare	pag.	99
Non solo carne.....	pag.	111

Parte III – L’industria delle bugie.....	pag. 123
Diario di un investigatore.....	pag. 125
Gli animali come prodotto	pag. 137
L’illusione del benessere animale.....	pag. 151
Non sono solo mele marce.....	pag. 167
Il potere autoevidente della verità	pag. 181
Parte IV – Costruire il cambiamento	pag. 193
Diario di un’investigatrice.....	pag. 195
Le origini del cambiamento	pag. 201
Abolire le gabbie.....	pag. 211
Stop alla strage dei pulcini maschi.....	pag. 223
Fermare la macellazione dei cavalli	pag. 235
<i>Foie gras</i> , fermare l’alimentazione forzata di anatre e oche	pag. 245
Conclusioni.....	pag. 257

Titolo: La fabbrica della carne. Il lato oscuro di allevamenti e macelli

Autore: Animal Equality

Editore: il Millimetro

Collana: Inchieste

Pubblicazione: 13 febbraio 2026

ISBN (versione cartacea): 979-1282062121

Copyright: © 2026 Animal Equality e il Millimetro — tutti i diritti riservati

Questo libro raccoglie e racconta il frutto del lavoro di Animal Equality: un'indagine approfondita, spesso svolta sotto copertura, che documenta con dati esclusivi cosa accade realmente all'interno di allevamenti intensivi e macelli. Attraverso testimonianze, report e studi scientifici il lettore viene accompagnato in un viaggio scomodo ma necessario, capace di mettere in discussione il nostro rapporto quotidiano con il cibo e con gli animali. Una lettura che informa, scuote e ispira, per chi vuole capire e per chi desidera agire.



Clicca qui o inquadra il qr code per acquistare il libro.
