

## Le preoccupazioni dei consumatori rispetto al benessere animale variano tra paesi europei



**Sta crescendo considerevolmente l'attenzione su cosa possono fare i consumatori e le consumatrici per migliorare il benessere degli animali da allevamento. Collegare il miglioramento del benessere animale negli allevamenti con le scelte delle persone in quanto consumatori di cibo/alimenti è essenziale per realizzare un miglioramento del benessere animale in Europa. Questo studio recente mostra che tali connessioni variano notevolmente in Europa.**

La grande maggioranza dei consumatori e delle consumatrici europee considera importante il benessere degli animali da allevamento. Tale risultato varia dal 69% dei rispondenti in Olanda, il 73% in Gran Bretagna, il 75% in Francia all'83% in Ungheria e in Svezia. Norvegia e Italia sono i paesi che dove si riscontrano le percentuali più alte, rispettivamente l'84% e l'87%. Ci sono preoccupazione fra i consumatori, in primo luogo in relazione alle condizioni di allevamento del pollame, ma anche per quelle dei suini. Le condizioni di allevamento delle vacche da latte suscitano meno inquietudini e allarme. Le preoccupazioni sulle condizioni di vita degli animali sono relative ai sistemi di allevamento ma anche al trasporto e alle tecniche di macellazione.

L'opinione pubblica differisce considerevolmente attraverso i sette paesi oggetto dello studio. Gli intervistati in Italia e Francia sono preoccupati rispetto al benessere degli animali allevati nel loro paese; tale preoccupazione viene talvolta espressa all'acquisto degli alimenti, e la fiducia negli attori del settore alimentare è relativamente bassa. Gli ungheresi si preoccupano per la tematica e sono inoltre più pessimistici nei riguardi delle attuali tendenze, ma il benessere degli animali assume minore rilevanza

durante gli acquisti.

L'Olanda mostra l'interesse generale più basso, ma comunque sono in molti ad essere preoccupati. Tanti pensano al benessere animale quando acquistano le uova e la carne bovina. La fiducia negli attori delle filiere alimentari è alta. Modelli simili sono presenti in Gran Bretagna, ma la fiducia nelle autorità, negli attori del mercato e nelle organizzazioni è molto più bassa. Per concludere, gli Svedesi ed i Norvegesi sono interessati alla tematica del benessere animale, ma si fidano delle loro istituzioni (sia pubbliche che di mercato) e non sono preoccupati. In Norvegia difficilmente i consumatori pensano di dover cercare i prodotti ottenuti da forme di allevamento rispettose del benessere degli animali perché ritengono che le tecniche di produzione e i sistemi di controllo nel loro paese garantiscono un alto livello benessere animale per ogni tipo di produzione animale.

Per quanto riguarda i cambiamenti degli ultimi dieci anni, si registra un considerevole ottimismo nella maggior parte dei paesi. Gran parte dei consumatori e delle consumatrici pensa che le condizioni degli animali da allevamento siano migliorate, mentre meno di un rispondente su cinque pensa che la situazione si sia aggravata.

Questa ricerca è stata condotta nell'ambito del primo sottoprogetto di Welfare Quality® e prende in esame l'opinione della società e le pratiche fra i consumatori, gli allevatori e i dettaglianti, nonché il loro impatto sul benessere degli animali. La ricerca valuta anche fino a che punto siano realizzabili nella pratica nuove strategie di benessere. Responsabile del sottoprogetto è Unni Kjærnes, Unni.Kjarnes@sifo.no

*Questa scheda è disponibile sul sito di Welfare Quality®:*

*www.welfarequality.net. Su questo sito vengono elencati anche altri argomenti come "Principi e criteri per il benessere degli animali" e "Migliorare la sopravvivenza dei suinetti" in documenti facili da scaricare.*

Questo ottimismo può essere una delle-molteplici ragioni per cui i ricercatori hanno trovato che la percentuale di persone che associa l'interesse e le preoccupazioni relative al benessere degli animali con le proprie pratiche d'acquisto è molto più bassa dell'interesse e della preoccupazione generali. Essi semplicemente non vedono la necessità di agire.

Ancora pochi consumatori pensano a tali argomenti quando acquistano uova, carne o latte. Tuttavia le percentuali di coloro i quali dichiarano di comprare prodotti ad alto contenuto di benessere animale sono generalmente molto superiori delle reali quote di mercato di questi particolari prodotti. Ciò indica una più ampia definizione di alimenti ad alto contenuto di benessere animale del consumatore rispetto a ciò che le etichette dei prodotti offrono. Per capire questo, dobbiamo anche considerare come sono presentati i prodotti che sono in vendita nei mercati agroalimentari attraverso Europa e come sono etichettati. Gli studi successivi di Welfare Quality® prenderanno in esame tali argomenti.

I risultati dell'indagine qui riassunti sono presentati più dettagliatamente in un rapporto Welfare Quality®, pubblicato dall'Università di Cardiff: Attitudes of

Consumers, Retailers and Producers to Animal Welfare.

Lo studio è stato effettuato fra 10.500 consumatori; i risultati sono basati su campioni rappresentativi in Francia, in Ungheria, in Italia, nel Regno Unito, nei Paesi Bassi, in Norvegia ed in Svezia. Gli studi sono stati condotti da Unni Kjærnes del National Institute for Consumer Research di Oslo - Norvegia ed altri sette istituti di ricerca/ università europei: il Food Research Centre di Ashtown - Irlanda, Cardiff University - Regno Unito, Stockholm University - Svezia, Università di Pisa - Italia, University of Reading - Regno Unito, Université de Toulouse le Mirail - Francia, University and Research Centre di Wageningen - Paesi Bassi.

I primi studi hanno indicato che il benessere degli animali può rappresentare una preoccupazione rilevante fra i consumatori durante gli acquisti di cibo. Le indagini sulla popolazione condotte come parte del progetto Welfare Quality esplorano più dettagliatamente il livello di coinvolgimento sociale nei confronti delle tematiche relative al benessere animale negli allevamenti e come questo coinvolgimento si riflette nelle pratiche quotidiane di consumo attraverso l'Europa.

**Per maggiori informazioni:**  
Unni Kjaerness, unni.kjarnes@sifo.no



### **Coordinatore del progetto**

Prof. Dr Harry J. Blokhuis, Paesi Bassi  
harry.blokhuis@hnh.sl.u.nl

### **Ufficio progetto Welfare Quality®**

Animal Sciences Group of Wageningen UR  
Postbox 65, 8200 AB Lelystad  
Paesi Bassi  
Teléfono: +31 320 293503  
Fax: +31 320 238050  
e-mail info@welfarequality.net

[www.welfarequality.net](http://www.welfarequality.net)

Welfare Quality® è un progetto di ricerca europeo focalizzato all'integrazione del benessere degli animali nella filiera di qualità degli alimenti. Il progetto intende conciliare le esigenze della società e la domanda del mercato, per realizzare sistemi di monitoraggio in allevamento, sistemi di informazione sui prodotti e strategie pratiche specifiche per migliorare il benessere degli animali allevati. Quarantaquattro istituti e università, che rappresentano tredici paesi europei e quattro paesi dell'America latina partecipano a questo progetto di ricerca integrato.

Welfare Quality® è cofinanziato dalla Commissione europea, nell'ambito del 6° Programma quadro, contratto n. FOOD-CT-2004-506508

Il testo rappresenta le opinioni degli autori e non costituisce necessariamente una posizione della Commissione che non è responsabile per l'uso di tali informazioni.