Adnkronos Ultim'ora - 16/06/2021 15:16:00

Per 95% proprietari di animali è importante acquistare alimenti da aziende sostenibili

Roma, 16 giu. - (Adnkronos) - Ben il 95% dei proprietari italiani ritiene importante acquistare alimenti prodotti da aziende impegnate per la sostenibilità. E' quanto emerge da un'indagine realizzata da Toluna per Purina che, in occasione del lancio dell'edizione 2020 del report Purina in Society (PinS) ha voluto ascoltare i pet owner italiani in modo da capire meglio le loro necessità, i loro interessi e cosa caratterizza la loro relazione con i pet analizzando, in particolare, il ruolo degli animali da compagnia nella società, oltre ai temi di possesso responsabile e di sostenibilità del pet food. Dall'ultima rilevazione Toluna per Purina, condotta a maggio 2021, emerge chiaro che i pet: tengono compagnia (65%), migliorano l'umore (63%) e sono in grado di alleviare lo stato di stress del proprietario (60%), in particolare in seguito il periodo che abbiamo vissuto legato alla pandemia da Covid-19 che ha messo alla prova il nostro benessere e i nostri stati d'animo. La quasi totalità (98%) dei rispondenti ritiene essenziale l'avvicinamento a cani e gatti sin dall''infanzia: molto importante per l'80% e abbastanza per il 18%. Tra i benefici dell'avvicinamento precoce si è rilevato: l'apprendimento di valori quali la responsabilità (sostenuto maggiormente dal target femminile) e il rispetto per più di 1 proprietario su 2, lo sviluppo di legami emotivi - in primis l'amicizia - e la connessione al mondo della natura. Tra i proprietari di cani, particolarmente rilevanti anche la gestione dello stress e il rispetto delle regole. Quanto all'alimentazione il 95% dei pet owner sceglie quella industriale che è considerata completa e bilanciata da circa il 60% dei proprietari, e 1 su 2 riconosce come elementi positivi anche il supporto di ricerca e innovazione ma anche la sicurezza e gli elevati standard di controllo nella produzione. In generale, inoltre, i pet owner sembrano essere focalizzati su aree molto chiare: richiesta prodotti senza conservanti o coloranti (48%) e trasparenza (41%). Il tema della sostenibilità. Praticamente per tutti gli intervistati (95%) è importante acquistare da marche che siano sostenibili. Inoltre, 1 persona su 2 giudica un'azienda di pet food sostenibile se utilizza energie rinnovabili (50%), si occupa della salvaguardia del benessere degli animali (48%) e riduce la produzione di scarti in ogni passo della filiera (48%) e viene richiesto, sempre da 1 consumatore su 2, che le aziende si impegnino in queste aree se non lo stanno già facendo. Dati confermati dal fatto che la messa in atto di azioni a favore della sostenibilità aumenterebbe la predisposizione di acquisto di una marca 'sostenibile' di 8 proprietari su 10.