

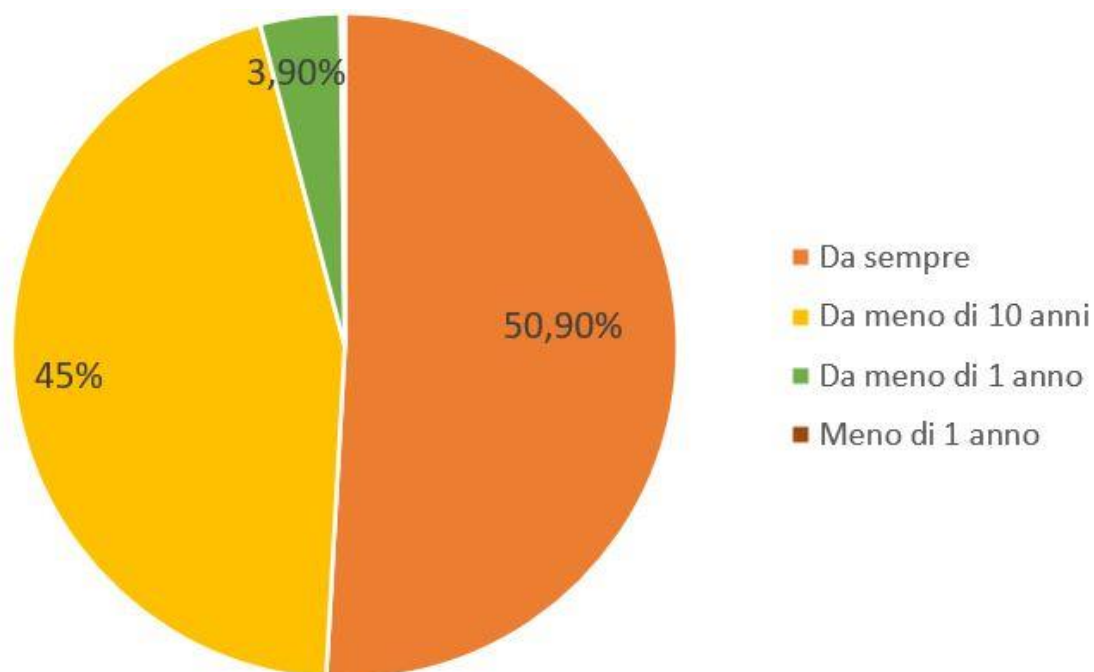
SONDAGGIO SUL CONSUMO DI PRODOTTI CAPRINI IN ITALIA: I RISULTATI

Per provare a capire il consumo dei prodotti caprini in Italia, Capre.it ha deciso di proporre un sondaggio con 23 domande valutando: frequenza, modalità di consumo e di acquisto, preferenze e scelte dei consumatori.

Al sondaggio hanno partecipato 280 persone concentrate prevalentemente in una fascia d'età compresa tra i 40-60 anni (45%) e tra i 20-40 anni (35%).

Il primo dato che si può evidenziare è che meno dell'1% dei partecipanti dichiara di consumare prodotti caprini da almeno 1 anno, il 45% li consuma da meno di 10 anni e **oltre il 50% è abituato da sempre ad acquistare questi prodotti** (Grafico 1).

Grafico 1: Periodo di consumo dei prodotti caprini



Un'informazione che si ricava dal sondaggio e che fa ben sperare, è che oltre il 50% dei ragazzi fino a 20 anni di età consuma questi prodotti con frequenza regolare, infatti il 75% li consuma almeno 1 volta alla settimana, dato più alto tra tutte le fasce d'età.

Se i **prodotti di capra** mediamente **sono conosciuti da almeno 10 anni** dai partecipanti al sondaggio, la frequenza con la quale questi vengono consumati non è molto elevata dato che quasi il 50% delle persone afferma che solo occasionalmente (meno di 3 volte/mese) consuma questo genere alimentare.

Il 36% dei partecipanti, dato comunque rilevante, è abituato settimanalmente ad acquistare questi prodotti.

La motivazione principale che ha spinto molti consumatori a provare questi prodotti per la prima volta è stata la curiosità, seguita dall'opinione che i latticini caprini siano più salutari di altri. Forse è proprio la curiosità, la voglia di scoprire nuovi prodotti e di capire come questi vengono lavorati che ci spiega come **oltre il 40% delle persone si dichiara un buon conoscitore dei latticini caprini**. Un dato che vorremmo mettere in evidenza è che, nonostante quest'elevata percentuale di conoscitori, il 31% dei partecipanti afferma di non essere interessato ad approfondire la conoscenza di questi prodotti, perché quello che conta è che siano buoni.

I consumatori di prodotti caprini sono ancora molto legati al produttore e all'artigianalità, infatti ben **il 57% acquista direttamente nelle aziende o nei mercati agricoli**, il 13% in piccole botteghe e la restante parte al supermercato.

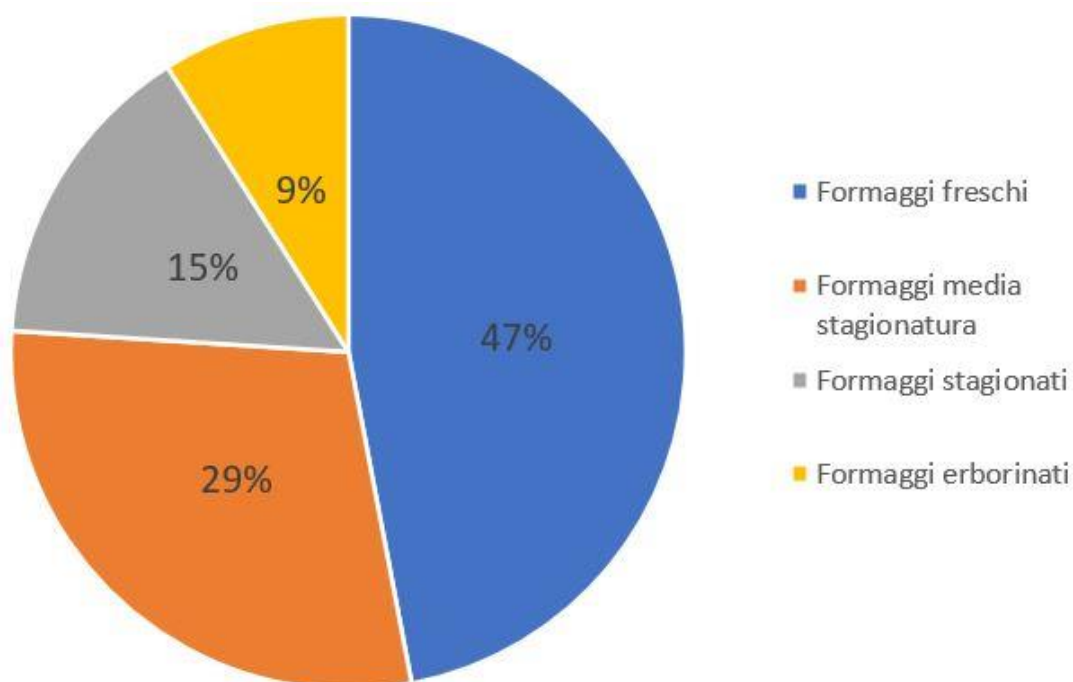
La motivazione che spinge i consumatori ad acquistare al supermercato è principalmente la comodità o l'assenza di produttori vicini alla zona di residenza. Anche in questo caso i giovani dimostrano di aver a cuore le piccole realtà, infatti il 100% dei ragazzi dichiara di acquistare direttamente presso le aziende agricole per garantirsi così prodotti sani e genuini.

L'acquisto in piccoli negozi, mercati agricoli o direttamente presso le aziende, viene privilegiata dai consumatori perché, oltre a sostenere l'economia territoriale (32,5%), ci si assicura che i prodotti siano a Km0, sani e genuini (40%).

Mettendo a confronto un prodotto acquistato al supermercato e uno dal produttore, **l'88% dichiara che il prodotto artigianale sia più buono di quello industriale** perché presenta un sapore più deciso (40%) e diverso di volta in volta (33%). Coloro che preferiscono i prodotti del supermercato affermano che questi hanno una shelf-life più lunga (32%) oltre che essere più delicati, con un minor sentore di "capra" (34%).

Tra i **formaggi maggiormente acquistati** troviamo i **formaggi freschi (47%)**, seguiti da formaggi a media stagionatura (29%), formaggi stagionati (15%) e infine gli erborinati (Grafico 2). Tra i consumatori ben il 47% dichiara che ama cambiare sempre tipologia e una percentuale molto simile rivela di consumare sempre lo stesso tipo di formaggio, ma provare con piacere ogni volta anche altri prodotti.

Grafico 2: Preferenze nel consumo di formaggi caprini



Yogurt di capra: questo prodotto non viene apprezzato per sapore e consistenza dal 37% dei consumatori, **al 48% piace** e viene preferito **naturale** piuttosto che alla frutta. Un dato curioso è che lo yogurt sembra essere molto apprezzato nella fascia d'età fino ai 40 anni, per poi diventare un prodotto non particolarmente consumato.

Soltanto l'8,5% consuma abitualmente il **latte fresco di capra**, mentre quasi **l'80% dei consumatori non lo acquista** perché non piace oppure è eccessivamente costoso. Nonostante questo, **ben il 95% si dichiara favorevole alla presenza in etichetta dell'origine italiana del latte**, sia perché viene ritenuto più controllato rispetto a latti esteri, sia perché in questo modo si riescono a sostenere i produttori italiani.

95% favorevole all'origine italiana del latte in etichetta



Allontanandoci per un attimo dai latticini, ci spostiamo al settore carne. Il **capretto** viene consumato prevalente durante le feste, anche se oltre **il 20% dei partecipanti al sondaggio sostiene di non consumarlo nemmeno una volta all'anno**. Come per i latticini, il capretto viene acquistato in prevalenza dal proprio allevatore di fiducia o in piccole macellerie, solo in minima parte al supermercato.

Analizzate le preferenze dei consumatori passiamo adesso ad un'ultima parte che riteniamo essere importante soprattutto per coloro che vendono e propongono al pubblico le loro produzioni.

Oltre il **50%** dei partecipanti dichiara di scegliere un banco del mercato piuttosto che un altro guardando prima di tutto **l'ordine e la pulizia del banco** stesso e solo in seguito la varietà dei prodotti esposti (35%). Un fattore che scoraggia il consumatore (oltre al disordine e allo sporco) è l'assenza del banco frigo e i prezzi ritenuti eccessivi.

Il packaging dei prodotti sembra avere un peso limitato nella scelta del venditore, probabilmente assume molta importanza nell'acquisto di prodotti online dove, l'unico fattore oltre al prezzo che può spingere all'acquisto, è proprio il modo in cui vengono presentati i prodotti.

Il 93% dei consumatori destina meno di 60 euro/mese all'acquisto di prodotti caprini, in particolare il 64% dei consumatori spende meno di 30 euro/mese.

Dai dati raccolti, si può vedere come i prodotti caprini siano apprezzati dai consumatori che sempre più, sono consapevoli dell'importanza del lavoro svolto da tutti gli imprenditori agricoli.

Un lavoro, che è sì di trasformazione della materia prima latte, ma che permette anche di tutelare il territorio, di favorire lo sviluppo delle economie locali, di conservare le tradizioni e gli antichi sapori, oltre che di limitare lo spopolamento montano.

Insomma un lavoro che non solo ci permette di assaporare ottimi prodotti ma che ha anche importanti funzioni sociali.