

Facciamo il punto sulla carne di coniglio



L'Italia è tra i primi cinque produttori di carne di coniglio al mondo; tuttavia, il consumo di coniglio negli ultimi anni è diminuito. Uno studio dell'*Osservatorio dell'Istituto Zooprofilattico delle Venezie (IZSVE)* ha indagato le conoscenze e le percezioni dei consumatori sulla produzione e il consumo di carne di coniglio e sul benessere animale in allevamento.

Conoscenze e percezione dei consumatori, consumi in calo

I dati raccolti confermano un basso consumo di carne di coniglio tra gli Italiani, con un trend in diminuzione negli ultimi anni. I risultati della ricerca sono stati pubblicati sulla rivista scientifica *FOODS*. Durante la prima fase della ricerca sono stati realizzati 4 focus group che hanno coinvolto un campione di 32 consumatori di carne di coniglio, suddivisi in base all'età (<50; >50) e alla frequenza di consumo (occasionale o abituale). La seconda fase del progetto ha previsto la

realizzazione di una *survey* nazionale *on-line* indirizzata a 1.001 consumatori di carne selezionati per genere, classi di età e area geografica di residenza.

Rispetto alle altre tipologie di carne (pollame, carne bovina e carne suina) i dati raccolti confermano un basso consumo di carne di coniglio: ogni tanto (1-2 volte al mese) il 28,8%, raramente (1-2 volte l'anno) il 32,1%.

La percezione del coniglio come animale da compagnia (*pet*), nuovi cambiamenti nello stile di vita e abitudini alimentari dei consumatori possono essere considerate tra i principali fattori che orientano questo trend.

Le modalità di preparazione e cottura, descritte come lunghe e laboriose, emergono come ulteriore eventuale difficoltà al consumo del coniglio. Inoltre, si delinea una crescente attenzione e importanza alle questioni etiche relative al benessere degli animali in allevamento.

Circa la metà degli intervistati acquista la carne di coniglio prevalentemente nei supermercati (60,4%) o in macelleria (27,8%); pochi invece quelli che comprano direttamente dall'allevatore e ai mercati di strada.

L'allevamento di tipo industriale è associato dal consumatore ad un'immagine negativa per l'animale, mentre quello rurale/domestico è indicato come tipologia di allevamento in cui è possibile applicare misure di benessere animale che migliorano la qualità organolettica e la sicurezza della carne.

I consumatori si dichiarano favorevoli a pagare ad un prezzo leggermente più elevato per la carne di coniglio, indipendentemente dal costo finale, qualora nell'allevamento di provenienza venissero garantite in primo luogo "misure per la riduzione dell'uso di antibiotici" (70,1%) e, a seguire, "misure rivolte a ridurre l'impatto ambientale degli allevamenti" (56,7%), "misure per l'azione di



sistemi di allevamento alternativi rispetto a quello intensivo" (55,5%) e attraverso l'implementazione di "condizioni che tutelino il benessere dell'animale" (50,4%).

Circa un terzo degli intervistati non sa come avvenga l'allevamento del coniglio a livello industriale; di questi il 41,6% non consuma carne di coniglio.

La gabbia è stata identificata dai partecipanti come la modalità principale di allevamento dei conigli. Inoltre, è stata associata all'uso di mangimi industriali e abuso di antibiotici. Sono emerse anche analogie tra i metodi di allevamento industriale di coniglio e pollame, entrambi definiti sovraffollati e poco puliti.

Il contrasto tra allevamento industriale, definito dai consumatori come *intensivo*, e quella non industriale, inteso come *domestico* ed *estensivo*, è emersa con chiarezza anche durante i focus group. I consumatori più anziani associano immagini maggiormente positive

alle modalità di allevamento estensive-domestiche rispetto a quelle industriali-intensive.

I consumatori più giovani, discutendo sulle ragioni che incoraggiano i consumatori a scegliere prodotti che provengono da allevamenti con standard di benessere animale, hanno convenuto che tale scelta è principalmente legata alla tutela della salute dei consumatori, in quanto gli animali allevati secondo benessere animale sono percepiti come sani e la loro carne è considerata più sicura e di alta qualità.

Fra coloro che acquistano carne di coniglio, molti cercano informazioni sui metodi di allevamento in etichetta (44,1%), che risulta essere lo strumento più utilizzato, oppure chiedendo direttamente al venditore/allevatore (25,2%); il 28,4% dichiara di non cercare informazioni.

I risultati ottenuti potrebbero essere utili al settore della produzione di carne di coniglio nel riconoscere

le richieste dei consumatori e sensibilizzare gli operatori sull'uso di sistemi di allevamento basati sul benessere degli animali. Questo potrebbe avere ricadute positive non solo per i produttori stessi, ma anche per i consumatori e gli animali allevati. L'adozione di metodi di allevamento alternativi (ad esempio, nuove gabbie più ampie) e il miglioramento delle condizioni ambientali degli animali contribuirebbero attivamente allo sviluppo di una percezione positiva dei consumatori rispetto alle modalità di allevamento del coniglio.

L'utilizzo inoltre di un'etichetta contenente maggiori informazioni sulle modalità di allevamento e sugli standard di benessere animale potrebbe essere un valido strumento per incrementare la fiducia del consumatore nei confronti dell'intera filiera.

Fonte: S.I.Ve.M.P.
Sindacato Italiano Veterinari
Medicina Pubblica.
sivemp.it