



# Il consumatore europeo e il benessere animale

Indagine di Slow Food sui consumi  
e le abitudini di acquisto della carne  
in funzione della percezione  
dell'animal welfare

a cura di  
Danielle Borra  
Martina Tarantola



FRANCOANGELI

*Agricoltura e benessere*

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



# **Agricoltura e benessere**

---

La collana si propone di divulgare i risultati di studi e ricerche su tematiche di frontiera per l'agricoltura. L'intento è quello di favorire un maggiore orientamento del settore verso la sostenibilità in tutte le sue declinazioni e di offrire approfondimenti scientifici fondati su un approccio multidisciplinare a temi che spaziano dalla *food safety* alla *food quality*, dalla tutela della salute alle questioni di bioenergia, dalla multifunzionalità allo sviluppo rurale e territoriale.

In particolare, la collana si pone l'obiettivo di promuovere il dibattito scientifico sull'agricoltura moderna, valorizzando contributi alla scienza dell'economia agraria e dell'estimo che presentino caratteristiche di originalità, sia dal punto di vista metodologico e scientifico, sia come apporti all'operatore pubblico e alle imprese in termini di elaborazione delle strategie volte al miglioramento del benessere socio-economico, ambientale, territoriale e generazionale.

Tutti i volumi pubblicati in collana sono sottoposti a double blind peer review.

## **Coordinatori**

Dario Casati, Gian Paolo Cesaretti, Augusto Marinelli

## **Comitato Scientifico**

Enrico Giovannini, professore ordinario di Statistica Economica – Università degli Studi di Roma "Tor Vergata".

Adriano Giannola, professore ordinario di Economia bancaria – Università di Napoli "Federico II".

Rosanna Abbate, professore ordinario di Medicina Interna – Università degli Studi di Firenze.

Paolo Inglese, professore ordinario di Colture Arboree – Università degli Studi di Palermo.

Mario Morcellini, professore ordinario di Sociologia della comunicazione – Università degli Studi di Roma "La Sapienza".

Amedeo Reyneri, professore ordinario di Agronomia e coltivazioni erbacee – Università degli Studi di Torino.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

# **Il consumatore europeo e il benessere animale**

Indagine di Slow Food sui consumi  
e le abitudini di acquisto della carne  
in funzione della percezione  
dell'animal welfare

a cura di  
**Danielle Borra**  
**Martina Tarantola**

*Agricoltura e benessere*

**FRANCOANGELI**

Copyright © 2015 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

# INDICE

<b>Premessa</b> , di <i>Piero Sardo</i>	pag.	7
<b>1. Introduzione</b> , di <i>Andrea Dal vecchio, Beatrice Marelli, Valentina Merlino e Martina Tarantola</i>	»	9
1.1. I fondamentali	»	9
1.2. La definizione di benessere animale	»	11
1.3. Percezione del consumatore e benessere animale	»	12
<b>2. Materiali e metodi</b> , di <i>Danielle Borra, Beatrice Marelli, Stefano Massaglia, Valentina Merlino e Martina Tarantola</i>	»	15
<b>3. Il campione</b> , di <i>Danielle Borra, Beatrice Marelli, Valentina Merlino e Martina Tarantola</i>	»	17
3.1. Caratteristiche del campione	»	20
3.1.1. Oltre ad essere socio Slow Food, sei socio di un'associazione animalista/ambientalista?	»	27
3.1.2. Sei favorevole alla caccia?	»	29
3.1.3. Possiedi animali da compagnia?	»	30
3.1.4. Hai mai ucciso animali per nutrirti?	»	31
3.1.5. Hai mai visitato un allevamento?	»	32
3.1.6. Hai mai visitato un macello?	»	34
3.2. Caratteristiche del campione: quale tipologia di carne consumi e con quale frequenza?	»	36
<b>4. Classificazione dei consumatori di carne</b> , di <i>Beatrice Marelli, Stefano Massaglia, Valentina Merlino e Martina Tarantola</i>	»	40
4.1. Profilo degli intervistati che non consumano carne	»	41

4.1.1. Alimenti alternativi alla carne	pag.	49
4.2. I piccoli consumatori di carne	»	51
4.3. I medi consumatori di carne	»	62
4.4. I grandi consumatori di carne	»	72
<b>5. Il consumatore europeo e il benessere animale</b> , di <i>Danielle Borra, Beatrice Marelli, Valentina Merlino e Martina Tarantola</i>	»	83
5.1. La percezione del benessere per le diverse classi di consumatori	»	83
5.2. Il comportamento d'acquisto del consumatore in base alla sua percezione di benessere animale	»	108
<b>6. Conclusioni</b> , di <i>Danielle Borra, Andrea Dal vecchio, Beatrice Marelli, Stefano Massaglia, Valentina Merlino e Martina Tarantola</i>	»	115
<b>Ringraziamenti</b>	»	128
<b>Bibliografia</b>	»	129
<b>Gli autori</b>	»	133



# PREMESSA

di *Piero Sardo*

Un cane lupo, bello, grosso, legato ad una catena di due o tre metri, e poco lontano sulla strada un branco variegato di cani randagi alla ricerca disperata di cibo, come sempre del resto i cani randagi. Questo contrasto, visto in una capitale del mediterraneo del sud, ma riproponibile in moltissime città, mi ha dato da pensare. Preciso che quel cane lupo ad un certo punto viene avvicinato da un uomo che lo coccola, lo trasferisce all'ombra e gli riempie la ciotola di cibo. Tutto bene, ma non appena il padrone se ne va, il cane riprende a girare ossessivamente intorno all'albero cui è legato. I randagi si intrufolano ovunque, annusano, brontolano, guardano i passanti con avidità, a volte vengono cacciati a calci. Il cane lupo vivrà a lungo, questi randagi hanno la vita breve e in più debbono sopportare numerose baruffe. Ora rispondete: quale gode di maggior benessere? È evidente che la domanda dovremmo rivolgerla ai cani medesimi, ma non è questo l'importante, anche se potessero rispondere. La domanda è rivolta a noi umani che osserviamo la scena: quale dei due soggetti secondo noi è il più felice? Difficile rispondere, vero? Se ci facciamo trasportare da una sorta di romanticismo naturalista, risponderemmo: i randagi godono di maggior benessere, la libertà è un valore incomparabile. Salvo poi incontrarli feriti su un ciglio di strada, magri, malati e allora scatterebbe la pietà e il pragmatismo: meglio una dorata prigionia. E in questa dicotomia sta tutta la difficoltà nel ragionare di benessere animale e di conseguenza la difficoltà di operare e di legiferare in merito. Siamo naturalmente portati ad umanizzare il concetto di benessere, a farne una proiezione della nostra soggettività, ma così facendo non rendiamo un buon servizio alla causa. Il contadino che alleva animali e che vive grazie a quel lavoro, avrà un concetto strettamente funzionale al suo interesse: opera perché vivano bene in relazione al fine che dovranno garantire, latte, carne, lana o pelle che sia. L'hobbista che vuole ricreare una sorta di piccolo eden nel suo giardino, avrà una visione total-

mente differente del problema, cercherà di imitare il più possibile la vita in natura, senza mai riuscirci, ovviamente. Nessuno dei due infierisce sugli animali stessi e si guarda bene dal ferirli o affamarli: ma stiamo parlando dello stesso concetto di benessere? Evidentemente no. Ma allora dove sta la “linea di condotta”, come direbbe Bertolt Brecht? Sta nel verificare quale sia lo stato dell’arte, almeno nei paesi sviluppati, e sulla base di questa verifica – statistica e non emotiva – cercare il percorso da seguire. Supportandolo di tutte le informazioni scientifiche possibili, ma ben consapevoli che ci troviamo in un campo etico, non economico, e che se le ragioni dell’etica non prevalgono su quelle economiche, se questi ragionamenti non diventano un patrimonio culturale sempre più condiviso, non ci sarà legge in grado di cambiare le cose. Cambiano se i soggetti cambiano e indubbiamente se si guarda al passato molti sono stati i passi avanti. Ma finché non avremo la risposta convincente al quesito del cane lupo e dei randagi, non avremo ancora gli strumenti intellettuali utili per un passo in avanti.

Io una risposta ce l’ho, ma non la scrivo qui, preferirei parlarne in qualche occasione di incontro. Ma è la mia, nulla di più.

La fondazione Slow Food per la Biodiversità, di cui sono il presidente, è attivamente impegnata da molti anni nella promozione di un approccio olistico al cibo e all’agricoltura: le buone pratiche a vantaggio del benessere animale sono un aspetto fondamentale di questo approccio. Esse sono importanti non soltanto perché rispettano gli animali in quanto esseri senzienti, ma anche perché costituiscono un valore aggiunto per gli allevatori, i consumatori e l’ambiente. Con questo libro la Fondazione si è posta l’obiettivo ambizioso di indagare fra i suoi soci quanto la percezione che loro hanno del benessere degli animali possa influenzare i loro acquisti.

*Piero Sardo*

Presidente della Fondazione  
*Slow Food* per la Biodiversità Onlus

# 1. INTRODUZIONE

di *Andrea Dal Vecchio, Beatrice Marelli, Valentina Merlino*  
e *Martina Tarantola*

Scopo della ricerca presentata in questo volume è stato investigare le abitudini e le scelte di consumo alimentare dei cittadini dell'Unione Europea. In particolare, al fine di comprendere come il concetto di benessere animale possa, o meno, influenzare e determinare comportamenti tipici e diffusi nell'acquisto e consumo di alcuni alimenti, come la carne, nel 2013 è stato avviato uno studio che ha coinvolto 28 Paesi dell'Unione. Il campione di consumatori considerato si è costituito sulla base dell'appartenenza volontaria a "Slow Food", un'associazione nata per la tutela della cultura legata al cibo, al territorio da cui nasce un alimento e alle sue tradizioni. Poiché tra i punti focali della *mission* di questa associazione vi è la promozione di modelli alimentari che operino nel rispetto dell'ambiente, si presuppone che i consumatori interpellati, proprio perché vicini a questa preferenza di base, siano più sensibili al concetto di benessere animale, inteso come indice della qualità perseguita durante l'intero processo di produzione del cibo medesimo.

## 1.1. I fondamenti

L'attenzione della normativa verso le tematiche inerenti il benessere degli animali da reddito trova fondamento agli inizi del XIX secolo, con la promulgazione di leggi specifiche volte a reprimere azioni di crudeltà, diffuse a seguito dell'avvento di forme intensive di allevamento nei paesi di giovane industrializzazione

Risale però solo al 1964 la pubblicazione del libro di Ruth Harrison "Animal machine" (Harrison, 1964), dove con il termine "factory farm" l'autrice sollevò per prima la questione etica del benessere degli animali

allevati intensivamente, con grande impatto e interesse da parte dell'opinione pubblica. Conseguentemente, il governo inglese commissionò ad un gruppo di ricercatori la stesura di un rapporto inerente alla questione "benessere animale". L'indagine si concluse l'anno successivo, nel 1965, con la pubblicazione del Brambell Report (Brambell, 1965), in cui si enunciava il principio delle cinque libertà animale, linee guida per l'allevamento su base etica e scientifica (ripreso poi dal British Farm Animal Welfare Council nel 1979). Le 5 libertà, ancor oggi portate a fondamento del concetto di benessere, sono:

- libertà dalla fame e dalla sete e dalla malnutrizione, garanzia cioè di disponibilità di acqua e l'apporto di una dieta equilibrata;
- libertà dal disagio, disponibilità di un ambiente appropriato con ricoveri e aree di riposo confortevoli;
- libertà dal dolore, lesioni e malattie, attraverso la prevenzione, la diagnosi e una terapia tempestiva;
- libertà di poter manifestare il proprio repertorio comportamentale, attraverso la disponibilità di spazi adeguati e la vicinanza con altri animali della propria specie;
- libertà dalla paura, ovvero libertà da condizioni che portino all'insorgere di inutili sofferenze.

La questione legata al benessere animale si è poi evoluta nel tempo, e l'attenzione in merito a queste tematiche, sempre crescente da parte dell'opinione pubblica, ha permesso la formazione di un substrato culturale, etico e scientifico, che ha portato nel 1976 a Strasburgo alla stesura della "Convenzione europea sulla protezione degli animali negli allevamenti". È di due anni successiva, invece, la presentazione a Bruxelles della "Dichiarazione universale dei diritti dell'animale", proclamata a Parigi il 15 ottobre dello stesso anno, presso la sede UNESCO, come riferimento normativo a tutela dell'animale da qualsiasi tipo di sofferenza, statuente contemporaneamente l'impegno comunitario per la garanzia di una stabulazione, nutrizione e sistema di gestione adatti ai bisogni fisiologici ed etologici degli animali, in conformità con le più moderne conoscenze scientifiche. Attualmente, l'orientamento comunitario sulle pratiche di tutela del benessere degli animali da reddito trova sostegno nel Trattato di Amsterdam (1997) e nel Trattato di Lisbona (2009); entrambi identificano l'animale come un essere senziente che deve essere protetto da forme di maltrattamento e a cui devono essere garantite le migliori condizioni di vita in allevamento.

In particolare, si ricorda come nel trattato di Lisbona, all'articolo 13, venga dichiarato quanto segue:

Nella formulazione e nell'attuazione delle politiche dell'Unione nei settori dell'agricoltura, della pesca, dei trasporti, del mercato interno, della ricerca e sviluppo tecnologico e dello spazio, l'Unione e gli Stati membri tengono pienamente conto delle esigenze in materia di benessere degli animali in quanto esseri senzienti, rispettando nel contempo le disposizioni legislative o amministrative e le consuetudini degli Stati membri per quanto riguarda, in particolare, i riti religiosi, le tradizioni culturali e il patrimonio regionale.

Inoltre, nel 2004 si è svolta a Parigi la Conferenza Mondiale sul Benessere Animale, a cura dell'*Organizzazione mondiale della sanità animale* (OIE), organismo intergovernativo costituito da 164 paesi, la cui fondazione risale al 1924. Con la partecipazione di delegati da 60 nazioni in rappresentanza di Servizi Veterinari, Istituti di Ricerca, Organizzazioni Non Governative, Istituzioni Internazionali, si è stabilito in questa sede che l'OIE sarebbe diventato il soggetto coordinatore delle politiche e delle linee guida per la tutela degli animali, poi obbligatorie per gli stati membri. Il benessere animale è diventato, così, una parte integrante della strategia della Commissione Europea per quanto riguarda la Politica Agricola Comunitaria; basti ricordare che tra il 2000 ed il 2008, l'Unione ha stanziato 70 milioni di euro all'anno per sostenere tale ambito (destinato per il 71% come misura di sostegno economico ad agricoltori e allevatori).

Anche la FAO, infine, si sta impegnando ad aumentare la consapevolezza riguardo la necessità di una maggior tutela del benessere animale, in particolare nei paesi in via di sviluppo. Individuato quale fattore di crescita, in grado di incrementare i livelli di nutrizione, nonché la produttività agricola, migliorare la vita delle popolazioni rurali e contribuire alla crescita economica mondiale, il benessere animale porta verso considerazioni plurime il dibattito scientifico attorno al tema della sostenibilità (FAO Report, 2008). Numerose sono, infatti, le attestazioni di un necessario ripensamento in chiave critica dell'allevamento intensivo, su scala locale e globale, a partire dalla relazione tra zootecnia ed effetto serra (FAO Report, 2013; Gerber *et al.*, 2013; Goodland e Anhang, 2009), così come appare forte la necessità di una presa di coscienza collettiva dell'incidenza del consumo e della produzione di carne sul bilancio ecosistemico (Weber e Matthews, 2008).

## **1.2. La definizione di benessere animale**

Per quanto il concetto di benessere animale trovi le sue radici nella seconda metà del secolo scorso, con le prime riflessioni sulla già citata "animal machine", passando da una prima fase arcaica in cui il rapporto uomo-

animale era di tipo magico totemico all'attuale concezione che riconosce a tutti gli animali una capacità di intendere e volere (Ballarini, 1998), una definizione vera e propria che non dia adito ad alcun tipo di incertezza o dubbio in merito, non è stata ancora codificata dagli studiosi del settore. Ciò è dovuto al fatto che questo concetto è stato inteso diversamente dai ricercatori in funzione del maggior o minor peso che essi hanno voluto attribuire alle diverse componenti fisiologiche e psicologiche dell'animale. È pertanto possibile trovare in bibliografia una moltitudine di differenti definizioni, elaborate nel tempo in considerazione dell'evoluzione delle conoscenze sulla fisiologia ed etologia degli animali, e in particolare, sulla capacità di percepire l'ambiente e quindi di reagire ad esso mediante stati emozionali, fino a sviluppare una sofferenza mentale-psichica, oltre che fisica. Al fine della presente trattazione, si farà riferimento a quella che probabilmente risulta essere la definizione più completa quella di Broom e Johnson, del 1993 (Broom and Johnson, 1993). Secondo questi studiosi, il benessere animale è

[...] lo stato di un individuo in rapporto ai suoi tentativi di adattarsi all'ambiente [...].

Tale definizione comprende sia l'ambiente di allevamento che la sua gestione, considerando l'animale come soggetto dotato di propria sensibilità. A partire da questa accezione, può essere meglio compreso il concetto antitetico a quello di benessere, cioè quello di stress, in qualità di effetto ambientale su un individuo che sovraccarica i suoi sistemi di controllo e regolazione e riduce o sembra ridurre la sua efficienza (Amadori *et al.*, 1997). Secondo l'opinione della maggior parte degli esperti, il benessere animale è quindi un equilibrio tra l'individuo e l'ambiente che lo circonda. Con il termine ambiente si intende non solo l'ambiente fisico, ma anche un insieme di fattori quali l'ambiente sociale, la presenza di predatori e patologie che possono colpire l'individuo. L'effetto dell'interazione tra tali fattori e l'animale si traduce in una difficoltà di adattamento e conseguente riduzione delle performance produttive e riproduttive (Macrì, 2012).

### **1.3. Percezione del consumatore e benessere animale**

Alla luce di quanto detto, l'analisi della percezione del consumatore riguardo il benessere animale è importante per comprenderne e predirne il comportamento. Come ricordato da Knight e Barnett (2008), gli atteggiamenti

menti dei consumatori sono generalmente influenzati dai valori, individuali e collettivi, nonché dalle regole sociali, che possono determinare le modalità con cui i singoli individui o gruppi di persone si relazionano con una moltitudine di aspetti del vivere quotidiano. Gli stessi autori suggeriscono come gli atteggiamenti delle persone rispetto agli animali possano variare in funzione della tipologia di animale e della sua destinazione funzionale. Mentre alcuni credono che tutti gli animali debbano essere trattati equamente, molti altri apportano delle distinzioni tra le diverse specie. Questa gerarchia è definita in funzione di come l'animale venga utilizzato, della sua intelligenza, di come appaia agli occhi delle persone, ma, soprattutto, in funzione della storia di addomesticazione dell'animale da parte dell'uomo. Ad esempio, i test per i prodotti cosmetici sugli animali sono visti dalla popolazione generalmente come un atto di sfruttamento, piuttosto negativo, essendo considerati non strettamente necessari alla sopravvivenza umana e prodotto di lusso. Per contro, la sperimentazione animale in campo medico finalizzata alla ricerca oncologica è vista come decisamente più importante per la salute dell'uomo e, pertanto, maggiormente tollerata. Lo studio di Knight e Barnett del 2008 riveste un ruolo molto importante nell'indagine sui consumi alimentari, in quanto mette in luce le modalità attraverso cui gli animali di allevamento e il loro utilizzo siano percepiti dalla società. Gli animali utili all'uomo sono, infatti, percepiti intorno alla metà di una scala gerarchica ipotetica di preferenze e attaccamento emotivo, in quanto le persone, di norma, accettano il ricorso all'allevamento come fonte alimentare. Esiste, tuttavia, una quota sempre crescente di popolazione che ritiene fondamentale che anche agli animali allevati per scopi alimentari debba essere riservata un'esistenza migliore di quella a cui sono costretti dall'attuale comparto produttivo industriale. Dal rapporto dell'Eurobarometro (indagine svolta in 27 Paesi europei, destinata a valutare l'atteggiamento dei consumatori nei riguardi del benessere degli animali d'allevamento; Eurobarometro n. 229: *Attitudes of consumers towards the welfare of farmed animals* giugno 2005), risulta che la percezione degli cittadini europei nei riguardi del benessere animale e della sua protezione sia molto differenziata (Toma *et al.*, 2012). Sebbene gli atteggiamenti e le propensioni generali a livello psicologico nei confronti del benessere animale siano abbondantemente documentati nella letteratura specializzata, molto meno studiati sono i comportamenti concreti che possono scaturire da questi atteggiamenti o preferenze di base. Un esempio spesso utilizzato per delineare questo concetto, è la disponibilità individuale a pagare per qualcosa. Molte persone richiedono, infatti, un incremento di attenzione al benessere degli animali da allevamento da parte delle amministrazioni pubbliche, ma molte meno sarebbe-

ro disposte a pagare un incremento di prezzo per un cibo prodotto nel rispetto di una più cogente normativa al riguardo. In uno studio condotto da Harper e Henson (2001), essi mostrarono come in molti Paesi dell'Unione Europea ci fosse una sempre maggior richiesta di prodotti ottenuti da allevamenti rispettosi del benessere animale, e come anche la disponibilità a pagare prezzi più alti fosse generalmente aumentata. Comunque, sebbene gli intervistati si fossero dichiarati vicini alla questione del benessere animale e fossero disposti a pagare di più per prodotti così ottenuti, molti meno, di fatto, cambiarono le loro abitudini alimentari, consumando prodotti derivanti da allevamenti più rispettosi del benessere animale. Ciò suggerisce un evidente scollamento tra quelle che sono le intenzioni dichiarate a parole e i comportamenti effettivi di scelta e consumo, malgrado un atteggiamento valoriale di fondo.

Il presente lavoro mira a sondare le caratteristiche funzionali di un campione rappresentativo di consumatori, al fine di comprendere quanto e come il riferimento al benessere animale possa incidere nei processi di scelta e consumo dei prodotti alimentari, con particolare riferimento alla carne.



## 2. MATERIALI E METODI

*di Danielle Borra, Beatrice Marelli, Stefano Massaglia, Valentina Merlino  
e Martina Tarantola*

È stato formulato un questionario da sottoporre ai soci Slow Food europei mediante l'utilizzo della piattaforma Google Drive. In totale, sono stati contattati 40.839 soci dell'organizzazione aventi un indirizzo di posta elettronica, dei quali il 10,6% (4.321) ha risposto al questionario. Il questionario è stato strutturato in tre parti. La prima aveva l'obiettivo di caratterizzare i consumatori in base a diversi attributi: Paese di appartenenza, genere (maschile o femminile), età, titolo di studio, professione, luogo di residenza. Questa prima parte indagava, inoltre su caratteristiche sociali e abitudinali del consumatore proponendo altre domande, attraverso le quali si è voluto indagare l'appartenenza o meno ad associazioni animaliste, la vicinanza ad animali da compagnia, la posizione favorevole o contraria alla caccia, la familiarità con i luoghi di allevamento degli animali da carne. La parte centrale del questionario, invece, è stata sviluppata per caratterizzare i consumatori riguardo il loro consumo quanti-qualitativo di carne. Con l'obiettivo di creare dei target di piccoli, medi e grandi consumatori di carne, sono state formulate domande sulle abitudini associate al consumo di carne, sulla frequenza e le tipologie di carni consumate. La classificazione dei consumatori ha previsto, inoltre, l'indagine sulle abitudini e i luoghi d'acquisto, sul condizionamento legato alla religione e sul consumo di prodotti particolari, quali foie gras, agnelli, vitelli, selvaggina, anguilla, crostacei ecc. Queste caratteristiche sono state analizzate al fine di definire dei profili comuni e distinguere i piccoli, i medi e i grandi consumatori di carne in funzione del numero di pasti a base di carne consumati settimanalmente: da 1 a 5, da 5 a 10, fino a più di 10 volte a settimana. Infine, l'ultima parte del questionario è stata incentrata sull'argomento benessere animale, con 14 domande focalizzate in parte, sulla definizione stessa del concetto di benessere animale da parte del consumatore e, in parte, sul significato etico del benessere visto come prerequisito da adotta-

re in allevamento. A lato del questionario, si è voluto indagare come il concetto di benessere animale, inteso come preferenza morale individuale e come caratteristica di un prodotto commerciale, influenzi il comportamento d'acquisto di carne da parte del consumatore, valutando una possibile associazione tra qualità di vita dell'animale e caratteristiche del prodotto finale carne. In particolare, l'indagine ha voluto comprendere in che termini il consumatore ritenga importante il benessere animale durante la fase di scelta del proprio prodotto alimentare.

### 3. IL CAMPIONE

di *Danielle Borra, Beatrice Marelli, Valentina Merlino*  
e *Martina Tarantola*

In questo capitolo verranno analizzate le caratteristiche socio-demografiche del campione di soci Slow Food intervistati, attraverso l'elaborazione dei dati presenti nella prima sezione dei questionari.

La Tabella 3.1 riporta la composizione del campione in funzione dei Paesi di appartenenza, raggruppati in quattro aree geografiche (Europa settentrionale, meridionale, occidentale e orientale), nonché le percentuali di risposte ottenute.

*Tab. 3.1 – Distribuzione del campione per paese di appartenenza; raggruppamento in quattro aree geografiche e percentuali di risposte ottenute nel sondaggio*

Area geografica	Paesi	Soci contattati	Risposte ottenute	% di ritorno/ risposta sul totale dei soci contattati per paese	% sul totale risposte
Europa settentrionale	Olanda	2'900	76	2,6	1,8
	Irlanda	329	59	17,9	1,3
	Svezia	384	40	10,4	1
	Danimarca	201	14	7,0	0,2
	Finlandia	152	13	8,6	0,3
	Regno Unito	-	3	-	0,1
	Lettonia	3	2	66,7	0,1
	Estonia	6	0	0,0	0
	Lituania	2	0	0,0	0
Totale Europa Sett.					4,8%

*(continua)*

(segue)

	Italia	23.234	2613	11,2	60,5
	Spagna	1.314	128	9,7	2,3
	Malta	11	7	63,6	0,3
Europa meridionale	Portogallo	25	6	24,0	0,3
	Croazia	38	5	13,2	0,3
	Grecia	70	4	5,7	0,2
	Slovenia	40	4	10,0	0,1
	Cipro	9	1	11,1	0,0
	<b>Totale Europa Mer.</b>				<b>64,0%</b>
	Germania	7.200	838	11,6	19,4
	Austria	1.028	223	21,7	5,2
Europa occidentale	Francia	3.042	176	5,8	4
	Belgio	103	28	27,2	0,7
	Lussemburgo	148	21	14,2	0,5
	<b>Totale Europa Occ.</b>				<b>29,8%</b>
	Romania	71	18	25,4	0,4
	Repubblica Ceca	86	17	19,8	0,4
Europa orientale	Slovacchia	42	15	35,7	0,3
	Ungheria	17	2	11,8	0,1
	Polonia	293	4	1,4	0,1
	Bulgaria	91	4	4,4	0,1
	<b>Totale Europa Or.</b>				<b>1,4%</b>
	<b>Totale</b>	<b>40.839</b>	<b>4321</b>		<b>100,0%</b>

La maggior parte dei consumatori intervistati (64%) proviene da Paesi dell'Europa meridionale; questo dato è facilmente motivato dalla vocazione prettamente mediterranea (in particolare italiana) dell'associazione. Il 60% del totale delle risposte (2.613) proviene da soci italiani, i quali rappresentano la quota più numerosa di soci Slow Food a livello europeo.

Il 29,76% dei consumatori facenti parte del campione risiede in Paesi dell'Europa occidentale. Il restante 6% delle risposte proviene da cittadini dell'Europa settentrionale (4,8%) e orientale (1,4 %). Considerando la percentuale di risposte al questionario rispetto al totale dei soci dei 28 paesi dell'Unione europea cui è stato sottoposto, emergono alcuni dati interessanti. Esiste, infatti, una variabilità importante tra paesi riguardo il grado di ri-

torno del questionario, che ci fa presumere in partenza una non omologazione di significati attorno a questa ricerca da parte dei soggetti intervistati. Si può notare come la percentuale di risposte sia buona in molti paesi: tra il 20 e il 30% in Austria, Belgio, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania e Slovacchia, mentre in Germania (11,5%) e Italia (11,3%) si assesti intorno alla media europea (10,6%).

Le nazioni in cui l'associazione è piuttosto numerosa, registrando il maggior numero di iscritti, sono anche quelle dove il sondaggio ha avuto meno successo: l'Olanda (2,4%) e la Francia (6%).

Considerando, invece, il totale delle risposte ottenute, dopo l'Italia, gli altri Paesi maggiormente rappresentati sono la Germania (il 19% del campione), l'Austria (5%), la Francia (4%) e la Spagna (3%). Tutti gli altri Paesi corrispondono all'8% del campione (Figura 3.1).

Fig. 3.1 – Distribuzione geografica delle risposte ottenute nel sondaggio affrontato coinvolgendo 28 Paesi dell'Unione Europea

- Italia
- ▤ Spagna
- Germania
- ▣ Austria
- ▧ Francia
- Grecia, Slovenia, Cipro, Olanda, Irlanda
- ▣ Svezia, Danimarca, Finlandia, Regno Unito
- ▬ Ungheria, Polonia, Bulgaria, Malta, Portogallo, Croazia
- ▣ Belgio, Lussemburgo, Romania, Repubblica Ceca, Slovacchia, Lettonia, Estonia, Lituania

