



LV CONVEGNO DI STUDI

METAMORFOSI VERDE **AGRICOLTURA, CIBO, ECOLOGIA**

Complesso monumentale di San Pietro

Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali

PERUGIA 13-15 settembre 2018

Tradizione, territorio e ambiente, determinanti di scelta nell'acquisto del pane

Annalisa De Boni, Claudio Acciani, Rocco Roma, Dipartimento di scienze Agroambientali e Territoriali Università degli Studi di Bari "A. Moro"

Abstract

Le connessioni tra nutrizione ed ambiente sono ormai innegabili; molti studi recenti hanno messo in evidenza come stili di vita e consumi responsabili possano migliorare sia il benessere individuale che, non meno importante, la salute dell'ambiente (De Boni e Roma, 2016, Donati et al 2016; Germani et al. 2014). Nello stesso tempo l'aumento della consapevolezza e dell'informazione sugli effetti che i sistemi di produzione e consumo esercitano sull'ambiente e sul contesto sociale (T.Dyllick, et al 2016, 2017;) costituiscono uno stimolo ad intraprendere percorsi di produzione e consumo sempre più sostenibili sia per le imprese del settore agroalimentare che per i consumatori. Il sistema agroalimentare in Italia genera circa il 19% delle emissioni totali (a livello globale contribuisce per circa un quarto del totale dei gas climalteranti; Oxfam International, 2016), in cui la fase agricola copre quasi il 40% mentre il settore dei trasporti e degli allevamenti e della fase di trasformazione ne generano circa il 20% ciascuno (MIPAAF, 2012). Contemporaneamente è ampiamente riconosciuto che le scelte alimentari contribuiscono in maniera rilevante a determinare il buono stato di salute ed il benessere sia individuale che dell'ambiente (Verbeke, 2008). Tali scelte sono condizionate, tuttavia, da un complesso insieme di fattori, correlati tra loro, che comprendono sia aspetti dei quali il consumatore è perfettamente consapevole, quali, ad esempio, il gusto, le caratteristiche nutrizionali ed il prezzo dei prodotti, sia condizionamenti più inconsci legati alla sfera motivazionale, culturale ed affettiva (Verbeke, 2008; Grunert et al 2010;); tutto ciò fa sì che il consumatore esprima preferenze ed attribuisca valore al cibo sulla base dei propri valori e del suo substrato culturale ed emotivo (Allen et al 2012, Grunert 2011;). Sulla base di queste considerazioni è stata sviluppata una indagine esplorativa, che ha valutato la sostenibilità dei consumi di pane, prodotto fortemente caratterizzante la dieta mediterranea, e costruito un esperimento di scelta su tre tipi di pane di qualità: il pane carasau come specialità tradizionale, il pane di Altamura come prodotto tutelato da un marchio di qualità territoriale e il pane integrale locale biologico, come prodotto di sanità certificata. Sulla base dei giudizi espressi sia da un panel di esperti, rappresentanti delle diverse fasi della catena del valore, sia da un gruppo di consumatori, caratterizzati da consumi di pane in linea con la media nazionale, è stata valutata la sostenibilità di ciascuna

tipologia di pane, in funzione di una serie di determinanti riferite alle componenti economica, ambientale e sociale. Il confronto tra i risultati ha consentito, da un lato di mettere in evidenza il peso delle diverse determinanti nel giudizio complessivo espresso dagli esperti, dall'altro di analizzare il comportamento di scelta dei consumatori, in riferimento alla diversa percezione delle caratteristiche di sostenibilità del pane.

Keywords : Pane, Sostenibilità, Consumatore