

Il concetto di “benessere animale in allevamento” per i consumatori italiani: risultati di una indagine nazionale (aprile-maggio 2019)

Anna Pinto^a, Stefania Crovato^a, Giulia Mascarello^a, Silvia Marcolin^a, Valentina Rizzoli^a, Luigi Bertocchi^b, Licia Ravarotto^a

^a Formazione, Comunicazione e Servizi di Supporto, Istituto Zooprofilattico Sperimentale delle Venezie, Legnaro (PD)

^b Centro di Referenza Nazionale per il Benessere Animale, Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Lombardia e dell'Emilia-Romagna, Brescia

SUMMARY

Italian consumers' perception of "farm animal welfare": results of a national survey carried out between April and May 2019

Introduction

Consumers are paying more attention to industrial farming practices, which are often associated with food quality. This study aims at showing the main results of a survey carried out in order to investigate opinions and perceptions of Italian consumers about "farm animal welfare" in industrial supply chains.

Materials and methods

A semi-structured questionnaire was administered to a sample of Italian consumers using the CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) method between April and May 2019.

Results

A total of 1,004 questionnaires were collected. According to consumers' opinions, the concept of "farm animal welfare" includes several elements: physical-spatial (adequate spaces, good nutrition), emotional (absence of suffering), natural (possibility to express natural behaviours). Most respondents agree that 1) high quality food can derive only from free-range animals (81.4%) and 2) that their food choices can contribute to improving farm animal welfare (77.3%).

Conclusions

Results offer important indications for the implementation of communication strategies aimed at informing the citizen about the methods of industrial farming and at promoting informed choices to consumers.

Key words: farm animal welfare; consumer perception; food choices

apinto@izsvenezie.it

Introduzione

La preoccupazione pubblica nei confronti del benessere animale è notevolmente aumentata negli ultimi quarant'anni, specialmente nell'ultimo ventennio (1). Sempre più cittadini di tutto il mondo, in particolare nei Paesi sviluppati, pretendono trasparenza da parte di enti istituzionali e aziende private, esigendo sistemi produttivi etici e rifiutando di acquistare alimenti di origine animale che hanno implicato sfruttamento e sofferenza (1).

Il crescente interesse del consumatore rispetto alle modalità con cui gli animali vengono allevati a livello industriale (2) si è recentemente concentrato sui sistemi intensivi di allevamento, che si ritiene possano avere un impatto negativo non solo sul benessere animale (3) ma anche su sicurezza e qualità degli alimenti. Un animale che vive in condizioni di stress e scarso benessere, infatti, è maggiormente predisposto a malattie che potrebbero causare tossinfezioni alimentari nei consumatori (4).

Ma cosa intende il cittadino per "benessere animale in allevamento"? Diversi studi hanno cercato di rispondere a questa domanda. Evans e Miele (5), attraverso 48 focus group tenuti in

7 diversi Paesi europei, hanno mostrato come il concetto di "benessere animale" non sia ben definito, univoco e stabile nella percezione dei cittadini, ma piuttosto multiforme e mutevole in relazione al contesto in cui si genera. Dallo studio condotto, emerge come il "benessere animale" nell'opinione dei cittadini risulti influenzato da: qualità e sicurezza dei mangimi alimentari, sovrutilizzo di antibiotici, presenza di spazi adeguati con accessi all'aperto, possibilità di poter esplicitare i propri comportamenti naturali.

L'interpretazione che viene data al concetto "benessere animale in allevamento", pertanto, cambia considerevolmente tra individuo e individuo ed è influenzata da diversi aspetti, tra cui: le convinzioni e i valori personali, la conoscenza pregressa, gli interessi sociali e personali (6). L'interazione tra la componente soggettiva-personale e il contesto esterno in cui l'individuo si colloca determina la sua opinione nei confronti del "benessere animale", guidandone le scelte di consumo.

Il presente contributo intende descrivere alcuni risultati di un progetto di ricerca corrente finanziato dal Ministero della Salute volto ad indagare percezioni e conoscenze del consumatore

italiano rispetto al concetto “benessere animale in allevamento” e rispetto al legame “benessere animale-qualità degli alimenti”. I risultati emersi saranno funzionali alla progettazione e realizzazione di interventi comunicativi e formativi orientati all'efficacia, con l'obiettivo di favorire scelte consapevoli.

Materiali e metodi

Un questionario semi-strutturato è stato somministrato tramite metodo CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) tra il 27 aprile e il 6 maggio 2019 a un campione di cittadini residenti in Italia di età superiore ai 18 anni. Per la selezione dei rispondenti una ditta specializzata in indagini di mercato e sondaggi d'opinione ha impiegato un campionamento per quote degli appartenenti al panel (database online di contatti di consumatori italiani in possesso della ditta stessa) per genere, classe d'età e area di residenza, in linea con le classificazioni fornite dall'Istituto Nazionale di Statistica (Istat) al 1° gennaio 2019. La popolazione di riferimento era pertanto costituita dagli appartenenti al panel online Opinione.net, distribuito su tutto il territorio nazionale e profilato rispetto alla distribuzione della popolazione italiana. Il reclutamento del panel è avvenuto sia direttamente, tramite intervista CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) e/o CAMI (Computer Assisted Mobile Interviewing), sia indirettamente attraverso l'iscrizione al portale www.opinione.net. Prima del lancio, il questionario è stato pre-testato da 6 consumatori al fine di verificarne la chiarezza dei quesiti ed eliminare eventuali punti critici.

All'interno del questionario sono state indagate le seguenti dimensioni: 1) percezione del benessere animale in allevamento, 2) percezione e preferenze di acquisto relativamente ai prodotti di origine animale e benessere animale, 3) percezione della normativa inerente i controlli ufficiali, 4) dati socio-anagrafici. Prima di indagare la seconda dimensione, è stato chiesto ai rispondenti se consumassero i seguenti prodotti: carne (bianca e/o rossa) e derivati, prodotti della pesca e derivati, latte e derivati, uova. Sulla base delle risposte emerse i rispondenti sono stati classificati in: onnivori, vegetariani (non consumano né carne né pesce), vegani (non consumano nessuno degli alimenti proposti). Solo coloro che hanno dichiarato di consumare almeno un prodotto di origine animale hanno risposto alle domande relative alla dimensione “percezione e preferenze di acquisto relativamente ai prodotti di origine animale e benessere animale”. I quesiti relativi alle altre dimensioni indagate sono invece stati sottoposti a tutti gli intervistati,

indipendentemente dal regime alimentare seguito. Nel presente studio l'attenzione è stata posta sulla percezione dei consumatori in relazione al benessere animale e sui comportamenti d'acquisto; non sono pertanto presenti i risultati relativi alla dimensione “percezione della normativa inerente i controlli ufficiali”, in quanto considerati marginali rispetto agli obiettivi del presente contributo.

Le variabili a risposta chiusa sono state analizzate tramite statistiche di sintesi univariate e bivariate ed elaborate mediante il software SPSS (Statistical Package for Social Science) versione 25.0. Le variabili a risposta aperta sono state elaborate attraverso tecniche di analisi automatica dei testi applicate mediante il software Iramuteq (versione 0.7 alpha 2).

Risultati Il campione

Hanno preso parte all'indagine 1.004 consumatori italiani su 1.370 invitati (tasso di risposta pari al 73,3%, tasso di rifiuto pari al 26,7%). La maggior parte del campione è di genere femminile (51,3%), ha un'età compresa tra i 36 e i 55 anni (44,2%), risiede nel Nord-Ovest (26,3%), vive in un Comune con ampiezza superiore ai 250.000 abitanti (23,2%), ha un diploma di scuola secondaria superiore (51,6%), ha un'occupazione (60,1%), fa fronte con qualche difficoltà alle spese del nucleo familiare (48,7%) (Tabella).

Per quanto riguarda il regime alimentare seguito, il 97,4% (n. 978) dei rispondenti è onnivoro, il 2,1% (n. 21) vegetariano, lo 0,5% (n. 5) vegano.

Opinioni e percezioni nei confronti del “benessere animale”

All'inizio del questionario i rispondenti sono stati invitati a spiegare cosa essi intendano per “benessere animale”. Dall'analisi automatica dei testi condotta, è stato possibile classificare le risposte in quattro aree tematiche in cui viene fatto riferimento a:

- garanzia e tutela della salute dell'animale (ad esempio, presenza di spazi adeguati, buona alimentazione)
- cura dell'animale (rispettandolo come fosse parte integrante della famiglia)
- protezione dell'animale dalla sofferenza
- garanzia della qualità della vita dell'animale in generale (ad esempio, fornendo la possibilità di esprimere i comportamenti specie-specifici, promuovendo il benessere psicologico dell'animale oltre che quello fisico).

I rispondenti alla domanda “indica, a tuo parere, come sono le condizioni di benessere in cui vivono gli animali in ciascuna delle seguenti

Tabella - Caratteristiche sociodemografiche dei rispondenti al questionario sul benessere animale in allevamento (n. 1.004)

Caratteristiche	n.	%
Sesso		
Femminile	515	51,3
Maschile	489	48,7
Età (classi)		
18-22	55	5,5
23-35	230	22,9
36-55	444	44,2
56-75	275	27,4
Area geografica		
Nord-Ovest	264	26,3
Nord-Est	187	18,6
Centro	185	18,4
Sud	248	24,7
Isole	120	12,0
Ampiezza del Comune di residenza		
< 10.000	221	22,0
10.001-30.000	209	20,8
30.001-100.000	225	22,4
100.001-250.000	116	11,6
> 250.000	233	23,2
Titolo di studio		
Licenza di scuola elementare	3	0,3
Licenza di scuola media inferiore	100	10,0
Qualifica professionale	71	7,1
Diploma di scuola secondaria superiore	518	51,6
Diploma universitario/laurea triennale	104	10,4
Laurea magistrale/specialistica	156	15,5
Specializzazione post laurea/Master/Dottorato	52	5,2
Capacità del nucleo familiare di far fronte alle spese		
Molto facilmente	44	4,4
Abbastanza facilmente	388	38,6
Con qualche difficoltà	489	48,7
Con molte difficoltà	83	8,3

filieri industriali" (opzioni di risposta: "ottime", "buone", "scarse", "pessime", "non so") hanno indicato che gli animali allevati nelle peggiori condizioni di benessere sono i polli da carne (circa il 35%, n. 356, attribuisce agli allevamenti di polli da carne condizioni di benessere scarse, mentre circa il 38%, n. 380, pessime) e i suini (circa il 40%, n. 397, attribuisce agli allevamenti di suini condizioni di benessere scarse, mentre circa il 32%, n. 319, pessime); viceversa, ritengono che i pesci di allevamento e gli ovini siano le filiere che vivono nelle migliori condizioni di benessere.

È stato chiesto quindi di esprimere il proprio grado di accordo ("molto d'accordo", "abbastanza d'accordo", "poco d'accordo", "per nulla d'accordo") rispetto ad alcune affermazioni riguardanti il benessere animale. La maggior parte del campione

(81,4%, n. 817) è molto o abbastanza d'accordo sul fatto che solo gli animali allevati in libertà (ossia secondo il loro stato naturale) diano origine ad alimenti di qualità e sul fatto che le proprie scelte alimentari possano contribuire al miglioramento del benessere animale (77,3%, n. 776).

Comportamenti di acquisto

Ai consumatori onnivori e vegetariani (n. 999) è stato chiesto se sarebbero disposti a pagare un prezzo maggiorato per gli alimenti di origine animale prodotti nel rispetto del loro benessere. Il 94,2% di loro, pari a 941 rispondenti, ha risposto positivamente. In particolare, il 46,6% (n. 466) ha risposto "sì, sicuramente", mentre il 47,6% (n. 475) "sì, ma solo se migliorasse anche la qualità del prodotto" (Figura 1).

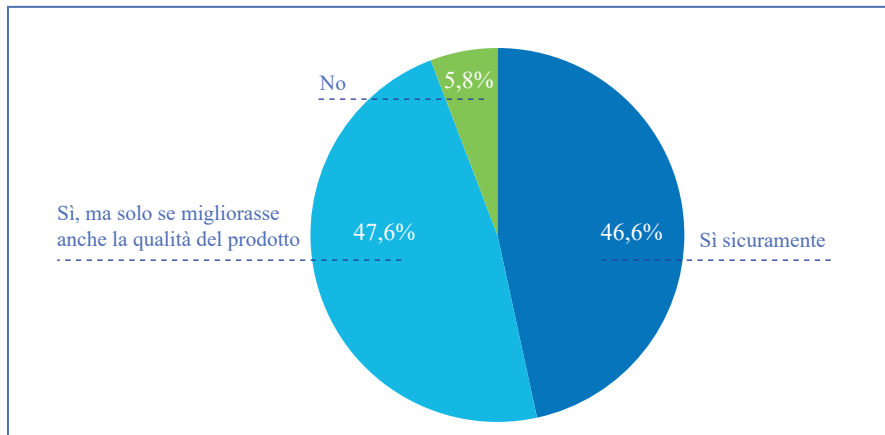


Figura 1 - Distribuzione dei rispondenti alla domanda: saresti disposto a pagare a un prezzo maggiorato gli alimenti di origine animale prodotti nel rispetto del benessere animale? (n. 999)

Alla richiesta di specificare quanto sarebbero disposti a pagare questi alimenti, la maggior parte dei rispondenti di entrambi questi sottogruppi ha dichiarato di essere disposta a pagare fino al 10% (n. 481) in più (Figura 2).

Discussione e conclusioni

L'indagine condotta ha permesso di studiare le opinioni e le percezioni del consumatore italiano in relazione al benessere animale in allevamento. Sebbene il campione intervistato non sia rappresentativo della popolazione italiana, in quanto selezionato a partire da un panel online, il fatto che nella raccolta delle interviste sia stato utilizzato un campionamento per quote in linea con

le classificazioni fornite dall'Istat al 1° gennaio 2019, rende il campione intervistato effettivamente molto simile alla popolazione italiana.

Nel descrivere il "benessere animale" i consumatori italiani fanno riferimento a diverse dimensioni ovvero: la dimensione fisico-spaziale (presenza di spazi adeguati, buona alimentazione), la dimensione emotiva (assenza di sofferenza), la dimensione naturale (possibilità di esprimere i propri comportamenti naturali). Le definizioni date dai rispondenti richiamano di fatto le 5 libertà (libertà dalla fame e dalla sete, libertà di essere mantenuto in un ambiente confortevole, libertà dalla paura e dallo stress, libertà dalle malattie, libertà di esprimere i comportamenti tipici della

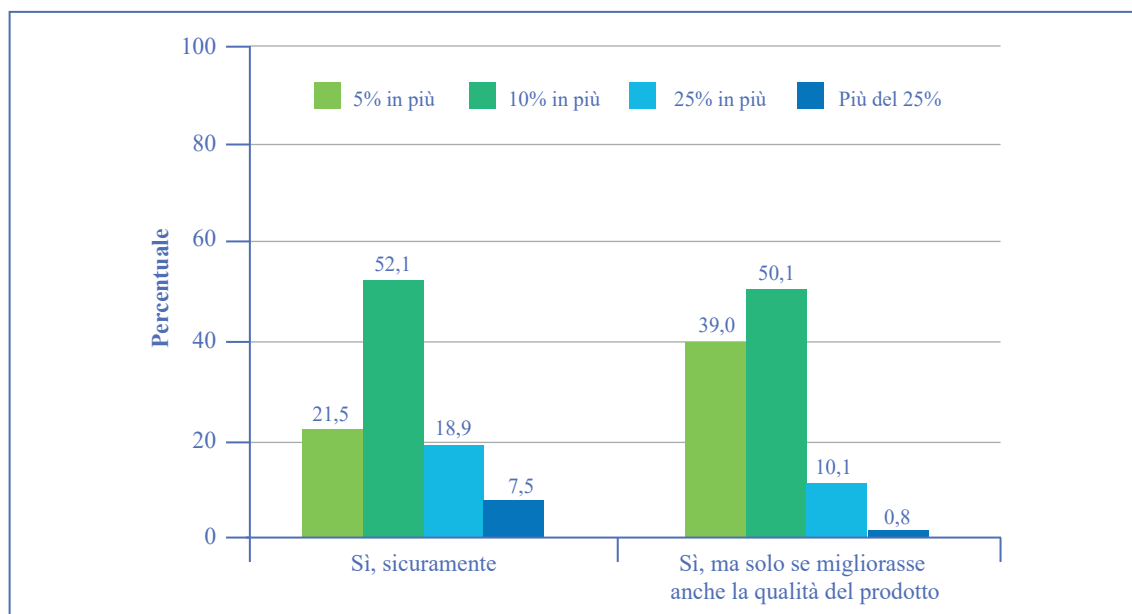


Figura 2 - Distribuzione dei rispondenti alla domanda: quanto saresti disposto a pagare gli alimenti di origine animale prodotti nel rispetto del benessere animale? (n. 941)

specie) enunciate nel Brambell report (7), mettendo in luce la multidimensionalità, già evidenziata in letteratura, di questo fenomeno.

Per quanto riguarda le condizioni di benessere animale in allevamento, è interessante osservare l'opposta percezione che hanno i consumatori nei confronti dei polli da carne e dei pesci: ritengono che i primi vivano nelle peggiori condizioni di benessere, i secondi nelle migliori. Secondo la relazione annuale del Piano Nazionale Integrato 2018 le Regioni e le Province Autonome, attraverso i Servizi veterinari delle AUSL, hanno ispezionato 525 su 2.591 aziende di polli da carne. Dai controlli effettuati sono state rilevate 27 non conformità rispetto alla normativa sulla protezione degli animali negli allevamenti (8). L'elevato numero di controlli sul territorio nazionale e il ridotto numero di non conformità rilevate appare in contrasto con la percezione del campione intervistato. Una possibile spiegazione della percezione negativa dei consumatori potrebbe derivare dal maggior spazio mediatico riservato al benessere animale negli allevamenti avicoli rispetto al settore ittico. Tuttavia va anche considerato che le specie ittiche manifestano con meno evidenza segnali di malessere e sofferenza, sollecitando quindi una minore emozionalità. Questo aspetto merita sicuramente ulteriori approfondimenti per individuare i principi fondanti e le motivazioni alla base di questa percezione che verosimilmente influiscono notevolmente sulle scelte etiche e, di conseguenza, alimentari.

Dallo studio svolto è emerso, inoltre, che i consumatori, in linea con quanto affermato in letteratura (9, 10), ritengono ci sia un'associazione tra benessere animale e qualità degli alimenti. Essa risulta fortemente legata alle pratiche di allevamento: la maggior parte dei consumatori, infatti, sostiene che solo gli animali lasciati vivere in situazioni naturali, ritenute di libertà, diano origine ad alimenti di qualità. Sarebbe interessante approfondire in futuro gli aspetti della qualità degli alimenti (11) che sono effettivamente associati al benessere animale nell'opinione del consumatore.

È interessante osservare, infine, come il campione di consumatori, quando gli viene chiesto se sarebbe disposto a pagare a un prezzo maggiorato gli alimenti di origine animale prodotti nel rispetto del loro benessere, si divide equamente tra coloro che si dichiarano disposti senza condizioni aggiuntive e coloro che invece si dichiarano disposti, ma solo se venisse garantito il miglioramento della qualità del prodotto. La disponibilità del consumatore a pagare a fronte di un miglioramento del benessere animale è un tema ampiamente discusso in letteratura

(12). Sebbene tale propensione del consumatore fornisca un'utile informazione circa quello che potrebbe essere il suo atteggiamento, non dà indicazioni su quello che potrebbe essere il suo reale comportamento, che andrebbe analizzato con opportune tecniche di indagine.

Dall'approccio seguito emerge l'importanza del confronto di opinioni sul benessere animale da parte di gruppi che seguono regimi alimentari diversi: nel presente studio non sono state approfondite le differenze tra consumatori onnivori, vegetariani e vegani a causa del basso numero di consumatori vegani rispondenti. Ricerche future, con campionamenti e obiettivi mirati, dovranno invece approfondire questi aspetti, poiché alla base degli stili alimentari sempre più vi sono convinzioni non sempre fondate su basi scientifiche ed etiche, in merito alle quali la comunicazione può esercitare un ruolo fondamentale.

Da questo contributo si evince la necessità di informare il cittadino sulle pratiche di allevamento adottate in Italia a tutela del benessere animale. La sinergia tra istituzioni, ricerca scientifica e operatori del settore (veterinari, allevatori, ecc.), che a vario titolo si adoperano per una sempre maggiore tutela del benessere degli animali, è fondamentale per favorire l'adozione di scelte alimentari consapevoli.

Citare come segue:

Pinto A, Crovato S, Mascarello G, Marcolin S, Rizzol V, Bertocchi L, et al. Il concetto di "benessere animale in allevamento" per i consumatori italiani: risultati di un'indagine nazionale (aprile-maggio 2019). *Boll Epidemiol Naz* 2020;1(2):9-14.

Conflitti di interesse dichiarati: nessuno.

Finanziamenti: Ministero della Salute (IZSve RC 14/17).

Authorship: tutti gli autori hanno contribuito in modo significativo alla realizzazione di questo studio nella forma sottomessa.

Riferimenti bibliografici

1. Broom DM. Policy Department C: Citizens' Rights and Constitutional Affairs. *Animal Welfare in the European Union*. Brussels: European Union; 2017. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/583114/IPOL_STU\(2017\)583114_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/583114/IPOL_STU(2017)583114_EN.pdf); ultimo accesso 16/11/2020.
2. European Commission. *Special Eurobarometer 442 Report. Attitudes of Europeans towards Animal Welfare*. Brussels: European Commission; 2016.
3. Vanhonacker F, Verbeke W. Public and consumer policies for higher welfare food products: challenges and opportunities. *J Agric Environ Ethics* 2014;27:153-71. doi: 10.1007/s10806-013-9479-2
4. European Food Safety Authority. *Benessere degli animali*. <https://www.efsa.europa.eu/it/topics/topic/animal-welfare>; ultimo accesso 16/11/2020.

5. Evans AB, Miele M. Enacting public understandings: The case of farm animal welfare. *Geoforum* 2019;99:1-10. doi.org/10.1016/j.geoforum.2018.12.013
6. Te Velde H, Aarts N, Van Woerkum C. Dealing with ambivalence: farmers' and consumers' perceptions of animal welfare in livestock breeding. *J Agric Environ Ethics* 2002;15:203-19. doi.org/10.1023/A:1015012403331
7. Brambell FW. *Report of the Technical Committee to Enquire into the Welfare of Animals kept under Intensive Livestock Husbandry Systems*. London: Her Majesty's Stationary Office; 1965.
8. Ministero della Salute. Relazione annuale al Piano Nazionale Integrato (PNI); 2018. <http://www.salute.gov.it/relazioneAnnuale2018/dettaglioRA2018.jsp?cap=capitolo1&sez=ra18-1-benessere&id=2050> ultimo accesso 16/11/2020.
9. Verbeke W. Stakeholder, citizen and consumer interests in farm animal welfare. *Anim Welf* 2009;18(4):325-33.
10. European Commission. Attitudes of EU citizens towards Animal Welfare. Special Eurobarometer 270; 2007. Wave 66.1.TNS Opinion and Social. https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_270_en.pdf; ultimo accesso 16/11/2020.
11. Mascarello G, Pinto A, Parise N, Crovato S, Ravarotto L. The perception of food quality. Profiling Italian consumers. *Appetite* 2015;89:175-82. doi: 10.1016/j.appet.2015.02.014
12. Clark B, Stewart G, Panzone L, Kyriazakis I, Frewer L. Citizens, consumers and farm animal welfare: A meta-analysis of willingness-to-pay studies. *Food Policy* 2017;68:112-27. doi.org/10.1016/j.foodpol.2017.01.006