

Perché si acquista la carne bovina?



KEES DE ROEST,
MARIA TERESA PACCHIOLI,
FRANCOTORELLI
Centro Ricerche Produzioni Animali,
Reggio-Emilia

Il consumo della carne bovina in Italia si è sviluppato rapidamente negli anni del boom economico post bellico, fino a raggiungere il massimo nel 1992 con 85 chilogrammi pro capite.

Sino agli anni '80 l'Italia si è caratterizzata per l'elevato consumo di carni bovine (manzo e vitello), preferite, nonostante l'elevato prezzo, alle altre carni. Successivamente, in particolare negli anni '90, il gradimento per la carne bovina da parte del consumatore è diminuito, per una serie di motivazioni che si possono ricondurre a:

- * cambiamento di stili di vita, che si sono riflessi anche sulle abitudini alimentari degli italiani. Il numero di pasti consumati fuori casa è aumentato a scapito della cucina italiana più tradizionale, che fa ampio uso di carni bovine; la qualità del cibo non è più giudicata solo dal prezzo, ma altre caratteristiche, principalmente legate al nuovo stile di vita, hanno acquisito molta importanza;
- * orientamento del consumatore italiano verso carni che giudicava meno rischiose dal punto di vista della sicurezza (residui di ormoni o altri trattamenti illeciti), anche prima della crisi della "mucca pazza".

L'innalzamento del consumo della carne suina è ampiamente dovuto alla crescita delle quote di salumi e prosciutti, cioè di carni lavorate, mentre la carne bovina è rimasta per lungo tempo quella maggiormente consumata fresca.

In particolare, la carne di manzo derivata dalle femmine, che pure rappresenta la maggiore quota di carni bovine consumate in Italia, risente fortemente della competizione delle altre carni (suine e pollame); nel periodo 1992-98 il suo consumo si è ridotto del

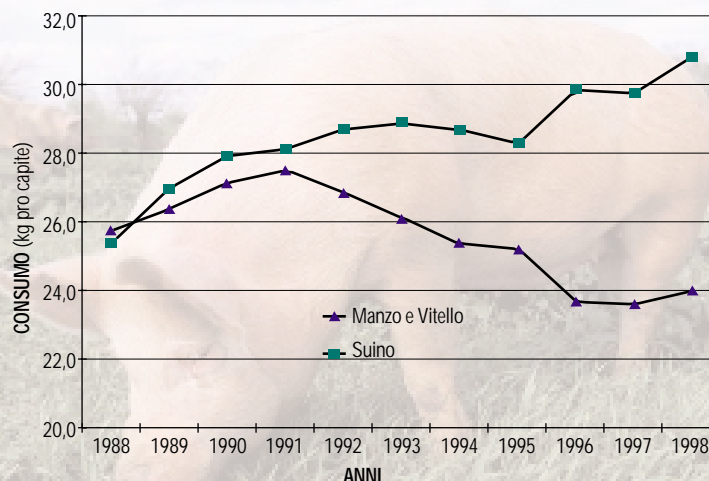
Una recente indagine del Crpa sul comportamento dei consumatori italiani. Oltre alla sicurezza igienico-sanitaria, per la qualità sono importanti i metodi di allevamento, l'alimentazione e la razza degli animali.

Tab. 1 – Consumo di carni di bovino e vitello pro-capite per tipo di carne (dati in chilogrammi).

TIPO DI CARNE	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Bovino e vitello	26,9	26,2	25,4	25,3	23,7	23,6	24,0
Carne da tori e manze	18,3	17,2	16,0	16,1	15,2	15,1	15,8
Vacche da riforma	3,1	3,4	3,7	3,6	3,5	3,7	3,4
Manzi e vitelloni	1,1	1,0	0,9	0,9	0,5	0,5	0,5
Vitello	4,4	4,6	4,8	4,7	4,4	4,4	4,4
TOTALE	26,9	26,2	25,4	25,3	23,7	23,6	24,0

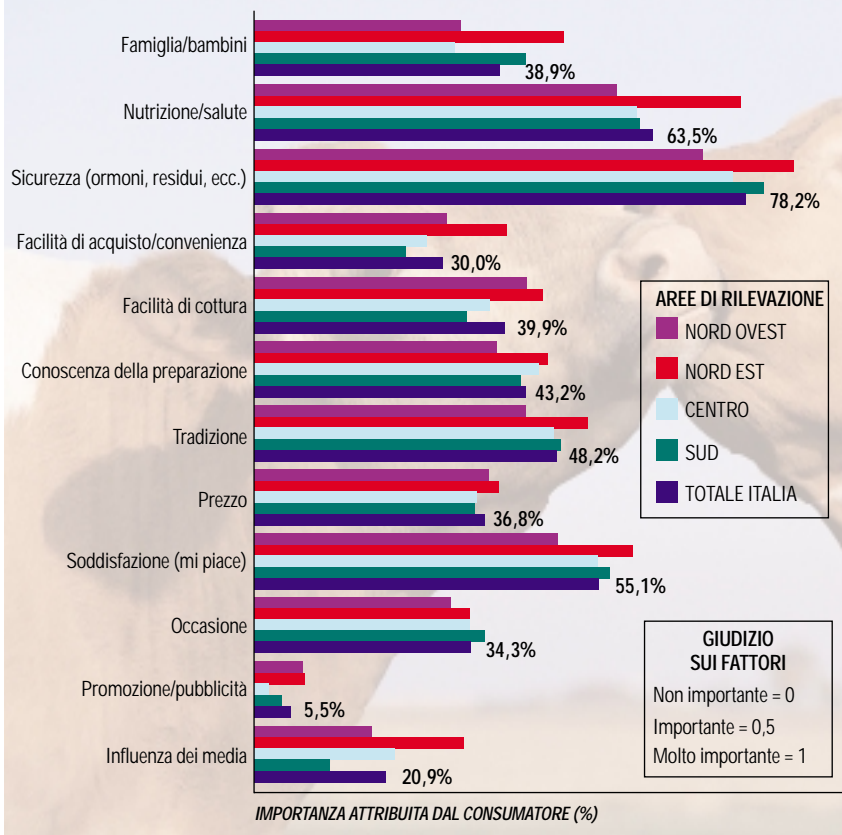
Fonte: elaborazione Crpa su dati Istat

Graf. 1
Consumo di carni bovine e suine in Italia,
1988-1998.



Fonte: elaborazione Crpa su dati Istat

Graf. 2
Quanto sono importanti per lei i seguenti fattori di scelta quando compera la carne bovina?



13,6% e anche la crisi della "mucca pazza" ha ulteriormente peggiorato, proprio su questa classe di prodotto, i consumi. Il consumo di carne di vitello ha in Italia una quota importante e stabile di mercato (tab. 1).

A fronte delle recenti crisi, che hanno pesantemente toccato il settore della carne bovina in Italia, anche se solo per il riflesso delle problematiche sanitarie dilagate in altri Paesi comunitari, come si pone il consumatore e, soprattutto, che cosa chiede relativamente alla carne bovina?

Una indagine sui consumatori

Negli ultimi mesi del 1999, il Centro ricerche produzioni animali di Reggio Emilia ha condotto, nell'ambito di un progetto sulla carne bovina finanziato dall'Unione europea, una indagine sul consumatore: lo scopo del lavoro è valutare l'atteggiamento degli acquirenti verso la carne bovina e le loro

aspettative in termini di caratteristiche di qualità.

L'indagine ha riguardato 12 città, e relative aree rurali, del territorio nazionale, suddivise equamente in 4 aree di rilevazione (1 = Nord Ovest; 2 = Nord Est; 3 = Centro; 4 = Sud). Il campione degli intervistati, complessivamente circa 500 consumatori, è stato stratificato per età, per sesso e per luogo di acquisto dove è avvenuta l'intervista (super/ipermercato o macelleria).

Un interessante dato emerso dall'indagine è che solo l'1,92% degli intervistati non consuma alcun tipo di carne: le ragioni principali sono la volontà di non sacrificare animali e le preoccupazioni relative ai riflessi sulla salute e alla sicurezza di questo tipo di alimento. Più o meno per le medesime ragioni, lo 0,98% dei consumatori di carne non acquista quella bovina.

Alla domanda "Consuma più o meno carne bovina rispetto a quanto faceva 5 anni fa?" il 46% degli intervistati ha risposto "meno". Le ragioni portate a motivazione del calo nei consumi sono: minore numero di persone in famiglia; è una carne che non incontra il gusto, non piace; la convinzione che la carne rossa non faccia bene alla salute.

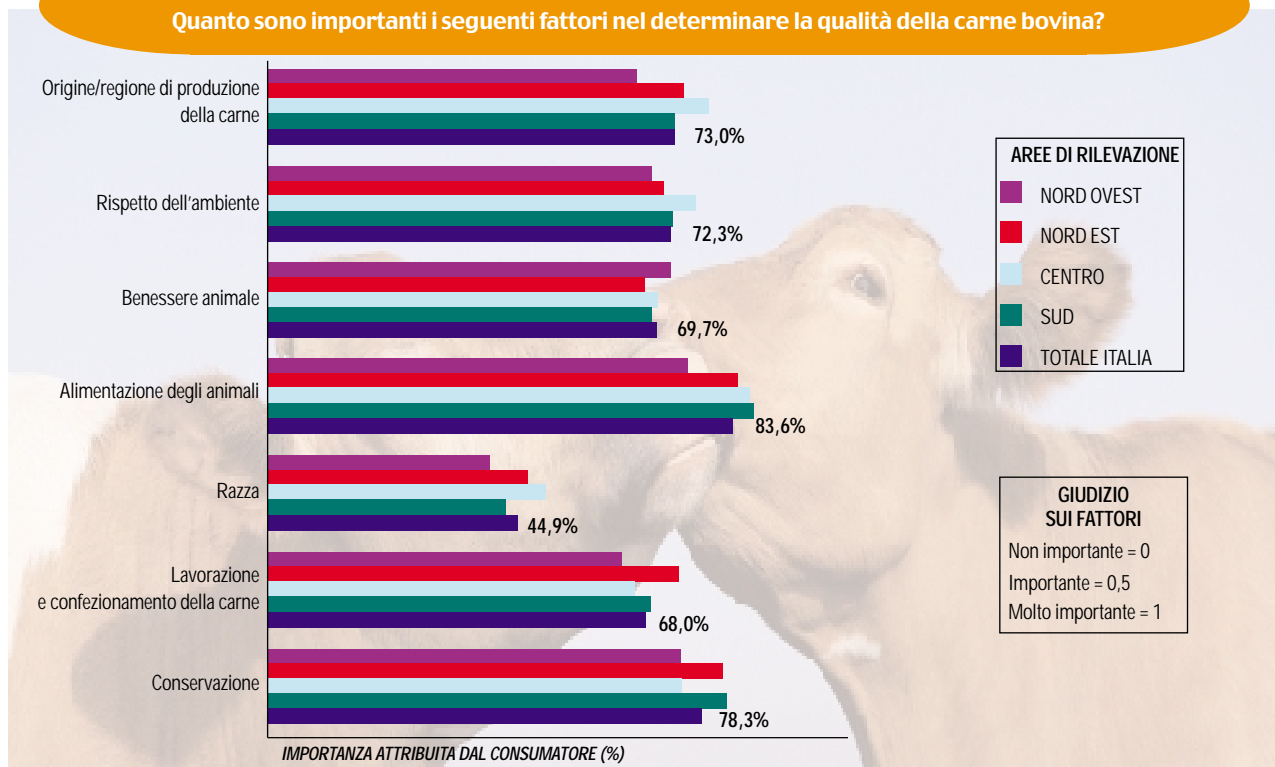
L'11% degli intervistati ha dichiarato di consumare più carne bovina rispetto agli anni precedenti: le motivazioni sono, in positivo, le stesse addotte da chi ha ridotto i consumi: è aumentato il numero dei famigliari; trovano la carne bovina di loro gradimento, piace; sono convinti che sia un buon nutrimento e che faccia bene alla salute.

(Foto Govoni)



Graf. 3

Quanto sono importanti i seguenti fattori nel determinare la qualità della carne bovina?

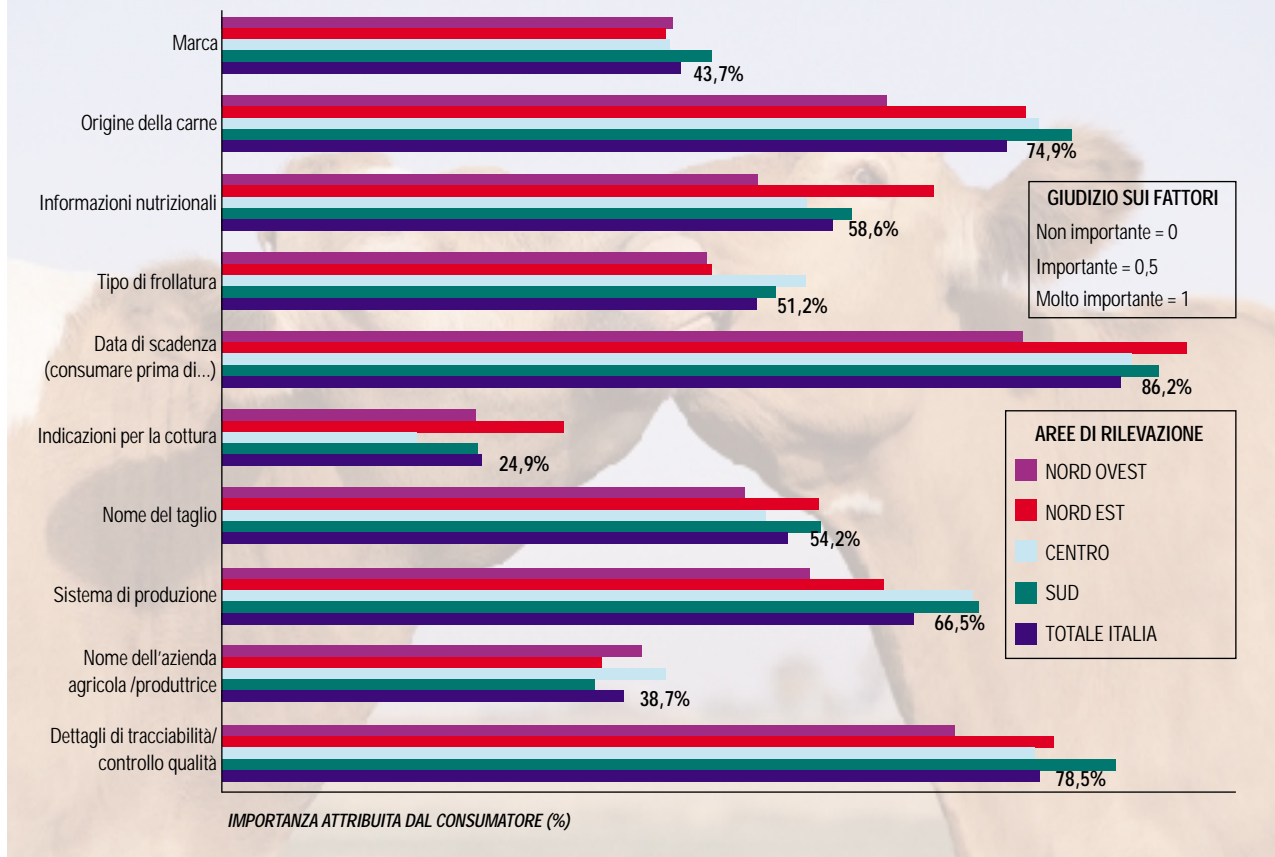


In sintesi, dal campione degli intervistati è emerso come il consumo della carne bovina è largamente presente e radicato negli italiani.

Quelle che invece possono risultare cambiate sono le motivazioni di acquisto, così come le aspettative di qualità, di seguito illustrate. Per ottenere il peso, il trend di ogni fattore su cui gli intervistati sono stati sentiti, è stato attribuito un punteggio fittizio alle risposte fornite (si vedano le legende dei singoli grafici). Questo ci permette di valutare, sia sulle 4 aree geografiche separatamente, sia per l'Italia (totale), la percentuale di importanza del singolo fattore sulla scelta del consumatore.



Graf. 4
Quali informazioni dovrebbero essere comprese sull'etichetta per indicare la qualità della carne bovina?



I criteri di scelta

Tra i criteri più importanti che intervengono nella scelta della carne bovina (graf. 2), per i consumatori sentiti, troviamo: la sicurezza (assenza di residui, patogeni, ecc.) per il 78,2% e le caratteristiche salutistiche e nutrizionali per il 63,5%. Questi due elementi sono poi ancora più incisivi per l'area di rilevanza 2, il Nord Est dell'Italia.

Fattori di media importanza sono la soddisfazione, il gradimento (55,1%), la tradizione del consumo (48,2%), il saper preparare la carne (43,2%) e la facilità di cottura (39,9%). Sono vissuti invece come elementi di minor importanza nella scelta il messaggio pubblicitario o la promozione (5,5%) e, più in generale, l'influenza dei media (20,9%).

Nella formazione della qualità della carne bovina (graf. 3) è fondamentale la fase di allevamento, più di quello che avviene a valle.

Il consumatore dà particolare im-

portanza all'alimentazione degli animali come elemento di qualità della carne (83,6%). Si evidenzia anche come l'origine geografica resti un fattore qualificante per il consumatore italiano (73%).

Il rispetto dell'ambiente e del benessere animale sono molto considerati (rispettivamente 72,3% e 69,7%), a conferma della sempre maggiore importanza attribuita ai fattori di produzione nel comporre la qualità delle derrate alimentari. La lavorazione (68%) e la conservazione (78,3%) sono i fattori di qualificazione segnalati dal consumatore a valle della produzione primaria.

Si è poi voluto capire come il consumatore individua la qualità della carne bovina al momento dell'acquisto. Il giudizio diretto, cioè una valutazione della qualità fatta dall'acquirente stesso ha la maggior rilevanza (87,7%). Comunque, molto è delegato al consiglio del venditore (macellaio o super/ipercarner) o all'etichetta. Anche il prezzo

viene considerato un indicatore di qualità.

Infine, alla luce della prossima applicazione dell'etichettatura delle carni bovine sul territorio comunitario, si è voluto testare quali siano le aspettative del consumatore a questo proposito: nello specifico, quali sono, secondo il consumatore, le indicazioni da mettere in etichetta per qualificare la carne bovina (graf. 4).

La freschezza, interpretata come indicazione del tempo di consumo, è l'elemento principale che il consumatore vorrebbe trovare sull'etichetta; ma il consumatore vorrebbe essere a conoscenza anche delle indicazioni sul percorso di tracciabilità o controllo qualità (78,5%), dell'origine (74,9%) e del sistema di produzione (66,5%). Altri indicatori di qualità che potrebbero essere riportati nell'etichetta sono le informazioni nutrizionali, il tempo di frollatura, il nome del taglio e il nome dell'azienda agricola di produzione. □