

“Indagine sulla percezione dei rischi alimentari e degli stili di consumo su un campione di famiglie sannite”

Progetto

“Educazione al consumo consapevole dei prodotti alimentari”



A cura di Anna Zollo

Introduzione

Le regioni meridionali italiane sono caratterizzate da un patrimonio alimentare e gastronomico notevole che deve essere riproposto come **recupero della tradizione alimentare, sottolineando la bontà nel gusto, la salubrità ed anche l'economicità dei prodotti**. Tale patrimonio è frutto soprattutto della diversità tipologica dei suoli, della diversità e mitezza climatica, della presenza di una ricca cultura materiale che si è articolata nel tempo in un continuo equilibrio tra saperi e sapori che caratterizzano le aree meridionali.

La specificità dei prodotti tipici, quindi può essere vista come un punto di forza per le piccole imprese, in quanto il forte legame del prodotto e il territorio rappresenta, comunque, un vantaggio competitivo anche nei confronti delle grandi imprese, ma affinché questo sia possibile è necessario rispettare le regole dettate dalla Comunità Europea per la salubrità degli alimenti e quindi di sicurezza alimentare.

Quindi analizzando il comparto economico italiano è possibile constatare come il recupero del prodotto tipico (caratterizzato dalla specificità e dalla genuinità degli alimenti) diventi il principale strumento di valorizzazione e promozione di un determinato territorio.

È necessario innanzitutto, porre in essere strategie tese alla sicurezza degli alimenti, e quindi, a discernere fra il concetto di salubrità dei prodotti alimentari e quello di sicurezza dei medesimi poiché il concetto di sicurezza tende a porre l'accento sul controllo del rischio mentre il primo comprende molti altri aspetti.

La sicurezza alimentare è infatti, divenuta una delle problematiche che hanno caratterizzato l'agenda politica della UE, in quanto riveste un ruolo trasversale atto ad integrare i vari ambiti di competenza comunitaria, fra i quali la politica agricola comune quale pilastro dello sviluppo rurale, l'ambiente, la sanità pubblica, la tutela dei consumatori e il completamento del mercato interno.

Questa nuova sensibilità del consumatore ha comportato l'affermarsi dell'uso di **standard qualitativi e della rintracciabilità degli alimenti**, sia sul piano della regolamentazione sia su quello dell'utilizzo da parte degli operatori privati. La rintracciabilità è quell'attività che permette di ricostruire fin dall'origine dell'alimento e per tutto l'iter le principali tappe della filiera del prodotto. L'andamento della spesa delle famiglie per l'alimentare, però, ha

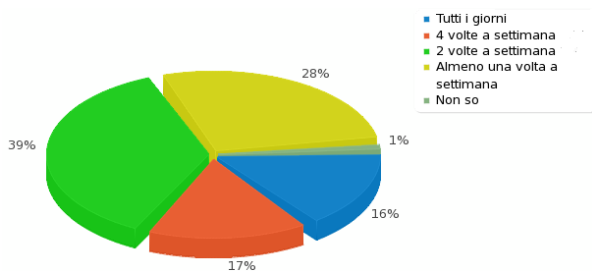
subito nel corso degli ultimi dieci anni un cambiamento di tendenza. Innanzitutto, si rileva un'importante contrazione della quota di spesa delle famiglie italiane destinata all'alimentazione, infatti sotto la spinta delle pressioni dell'inflazione, indirizza i consumatori verso un acquisto di **prodotti di qualità inferiore**. Questo dato indica, quindi, che una forte pressione inflazionistica induce i consumatori a cambiamenti importanti sul tipo di alimenti acquisiti, mutamenti che possono influenzare la maggiore o minore propensione verso prodotti di più alta gamma qualitativa. In sintesi, il comportamento di consumo dei prodotti alimentari resta orientato su due fattori: la qualità e il prezzo. Questo fenomeno è legato anche alla compresenza, nel Paese, di situazioni simultanee di forte agiatezza e di povertà. Il consumatore è diventato più esigente ma al tempo stesso richiede beni di alta qualità a prezzi contenuti.

Analisi stili di consumo e percezione del rischio alimentare

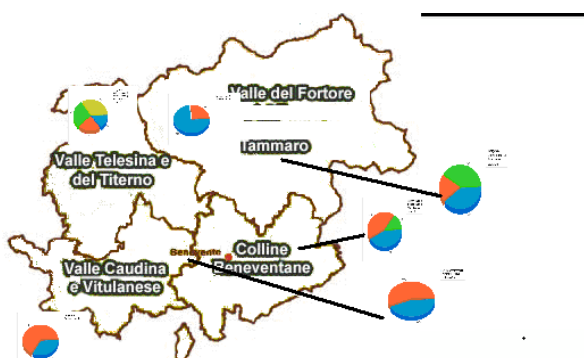
La Provincia Sannita si estende nell'entroterra nord-orientale della Campania con una superficie di circa 2.000 kmq, corrispondente al 15% dell'intero territorio regionale. È composta da un'area prevalentemente montuosa (il 55% è prettamente montuosa il restante 45% è collinare). La densità demografica media è di circa 138,12 abitanti per kmq, dato inferiore alla media nazionale, ma superiore a quella del Mezzogiorno.

La provincia è composta da una prevalenza di piccole imprese (nel 2009 le ditte individuali sono il 78,7%; Italia 63,2%), le imprese agricole sono circa il 43,5% contro il 16,4 dell'Italia e sono in prevalenza imprese agroalimentari di qualità, ma a modesta capacità di crescita.

Analizzando il rapporto fra il consumo e il prodotto acquistato, o meglio le motivazioni che spingono il consumatore a scegliere se indirizzarsi verso la GDO oppure a piccoli fornitori locali (agricoltore con il market frames) si evince che i soggetti che percepiscono un reddito che varia fra 10.000 -30.000 euro (reddito medio dell'area Sannita) per il 39% dei casi effettuano acquisti 2 volte alla settimana per il 28% almeno una volta alla settimana, solo il 16% tutti i giorni e per il 17% fanno la spesa 4 volte la settimana.

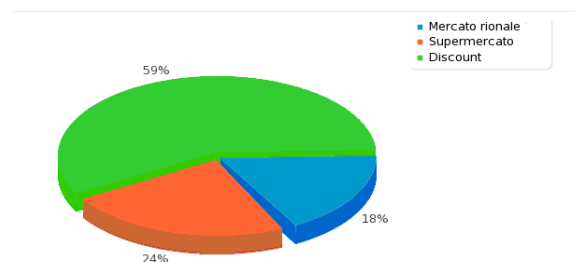


Analizzando per le singole aree si evidenzia come nella Valle Caudina gli acquisti si effettuano per il 67% 2 volte a settimana, per il 33%, 1 volta a settimana, invece per l'area telesina la situazione è molto più omogenea si va dal 30% per 2 volte a settimana, al 33% per almeno una volta, tutti i giorni invece fa acquisti il 15% e così via. Per le colline beneventane, la situazione è differente il 43% preferisce fare acquisti 4 volte a settimana, per il 43% 2 volte a settimana e solo il 14% almeno una volta. Per l'alto Tammaro gli acquisti vengono fatti per il 40% pari merito fra una volta a settimana e tutti i giorni e solo il 20% 2 volte a settimana.



Per l'area del Fortore gli acquisti vengono effettuati per il 75% 4 volte a settimana e per il 24% 2 volte a settimana, quindi molto simile alla tipologia di acquisti del Tammaro. La situazione nella città di Benevento, è differente in quanto si preferisce fare acquisti per il 56% almeno una volta settimana e per il 44% 2 volte a settimana.

Presumibilmente, come vuole la tradizione i giorni dei mercati rionali (quando arrivano prodotti freschi sia per la frutta e verdura sia per il pescato). Se invece correliamo le variabili, dove si preferisce acquistare, con le volte alla settimana in cui si espletano gli acquisti, il dato che si ottiene, è che chi acquista giornalmente lo fa presso il discount per il 59%, per il 24% al supermercato e per il 18% al mercato rionale.

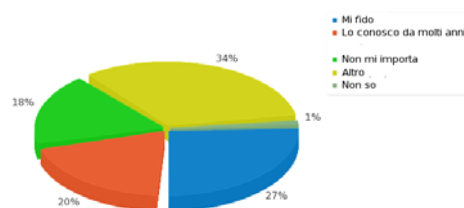


Invece le persone che svolgono acquisti una volta lo fanno per il 48% al supermercato, per il 19% etc., da come si evince dal grafico non si fa ricorso ne alle botteghe ne al mercato rionale.

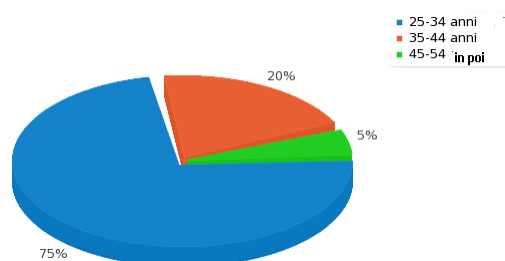
Le motivazioni che spingono i soggetti a ricorrere al mercato rionale sono dovute, invece, per il 67% alla sicurezza di trovare un prodotto genuino, invece per l'8% in quanto si o convinti di spendere meno mentre per il 25% non lo sa (chiedendo specificatamente viene fuori che è per una vecchia consuetudine)

I prodotti che si acquistano giornalmente sono le carni il pesce e la frutta e verdura. Mentre i prodotti che si acquistano almeno una volta a settimana sono, le paste la frutta e i prodotti lattiero caseari

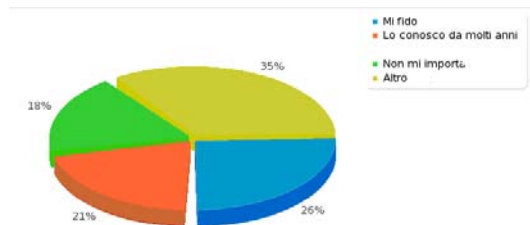
Il 27% si fida del luogo dove compie acquisti, per il 20% degli intervistati la componente che privilegia è la conoscenza del luogo di acquisto e quindi non teme potenziali rischio. Per il 34% vi sono altre variabili, ma il dato significativo è il 18% a cui non interessa se un prodotto è sicuro o meno.



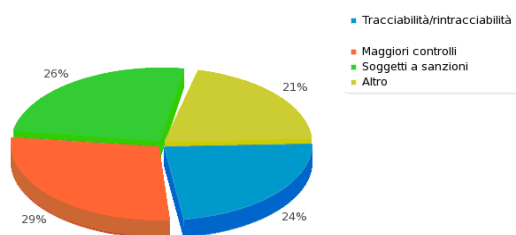
Tale dato correlato all'età evidenzia come i soggetti più a rischio sono i giovani 75%, sia a causa degli alimenti consumati (take way, hot dog etc.) che a causa dello stile di vita, sempre fuori casa.



La scelta di chi rivolge invece alla vendita diretta (pescheria, panetterie, mercato rionale etc.) lo fa in quanto ha fiducia nel venditore (26%),lo conosce e quindi è sicuro del prodotto che vende (21%).



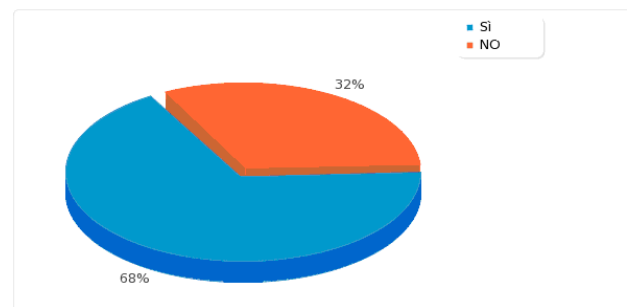
Il dato interessante è che comunque chi si rivolge alla grande distribuzione lo fa in quanto è certo che si seguano le regole inerenti alla tracciabilità rintracciabilità del prodotto (24%) (regole dettate dal Libro bianco del 2000 e quindi Haccp), alla certezza delle sanzioni in caso di illeciti (26%),maggiori controllo(29%) .



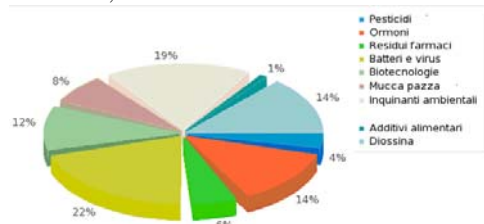
Il dato positivo che è riscontrato riguarda la fiducia che il consumatore ha nei confronti degli organi di controllo e gestione preposti alla tutela della salute nel campo alimentare ed agroalimentare, da come si evince dal grafico, infatti ben il 29% del campione afferma che vi siano maggiori controlli.

Anche se ancora oggi molti si lasciano influenzare nell'acquisto di un prodotto dai fatti di cronaca legati alla sicurezza degli alimenti (mucca pazza, mozzarella blu, bresaola fosforescente etc.) questa situazione si ripercuote sui consumatori che modificano letteralmente il modo di acquisto di un prodotto sollevando preoccupazioni che riguardano principalmente gli effettivi rischi per la salute, i comportamenti più adeguati da seguire e l'efficacia delle misure di sicurezza predisposte dalle autorità.

Nel nostro campione solo il 32% non si lascia del tutto influenzare mentre il restante 68% modifica il proprio modo di fare la spesa



Soprattutto perché essi ravvisano nella non sicurezza dei prodotti alimentari dei fattori di rischio legati per il 22% a batteri e virus, 19% inquinanti ambientali, 14% ormoni (problema legato ai prodotti non di stagione), 14% diossina, solo 8% mucca



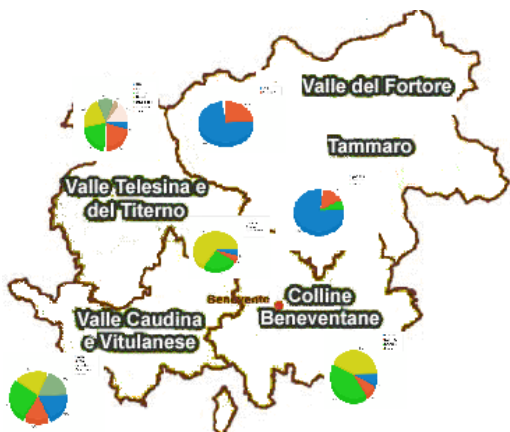
pazza.

Tale dato è stato scorporato per singola area di provenienza e che per la valle caudina i maggiori rischi ravvisati sono quelli legati ai residui farmaceutici (29%) (probabilmente a causa della presenza della discarica) e per la presenza di pesticidi e diossina(19%) i primi per le attività agricole sentite maggiormente nelle zone di Montesarchio etc. e la seconda per la vicinanza alla provincia di Caserta.

Per la Valle Telesina l'indagine mostra come i rischi più sentiti sono quelli legati alle biotecnologie (22%) e ai batteri e virus e ormoni (22%) dovuti alla forte attività vitivinicola a cui si legano anche quelli inerenti agli inquinanti ambientali (11%).

Diversa è la situazione nelle Colline beneventane dove i rischi maggiormente percepiti sono quelli legati alla presenza di diossina (43%) sicuramente dovuta alla presenza delle ex discariche e dell'area industriale , altro rischio è quello legato alla biotecnologia forse legato ai prodotti OGM.

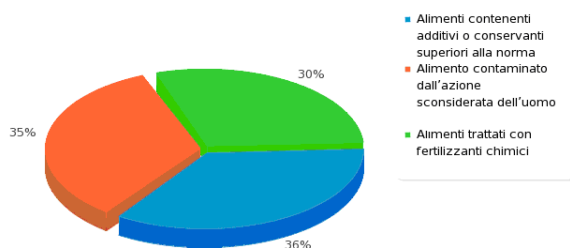
Nell'area dell'Alto Tammaro invece i maggiori rischi sono per così dire quelli tradizionali legati alla presenza di batteri e virus (80%) quindi anche legati alla cattiva conservazione dei prodotti.



Il Fortore, come il Tammaro, presenta rischi inerenti alla igienicità dei prodotti e non alla contaminazione da fattori esterni.

La situazione nella città di Benevento mostra una maggiore percezione nei confronti dei rischi legati alla presenza di inquinanti ambientali (68%) seguiti da problemi legati alla mucca pazza (24%) e così via, come si può notare una situazione del tutto diversa da quella evidenziata nelle aree limitrofe, infatti nella città sono rischi legati maggiormente al rapporto salute e ambiente in senso globale e generico.

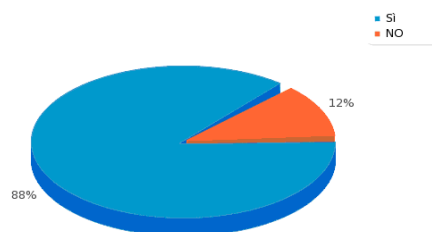
Dove per prodotti soggetti a rischio gli intervistati identificato come alimenti contenenti additivi e contaminanti superiori alla norma 36%, e per il 35% alimento contaminato dall'azione sconsiderata dell'uomo, ed infine per il 30% alimenti trattati con fertilizzanti chimici.



I prodotti maggiormente a rischio di contaminazioni e di scarsa igienicità sono stati individuati nella frutta e verdura (26%), carne (30%), pesce (29%), latte e formaggio (9%), in piena sinergia con i dati nazionali (Mdc e Legambiente 2010)

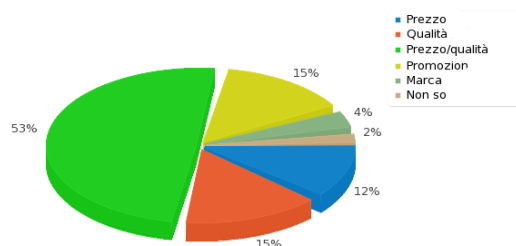
L'88% degli intervistati pur di acquistare prodotti salubri è disposto a pagare in più. E quindi al momento dell'acquisto la variabile che determina la scelta nell'88% di soggetti che sono disposti a pagare un prodotto a prezzo maggioritario, si evidenzia come il 48% degli

intervistati mostri questa fiducia in quanto è certo sulla provenienza del prodotto, il 16% è certo del rispetto dell'ambiente, 13% invece, al momento dell'acquisto tiene conto delle caratteristiche organolettiche, e il 21% è convinto che una marca conosciuta sia sintomo di sicurezza e igienicità.

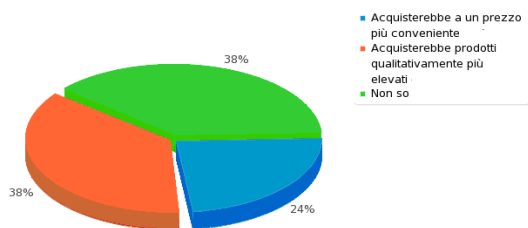


Il 42% del campione è disposto a pagare anche + del 20, mentre per il 32% solo il 10% in più, invece per il 24% del campione non sono disposti a pagare in modo maggiorato per la certezza della sicurezza del prodotto, poiché essi ritengono che la sicurezza e la qualità siano caratteristiche dovute.

Dall'indagine si evidenzia come la variabile o leva che guida gli acquisti è per il 53% dovuta al giusto rapporto fra prezzo/ qualità, seguono in modo abbastanza omogeneo quale fattore che guida la scelta il prezzo, la qualità, la marca non è un elemento che spinge all'acquisto (solo il 4%).

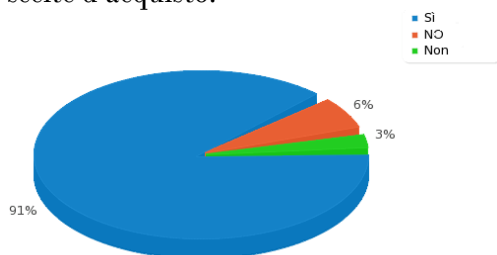


Nella scelta agli acquisti un elemento fondamentale è rappresentato dal livello di informazioni sui prodotti, infatti dall'analisi si evince la convinzione che avendo maggiori informazioni si potrebbero fare acquisti più oculati, infatti avendo maggiori informazioni scelte potrebbero essere maggiormente indirizzate alla qualità per il 38%, all'abbattimento dei prezzi 24%.

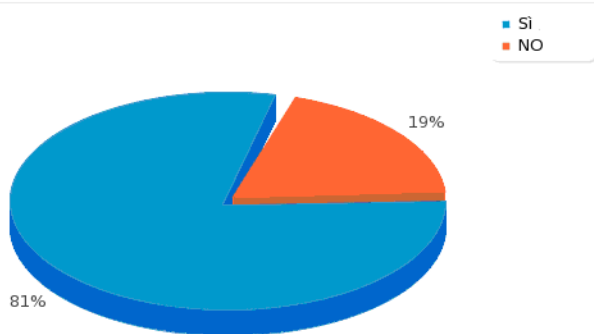


Per quanto concerne la relazione fra stili di vita, modalità di acquisto e aumento di prezzi, si evidenzia come per gli intervistati le modalità di acquisto modificano i prezzi. Questo fattore dovrebbe essere sempre tenuto presente per due motivi principali, al momento dell'acquisto si dovrebbero scegliere prodotti di stagione, così facendo si rispetterebbero le indicazioni del consumo consapevole (prezzi più bassi, sicurezza del prodotto, tipicità).

Infatti per il 91% i prezzi sono dipendenti dalle scelte d'acquisto.



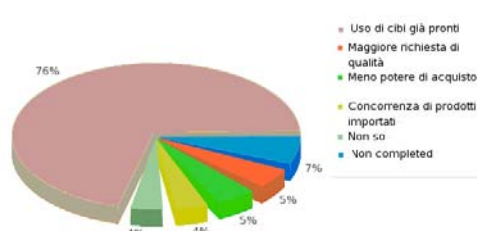
Per gli intervistati anche gli stili di vita condizionano i prezzi per ben l'81%.



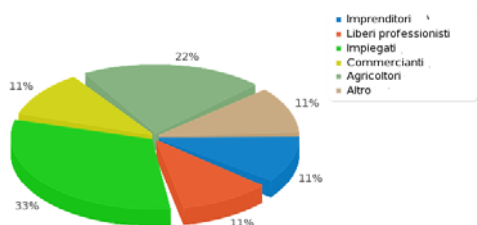
Questo è dovuto soprattutto dal mutato contesto sociale ma soprattutto lavorativo.

Infatti si evidenzia come vi sia un maggiore uso di cibi pronti (take way, acquistati in rosticceria, oppure la ormai consolidata abitudine di non tornare a casa per il pranzo e quindi mangiare un'insalata un panino o un piatto pronto al bistrot sotto l'ufficio) per il 76% dei casi che modifica la tipologia di spesa familiare del settore alimentare o agroalimentare, orientandosi non più sulla

tipicità del prodotto o sulla freschezza e genuinità ma sulla praticità e velocità nella preparazione dei pasti



La situazione è omogenea su tutto il territorio sannita soprattutto fra le persone la cui età varia dai 18-45 anni e che svolgono come attività principale l'impiegato (33%), l'agricoltore (22%) e in modo omogeneo fra commercianti, liberi professionisti (11%).



Da come si evince dall'analisi è necessario per comprendere il rapporto fra stili di consumo e percezione del rischio tener conto del concetto di sicurezza alimentare, esso infatti deve rappresentare il requisito primo richiesto oggi dal consumatore

Anna Zollo Professore a Contratto Ecologia- Università la Sapienza
Roma -Dottoranda di ricerca presso la Facoltà di Sociologia e Scienze
Politica ed Amministrazione – Università de La Corugna _ Spagna