

## Ricerca corrente IZS VE 14/17

### Studio della percezione del rischio che il consumatore associa al benessere animale negli allevamenti intensivi e sviluppo di strategie comunicative efficaci

**Responsabile Scientifico: Licia Ravarotto**

Negli ultimi anni l'attenzione della società verso le pratiche di allevamento dell'industria alimentare è notevolmente cresciuta. I consumatori, come anche i rivenditori, sono sempre più interessati a conoscere i processi e le modalità attraverso cui gli animali sono allevati, in un'ottica sia di benessere animale sia di sicurezza alimentare. Si osserva tuttavia che alcune convinzioni del consumatore sulle modalità di allevamento si traducono spesso in percezioni distorte sui rischi correlati al consumo di alimenti di origine animale. Ciò può derivare sia da una limitata conoscenza dell'organizzazione delle filiere produttive e del sistema dei controlli ufficiali sul benessere animale, sia dal ruolo dei mezzi di comunicazione di massa come possibile stazione di amplificazione del rischio.

Studi a livello europeo rilevano una particolare attenzione da parte dei consumatori rispetto all'impatto ambientale, sociale ed etico delle filiere produttive, con particolare riferimento al rispetto del benessere degli animali impiegati nell'allevamento. I più recenti dati dell'Eurobarometro (2016) mettono in evidenza che il 64% dei consumatori europei vorrebbe ricevere maggiori informazioni sul trattamento degli animali da allevamento, percentuale che in Italia aumenta considerevolmente (80%). La necessità da parte dei consumatori di avere maggiore conoscenza sulle modalità di allevamento e in particolare sulla sicurezza dei prodotti alimentari evidenzia l'importanza di implementare interventi formativi- informativi.

L'accresciuto interesse per il tema da parte dei mezzi di comunicazione di massa, anche al di fuori dei circuiti specializzati e della comunità scientifica, favorisce la necessità di mettere a disposizione dei consumatori informazioni corrette ed esaustive. Tra questi, i digital media (es. social network, blog, forum) si sono progressivamente affiancati ai mezzi di comunicazione tradizionale (quotidiani, televisione, radio) in qualità di fonti di informazione anche sui temi della sicurezza alimentare.

A partire da tali presupposti è dunque indispensabile impiegare strumenti e metodi della comunicazione del rischio orientati all'efficacia, sia nel breve che nel lungo termine, nel rispetto delle sensibilità dei target, privilegiando canali e metodologie adeguate e innovative (digital communication, informal learning). Il progetto mira alla divulgazione di corrette informazioni sulle modalità di allevamento di tipo intensivo in cui si rispettino le norme e linee guida sul benessere animale. In particolare saranno messe in risalto le buone pratiche relative al benessere animale al fine di correggere le eventuali distorsioni rispetto alla correlazione di queste con la sicurezza degli alimenti.

In tal senso saranno promosse e divulgate informazioni che favoriranno l'adozione di scelte consapevoli, per l'acquisto e il consumo di prodotti alimentari di origine animale, tenendo in considerazione la distinzione tra le questioni etiche e quelle correlate alla sicurezza alimentare. Un studio preliminare del contesto permetterà di selezionare una specifica filiera e le relative tematiche controverse, in modo da allineare i materiali di comunicazione alle specifiche esigenze conoscitivo-informative del target. L'applicazione di un approccio interdisciplinare contribuirà a sviluppare e rafforzare il rapporto di fiducia del consumatore con le istituzioni.