



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

VISION

La percezione dei consumatori del benessere animale negli allevamenti intensivi di bovine da latte

Chiara Mazzocchi, Giordano Ruggeri

*Department of Agricultural and Environmental Science
University of Milan*

Scopo del lavoro

Indagare la conoscenza dei consumatori riguardo alla pratiche di allevamento intensivo nelle bovine da latte

Indagare l'influenza della percezione del sistema di allevamento da parte dei consumatori sulla percezione riguardo al benessere animale delle bovine da latte

Indagare la possibile influenza della percezione dei consumatori circa le pratiche di allevamento intensive sulla disponibilità a pagare per un bene prodotto con pratiche migliorative di benessere animale

Scopo del lavoro

Il consumo di prodotti animali evoca forti emozioni. È legato al piacere sensoriale e alla tradizione culturale da un lato, ma anche a preoccupazioni morali, ecologiche e di salute dall'altro (Loughnan e Davies, 2019).

In letteratura, diversi studi confermano che la maggioranza dei consumatori riconosce l'importanza del benessere animale (Verbeke, 2009; Sinclair et al., 2022; Sullivan et al., 2022).

Qual è la percezione del consumatore del benessere animale negli allevamenti intensivi? Quali le sue reali conoscenze?

Metodologia

- Tecnica di modello a equazioni strutturali (SEM), basata su PLS (Partial Least Squares).
- È utilizzata soprattutto per la modellazione di sistemi complessi con molte variabili latenti e manifeste (Hair et al., 2021).
Ampiamente usata in economia, marketing, management e scienze sociali.
- Robusta con campioni piccoli

*Basandoti sulla tua opinione personale, valuta da 1 a 5 come vengono trattate le **bovine da latte** negli allevamenti intensivi italiani*

Metodologia

CONCERNS AND EMPATHY TOWARDS AGRO-FOOD SYSTEM (Estevez-Moreno, 2021)

Indica da 1 a 5 quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni, dove 1 rappresenta completamente in disaccordo e 5 completamente d'accordo.

	1	2	3	4	5
Le attuali etichette sui prodotti di origine animale permettono di identificare le condizioni di allevamento e di benessere degli animali	☐	☐	☐	☐	☐
Negli ultimi 10 anni le condizioni di vita degli animali da allevamento in Italia sono migliorate	☐	☐	☐	☐	☐
Gli allevatori dovrebbero essere compensati economicamente per i maggiori costi connessi al miglioramento del benessere animale	☐	☐	☐	☐	☐
Mi piacerebbe sapere dall'etichetta il prezzo che l'allevatore riceve per i suoi prodotti rispetto al prezzo finale di vendita	☐	☐	☐	☐	☐

Metodologia

CONCERNS AND EMPATHY TOWARDS AGRO-FOOD SYSTEM (Estevez-Moreno, 2021)

Indica da 1 a 5 quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni, dove 1 rappresenta completamente in disaccordo e 5 completamente d'accordo.

	1	2	3	4	5
Le attuali etichette sui prodotti di origine animale permettono di identificare le condizioni di allevamento e di benessere degli animali	☐	☐	☐	☐	☐
Negli ultimi 10 anni le condizioni di vita degli animali da allevamento in Italia sono migliorate	☐	☐	☐	☐	☐
Gli allevatori dovrebbero essere compensati economicamente per i maggiori costi connessi al miglioramento del benessere animale	☐	☐	☐	☐	☐
Mi piacerebbe sapere dall'etichetta il prezzo che l'allevatore riceve per i suoi prodotti rispetto al prezzo finale di vendita	☐	☐	☐	☐	☐



Mira a valutare la **preoccupazioni e l'empatia** sviluppate dai **consumatori** nei confronti del **sistema agroalimentare**.

Ogni item di questa scala esamina un diverso aspetto del sistema agroalimentare: la fiducia negli agricoltori, la fiducia nell'etichette degli alimenti e l'appoggio di meccanismi di compensazione economica legati al miglioramento del benessere animale. (Estévez-Moreno et al., 2022)

Metodologia

ANIMAL TREATMENT (Kendall, 2009)

In generale, gli esseri umani non hanno rispetto per la vita degli animali

È necessaria una maggiore regolamentazione del trattamento degli animali negli allevamenti in Italia

L'allevamento animale solleva serie questioni etiche riguardo al trattamento degli animali

ANIMAL UTILITY (Kendall, 2009)

Finché gli animali non soffrono, gli esseri umani dovrebbero essere liberi di usarli per qualsiasi scopo

È accettabile testare prodotti di consumo come saponi, cosmetici e detersivi, sugli animali

La caccia sportiva è un'attività accettabile

TRUST (Moussa & Touzani, 2008)

Mi fido del latte prodotto da allevamenti italiani

Il latte italiano proviene da una filiera tracciabile e la qualità è controllata

La qualità del latte italiano mi soddisfa

Mi fido degli allevatori che producono latte italiano

I controlli sui produttori di latte italiano sono severi e accurati

Quando devo acquistare latte, preferisco sempre scegliere il latte di provenienza italiana.

CONSUMER'S BEHAVIOUR (Buerke, 2016)

Ciò che ogni singolo consumatore acquista determina in gran parte l'entità dei problemi ambientali di una nazione

Gli sforzi di ogni singolo consumatore per acquistare prodotti a basso impatto ambientale, contribuiscono in modo significativo alla riduzione dell'inquinamento

Ogni singolo consumatore può influenzare in modo significativo la società acquistando prodotti da aziende socialmente responsabili

Ogni consumatore che acquista prodotti del commercio equo e solidale contribuisce in modo sostanziale a una società più giusta

Il comportamento di acquisto di ogni singolo consumatore ha un grande effetto sulle condizioni di benessere dei lavoratori

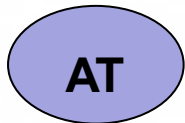
Metodologia

ANIMAL UTILITY (Kendall, 2009)



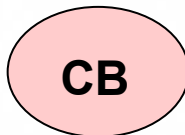
La variabile si basa sul concetto di **utilitarismo**. Mira a valutare in che misura gli individui ritengono che i bisogni umani possano superare quelli degli animali. (Kendall, Lobao and Sharp, 2006)

ANIMAL TREATMENT (Kendall, 2009)



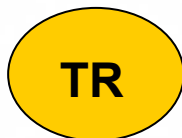
La variabile si riferisce alle **questioni etiche** relative al **trattamento** degli **animali**. La scala si basa sull'identificazione degli animali come entità meritevoli di considerazione etica. (Warner et al., 1998; Kendall, Lobao and Sharp, 2006)

CONSUMER'S BEHAVIOUR (Buerke, 2016)



I **consumatori** possono avere diversi livelli di **consapevolezza** riguardo ai risultati del loro **comportamento**

TRUST (Moussa & Touzani, 2008)



Si basa sulla valutazione da parte dei **consumatori** dell'**affidabilità** della qualità del **sistema agroalimentare**

Metodologia

KNOWLEDGE QUIZ

Le seguenti domande hanno lo scopo di aiutarci a capire quanto sono diffuse le informazioni sui temi dell'allevamento animale. Ricorda, il tuo parere è importante per noi indipendentemente da quanto conosci i temi presentati.

In genere, quanto tempo dopo la nascita un vitello viene separato dalla madre?

- ☐ Immediatamente
- ☐ Un giorno
- ☐ Una settimana
- ☐ Un mese
- ☐ Non so

Quale delle seguenti è una pratica comune nell'allevamento bovino da latte?

- ☐ Inseminazione artificiale
- ☐ Colorazione - con pigmenti naturali - del latte
- ☐ Utilizzo di ormoni per aumentare la produzione di latte
- ☐ Tutte le opzioni sopra
- ☐ Nessuna delle opzioni sopra

Quale/i delle seguenti condizioni sono essenziali affinché una vacca produca latte?

- ☐ La vacca deve aver partorito
- ☐ Deve essere una vacca da latte (e non una vacca da carne)
- ☐ La vacca deve essere alimentata solo con erba fresca o fieno
- ☐ Tutte le opzioni precedenti
- ☐ Nessuna delle opzioni precedenti

Metodologia

KNOWLEDGE QUIZ

Le seguenti domande hanno lo scopo di aiutarci a capire quanto sono diffuse le informazioni sui temi dell'allevamento animale. Ricorda, il tuo parere è importante per noi indipendentemente da quanto conosci i temi presentati.

In genere, quanto tempo dopo la nascita un vitello viene separato dalla madre?

- ☐ Immediatamente
- ☐ Un giorno
- ☐ Una settimana
- ☐ Un mese
- ☐ Non so



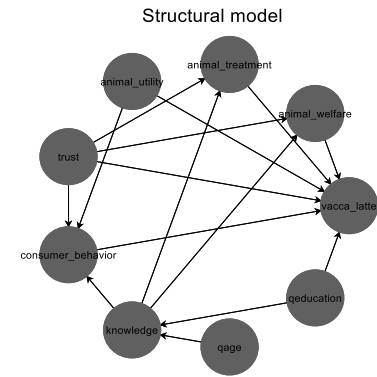
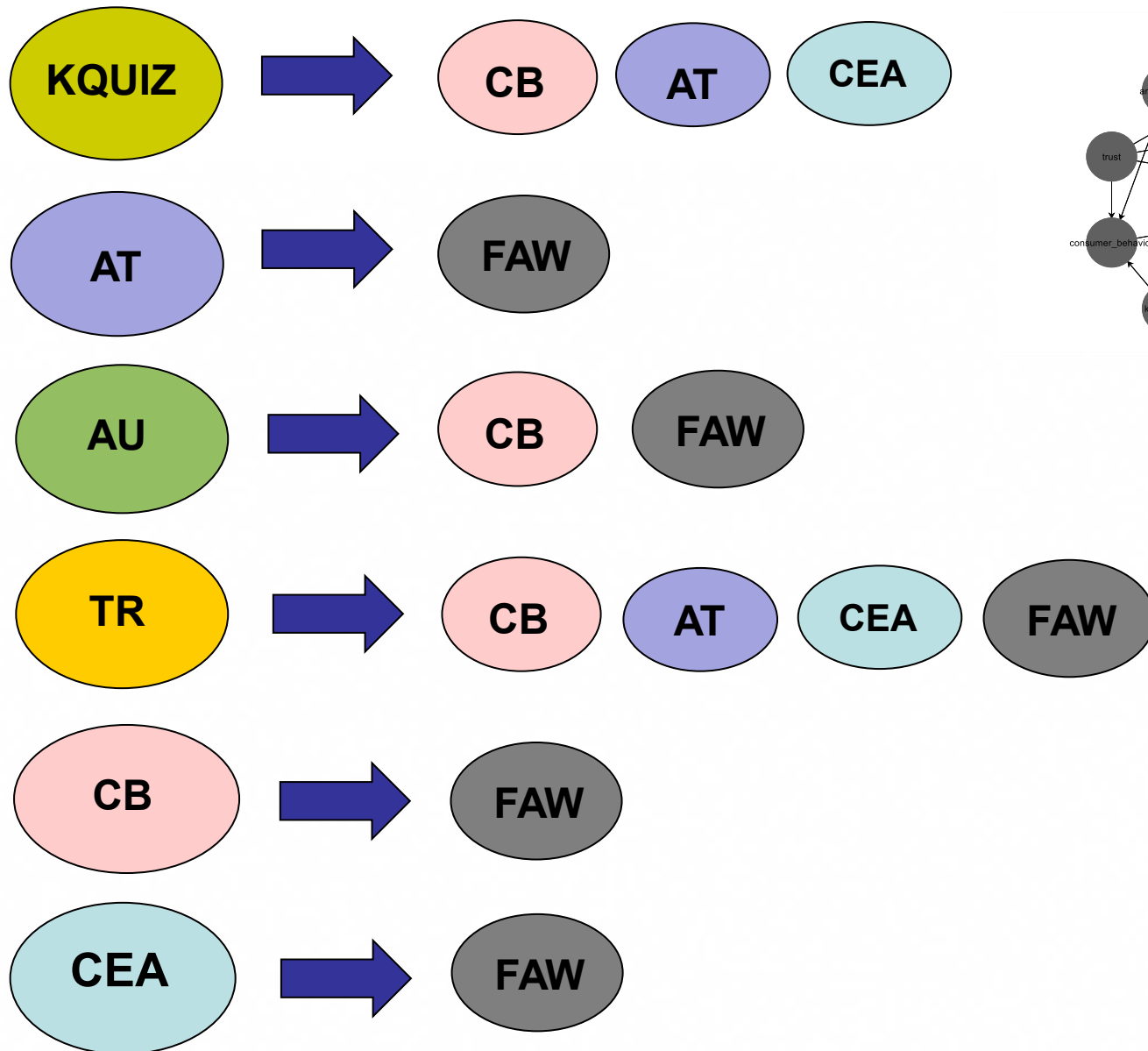
Quale delle seguenti è una pratica comune nell'allevamento bovino da latte?

- ☐ Inseminazione artificiale
- ☐ Colorazione - con pigmenti naturali - del latte
- ☐ Utilizzo di ormoni per aumentare la produzione di latte
- ☐ Tutte le opzioni sopra
- ☐ Nessuna delle opzioni sopra

Quale/i delle seguenti condizioni sono essenziali affinché una vacca produca latte?

- ☐ La vacca deve aver partorito
- ☐ Deve essere una vacca da latte (e non una vacca da carne)
- ☐ La vacca deve essere alimentata solo con erba fresca o fieno
- ☐ Tutte le opzioni precedenti
- ☐ Nessuna delle opzioni precedenti

Metodologia



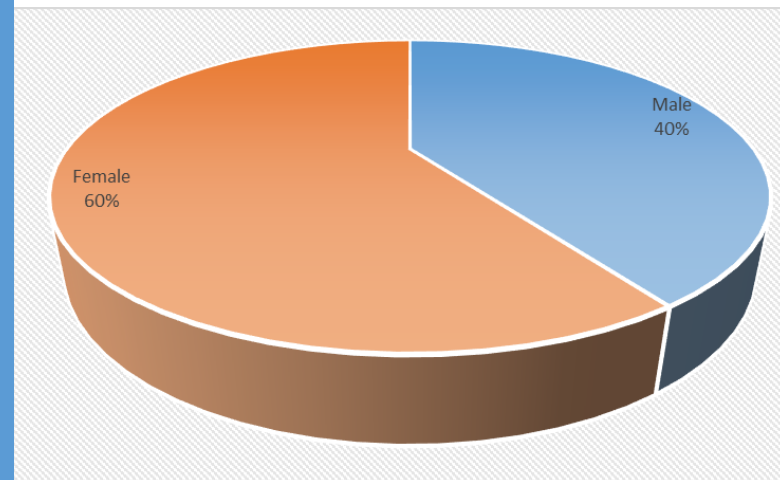
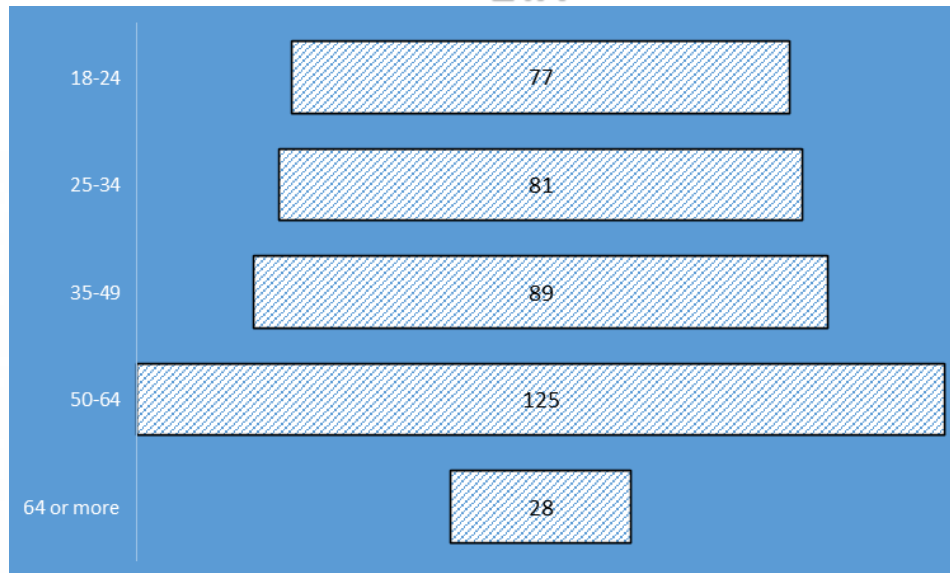
Risultati –statistica descrittiva

400 obs su
518 raccolte

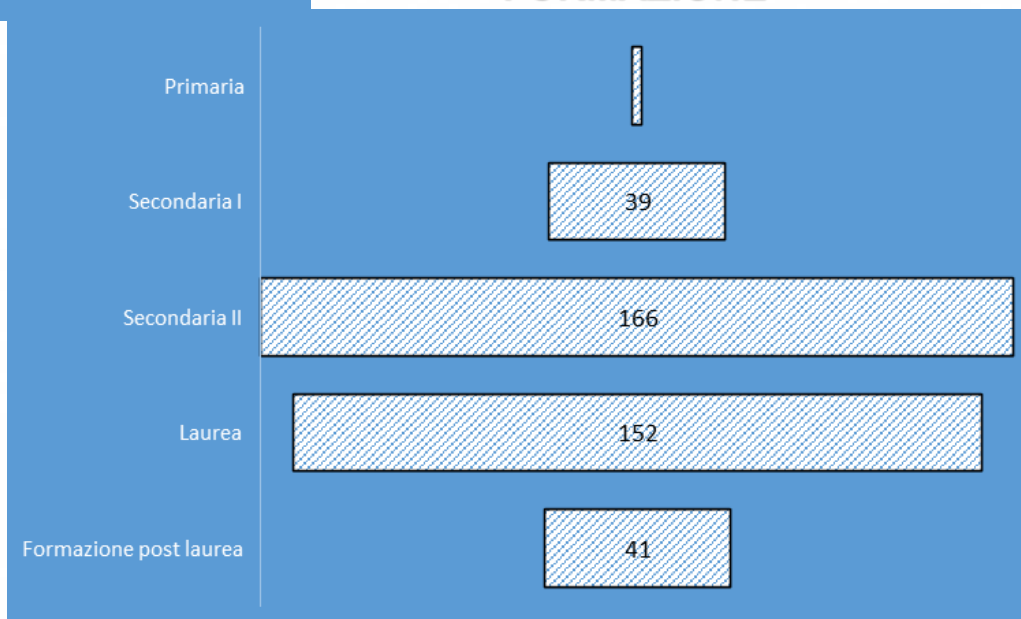
	Variable	Freq.	Percent	Cum.
gender	Male	162	40,5	40,5
	Female	238	59,5	100
age	18-24	77	19,25	19,25
	25-34	81	20,25	39,5
	35-49	89	22,25	61,75
	50-64	125	31,25	93
	64 or more	28	7	100
	Elementary schools	2	0,5	0,5
	Middle schools	39	9,75	10,25
education	Diploma	166	41,5	51,75
	Bachelor's degree	152	38	89,75
	Postgraduate courses / PhD	41	10,25	100
	I prefer not to declare it	100	25	25
	Up to 15000	34	8,5	33,5
income	From 15000 to 25000	78	19,5	53
	From 25000 to 50000	118	29,5	82,5
	Between 50000 and 70000	44	11	93,5
	Over 70000	26	6,5	100
	Never	18	4,5	4,5
	Once/twice a month	27	6,75	11,25
milk_frequency	Once a week	51	12,75	24
	More than once a week	134	33,5	57,5
	Everyday	170	42,5	100

Risultati –statistica descrittiva

ETA'

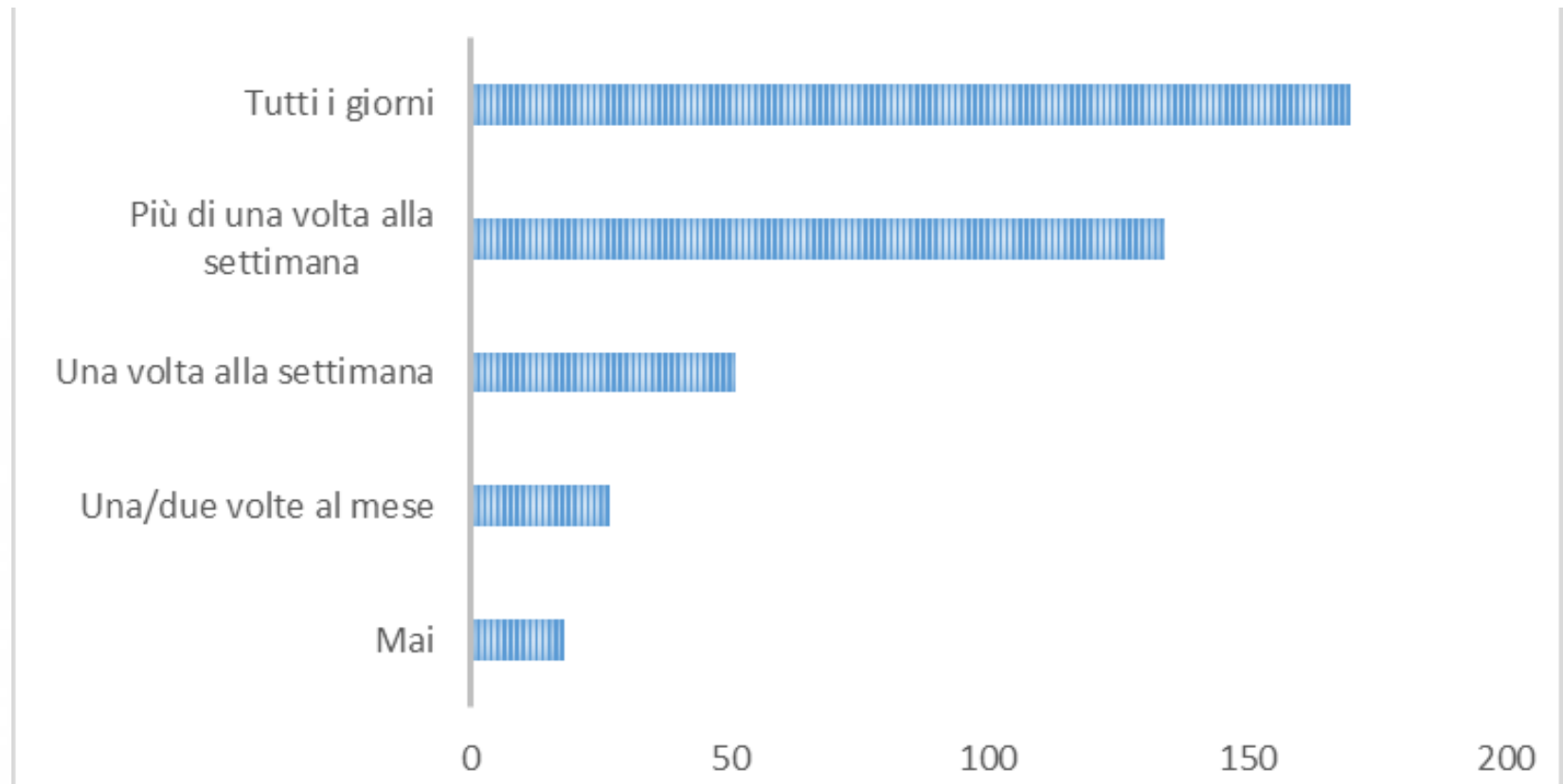


FORMAZIONE

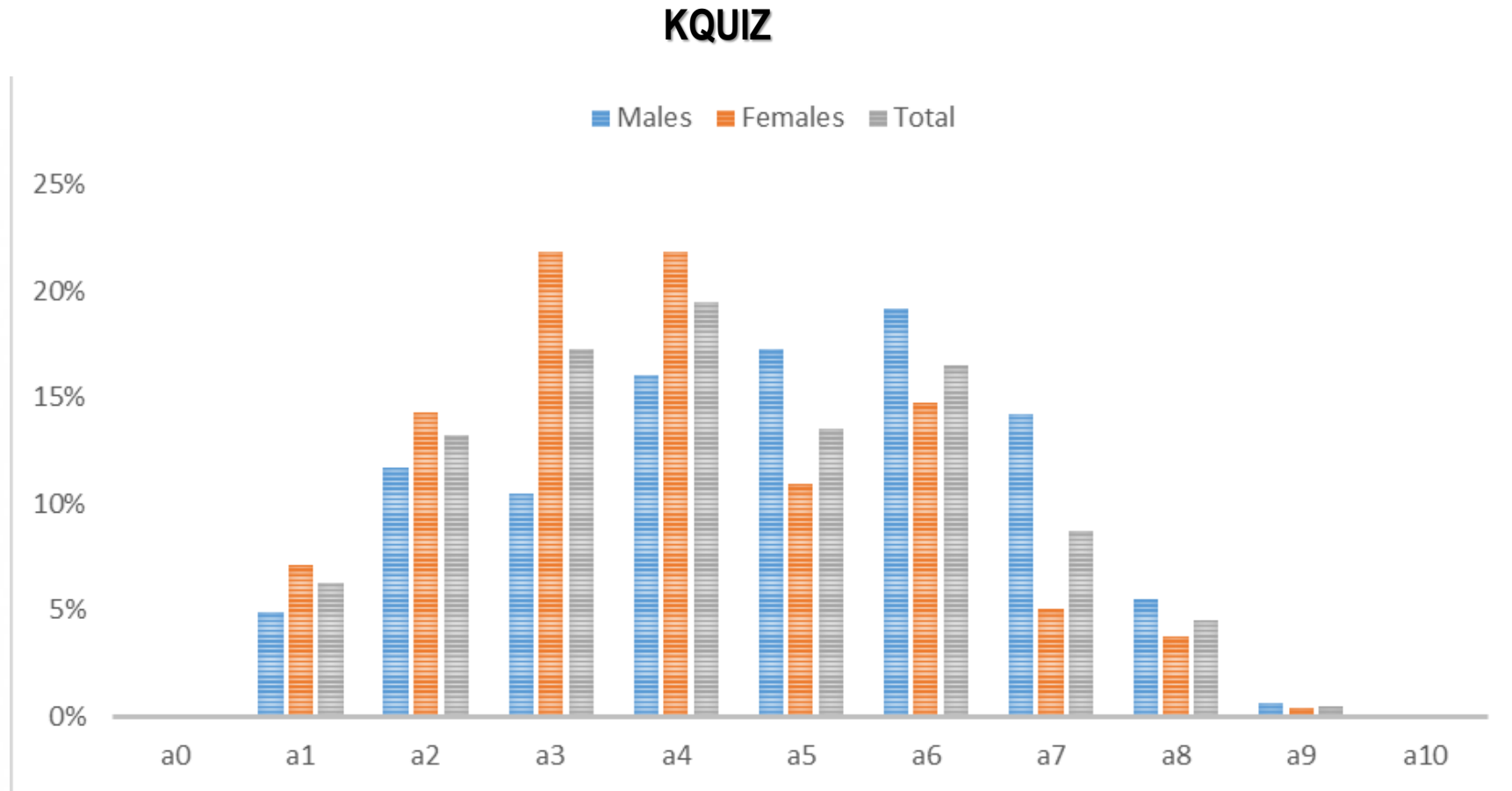


Risultati –statistica descrittiva

FREQUENZA DI CONSUMO

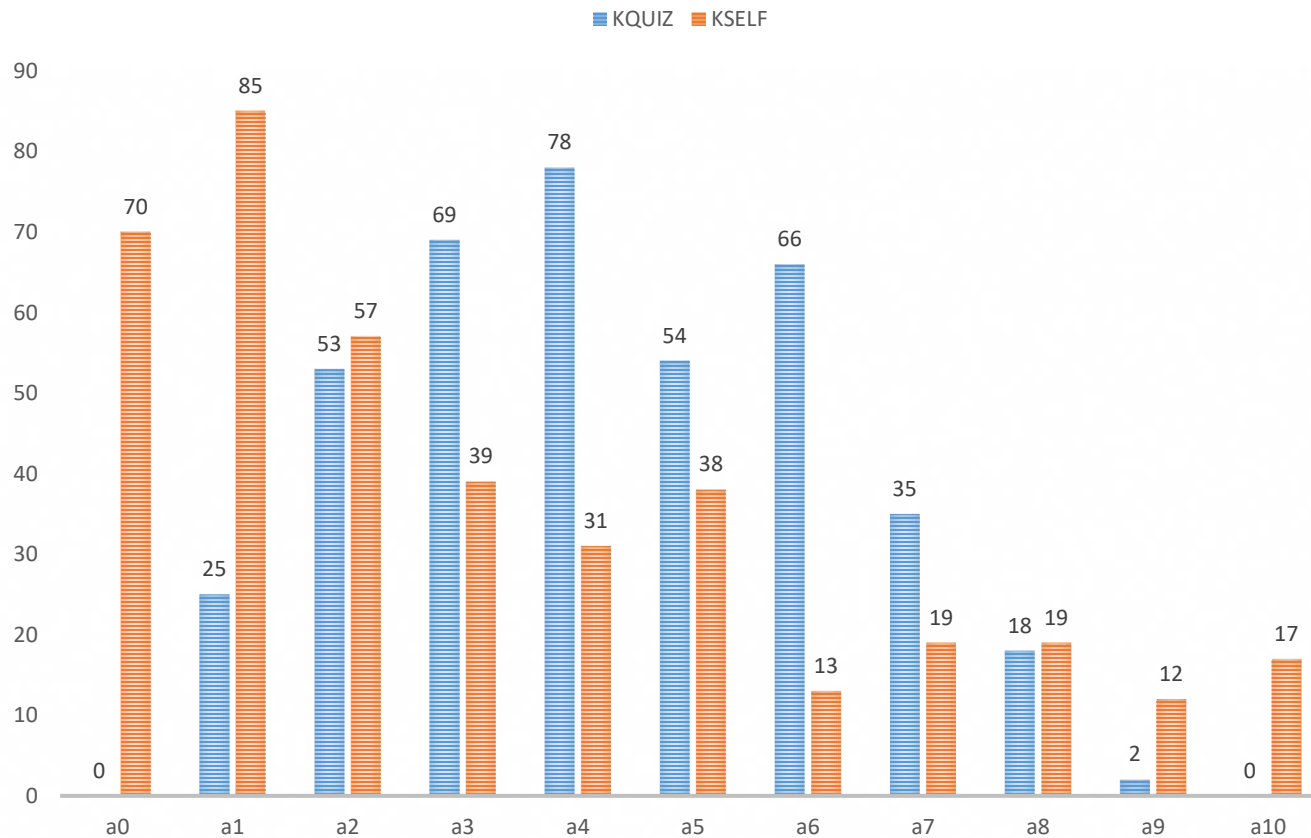


Risultati –statistica descrittiva



Risultati –statistica descrittiva

KQUIZ vs KSELF



Risultati –Structural model

Structural model - Standardized path coefficients					
Variables	CEA	AT	CB	knowledge	FAW
CEA					0.313***
AT					-0.143***
AU			-0.236***		0.089**
TRUST	0.484***	-0.217***	0.021		0.295***
CB					-0.075*
KQUIZ	0.171***	-0.211***	-0.098**		
age				-0.181***	
education				0.158***	-0.075*
r2	0,294	0,106	0,062	0,052	0,412

Risultati –Structural model

Structural model - Standardized path coefficients					
Variables	CEA	AT	CB	knowledge	FAW
CEA					0.313***
AT					-0.143***
AU			-0.236***		0.089**
TRUST	0.484***	-0.217***	0.021		0.295***
CB					-0.075*
KQUIZ	0.171***	-0.211***	-0.098**		
age				-0.181***	
education				0.158***	-0.075*
r2	0,294	0,106	0,062	0,052	0,412

Conclusioni

Aumentare la fiducia nel sistema

Combattendo gli stereotipi legati all'allevamento intensivo

+ conoscenza

+ fiducia

+ acquisto

Grazie per la vostra attenzione
chiara.mazzocchi1@unimi.it