

Effetto delle informazioni relative al sistema di allevamento biologico sull'accettabilità del formaggio pecorino §

F. Napolitano^{a}, A. Braghieri^a, E. Piasentier^b, S. Favotto^b, S. Naspetti^c, R. Zanolì^c*

^a Dipartimento di Scienze delle Produzioni Animali, Università degli Studi della Basilicata

^b Dipartimento di Scienze animali, Università di Udine

^c DIIGA, Università Politecnica delle Marche

*Autore corrispondente, e-mail: fabio.napolitano@unibas.it

Effect of information about organic farming on “Pecorino” cheese liking

The present study was aimed to assess the effect of information about organic production on “Pecorino” cheese liking. Mean scores of perceived liking were similar for organic cheese (OC) and conventional cheese (CC). Expected liking scores were higher for OC than for CC ($P < 0.001$). For OC the expected liking was significantly higher ($P < 0.001$) than the perceived liking expressed in blind conditions (negative disconfirmation). Consumers assimilated their liking for OC in the direction of expectations ($P < 0.001$) and showed a willingness to pay OC higher than the commercial value of organic cheese. Thus, the information on organic farming can be a major determinant of cheese differentiation.

1. Introduzione

La conoscenza di un prodotto e le informazioni ad esso correlate suscitano nel consumatore delle attese anteriori alla scelta che possono essere negative o positive e fungono da riferimento per la conferma o meno dopo il consumo. In genere, in caso di disconferma l'accettabilità reale si sposta nella direzione delle attese seguendo un modello di assimilazione (Cardello e Sawyer, 1992).

Ricerche precedenti hanno evidenziato un marcato effetto delle informazioni relative al sistema di allevamento sull'accettabilità e la disponibilità a pagare prodotti di origine animale (ad esempio, Napolitano et al., 2008). Tuttavia, tali informazioni non sono facilmente percepibili dal consumatore, per cui si rende necessario un sistema affidabile di segnalazione della qualità.

La finalità di questo studio, pertanto, è stata quella di valutare l'effetto delle informazioni relative al sistema di allevamento biologico sull'accettabilità del pecorino biologico e sulla disponibilità a pagare da parte dei consumatori.

2. Materiale e Metodi

Il latte utilizzato per la produzione del formaggio pecorino è stato ottenuto da 2 aziende ovine, una biologica, l'altra convenzionale, e trasformato presso lo stesso

§ Lavoro eseguito nell'ambito del Progetto Interregionale E.QU.I.ZOO.BIO.

caseificio utilizzando lo stesso processo di lavorazione. I soggetti costituenti il *panel* di 150 consumatori sono stati reclutati in tre diverse città: Potenza, Ancona e Udine) in base all'età ed al livello di istruzione. L'esperimento è stato suddiviso in 4 fasi. Nella prima fase ai consumatori sono stati offerti pecorino convenzionale e biologico e sono stati invitati ad esprimere il loro gradimento senza ricevere informazione sui prodotti (accettabilità percepita o *blind*).

Nella seconda fase i consumatori hanno ricevuto le informazioni relative ai due sistemi di allevamento utilizzati (convenzionale e biologico) e hanno espresso il gradimento atteso per i prodotti. Il giorno successivo i consumatori hanno ricevuto il solo prodotto biologico e le relative informazioni (accettabilità reale). Le informazioni relative ai sistemi di produzione biologico e convenzionale hanno riguardato: tecniche di allevamento, livello di benessere, impiego di sostanze chimiche, OGM e farmaci, adozione del pascolo e impatto ambientale. Per l'acquisizione dei dati è stata utilizzata una scala di categoria a 9 punti. Nella fase 4, è stata condotta l'asta di Vickrey (Vickrey, 1961). Il consumatore che presentava l'offerta più alta si aggiudicava il prodotto, pagando, però, un prezzo corrispondente all'offerta immediatamente più bassa. I dati relativi all'accettabilità sono stati sottoposti ad analisi della varianza utilizzando come fattori il prodotto (convenzionale e biologico) e la condizione informativa (*blind*, attese e reale).

3. Risultati e Discussione

I risultati (tab.1) hanno evidenziato che in condizioni di *blind* (senza informazioni) i consumatori non hanno mostrato preferenze ($P > 0,05$). Questo risultato è solo apparentemente in contrasto con quanto rilevato per la carne bovina biologica (Napolitano et al., 2009). Infatti, nel caso del formaggio, i due prodotti (biologico e convenzionale) sono stati lavorati nello stesso stabilimento, per cui il processo produttivo comune ha appiattito le differenze sensoriali tra i due prodotti. Vengono, invece, confermate le attese significativamente superiori per il prodotto biologico rispetto a quello convenzionale ($P < 0,001$) e la disconferma negativa per il prodotto biologico (formaggio peggiore di quanto atteso dai consumatori), poiché risulta significativa, oltre che negativa, la differenza tra *blind* e attese (-0,88) per questo prodotto ($P < 0,001$). Per il prodotto convenzionale, invece, è stata osservata una disconferma positiva (pecorino migliore di quanto atteso) dovuta alla differenza significativa, oltre che positiva (0,99), tra *blind* e attese ($P < 0,001$). L'assimilazione dell'accettabilità reale del pecorino biologico verso le attese, dimostrato dalla significatività della differenza $R-B = 0,61$ ($P < 0,001$), non è stata completa poiché rimane significativa la differenza tra accettabilità attesa e accettabilità reale (-0,27; $P < 0,001$). Tali risultati, da un lato confermano l'effetto marcato delle informazioni sull'accettabilità reale del formaggio, dall'altro evidenziano che se le proprietà sensoriali del prodotto non sono adeguate e la divergenza tra attese e *blind* è eccessiva, non è possibile spostare l'accettabilità reale sui livelli di quella attesa.

I consumatori hanno offerto prezzi marcatamente più elevati per il pecorino biologico ($41,6 \pm 1,6$ €/kg) rispetto al prezzo medio di mercato (circa 25 €/kg, indagi-

ne su negozi on-line). Tale risultato è da attribuire anche al luogo di svolgimento del test (laboratorio universitario) che può aver indotto una maggior fiducia nelle informazioni. Resta, pertanto, da verificare la reale intenzione a pagare il pecorino biologico nei punti vendita. In ogni caso, il risultato è conforme a quelli di studi precedenti relativi all'effetto delle informazioni sulla disponibilità a pagare per prodotti caseari (Napolitano et al., 2008).

Tabella 1 – Punteggi assegnati dai consumatori nelle tre prove

	Pecorino biologico	Pecorino convenzionale
Blind (B)	6,90 ± 0,11	7,01 ± 0,09
Attese (A)	7,69 ± 0,08a	6,09 ± 0,12b
Reale (R)	7,42 ± 0,07	NR
B-A	-0,88***	0,99***
	Disconferma negativa ¹	Disconferma positiva ²
R-B	0,61***	-
	Assimilazione ³	
R-A	-0,27***	-
	Incompleta ⁴	

a,b = P<0,001; *** = P<0,001. ¹Il prodotto è peggiore di quanto atteso; ²il prodotto è migliore di quanto atteso; ³l'accettabilità reale si sposta nella direzione delle attese; ⁴l'accettabilità reale rimane inferiore alle attese.

Bibliografia

- Cardello A. V., Sawyer F. M. (1992): *Effects of disconfirmed consumer expectations on food acceptability*. Journal of Sensory Studies, 7, 253-277.
- Napolitano F., Pacelli C., Girolami A., Braghieri A. (2008): *Effect of information about animal welfare on consumer willingness to pay for yogurt*. Journal of Dairy Science, 91, 910-917.
- Napolitano F., Braghieri A., Piasentier E., Favotto S., Naspetti S., Zanolli R. (2009): *Effect of information about organic production on beef acceptability*. Food Quality & Preference, doi:10.1016/j.foodqual.2009.08.007.
- Vickrey W. (1961). *Counterspeculation, auctions, and competitive sealed tenders*. Journal of Finance, 16, 8-37.