



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Dipartimento di Psicologia

Facoltà di Medicina e Psicologia

Le motivazioni alla base del consumo di prodotti vegetariani e vegani

Caterina Lombardo

caterina.lombardo@uniroma1.it

Outline

- diffusione del fenomeno nel mondo e in Italia
- tipizzazione
- motivazioni
- fattori di mantenimento delle scelte
- barriere



Un numero sempre crescente di persone nel mondo adotta regimi alimentari caratterizzati da uno spettro di comportamenti di evitamento delle proteine animali (e.g. Timko et al., 2012).

Diffusione

- Le persone che si definiscono vegetariane ammontano a (Ruby, 2012):



- 8% in Canada
- 3% in USA
- 3% UK
- 1-2% New Zeland
- 3% Australia
- 6% Irlanda
- 9% Germania
- 8.5% Israele
- 40% India

In Italia (Fonte: Rapporto Eurispes 2015):

2013

- 4,9% vegetariani
- 1,1% vegani

tot. 6%

2015

- 5,7% vegetariani
- 0,2% vegani

tot. 5,9%

2014

- 6,5% vegetariani
- 0,6% vegani

tot. 7,1%



La variabilità delle stime riflette...

Oltre che la variabilità nella percentuale di persone che adotta quel comportamento anche una certa “vaghezza” terminologica.

I regimi alimentari che non prevedono il consumo di proteine animali sono molteplici e includono:

- **regime vegetariano** vero e proprio: vengono escluse dalla dieta tutte le carni
- **regime semivegetariano**: vengono escluse dalla dieta generalmente le carni, in particolare quelle rosse, ma viene mantenuto il consumo di pollo, pesce o entrambi
- **regime vegano**: sono esclusi dalla dieta non solo le carni ma anche i prodotti di derivazione animale come latte e uova

Per queste ragioni già nel 1991 Beardsworth e Keil propongono di considerare questo comportamento come un continuum:

onnivori

vegani

Vegetariani che
includono
occasionalmente
carne

Vegetariani che
escludono sia la
carne che il pesce

Vegetariani che
escludono solo le carni
rosse o bianche ma
consumano pesce e
prodotti di derivazione
animale

Vegetariani che
escludono carne,
pesce, uova e
latticini con
fermenti vivi

Outline

- diffusione del fenomeno nel mondo e in Italia
- tipizzazione
- motivazioni
- fattori di mantenimento delle scelte
- barriere

Chi è vegetariano nel mondo?

- Negli USA si tratta prevalentemente di giovani donne, che hanno adottato questo regime alimentare da 10 anni o più (Hoffmann et al., 2013).
- La maggior parte dei vegetariani non è cresciuta come tale ma lo è diventata in virtù di una scelta consapevole
- Una percentuale elevata (compresa fra 20-78%) di persone che si autodefiniscono vegetariane consuma saltuariamente carne o pesce o pollame

Chi è vegetariano in Italia?

- Uno studio pubblicato recentemente (Ponzio et al., 2015), condotto su dati raccolti dall' ISTAT fra il 2004 e il 2005 e relativi a un campione rappresentativo della popolazione, evidenzia che si definisce vegetariano:
 - 0,79% del campione totale (N=1009)
 - 1% delle donne vs 0,57% degli uomini
 - 0,96% >65 anni vs 0,17% <18
 - 1,64% fra livelli educativi alti vs 0,62% fra livelli bassi

Outline

- diffusione del fenomeno nel mondo e in Italia
- tipizzazione
- motivazioni
- fattori di mantenimento delle scelte
- barriere

Quali sono le motivazioni alla base dell' esclusione (o riduzione) delle proteine animali dalla dieta (e.g. Ruby, 2012)?

Ragioni etiche e/o religiose:

- Sostegno dei diritti degli animali
- Sentimenti di appartenere a una comunità che includa anche gli animali
- Limitazione degli sprechi (p.e. di acqua) e riduzione dell' inquinamento connesso con gli allevamenti



5/21/2015 (più recentemente) Ragioni di salute

Le motivazioni cambiano

Table 1
Motivations for vegetarianism.

Study	Location	N	% Women	Moral	Health	Percent giving reason		Religion	Other
						Environment	Disgust		
Beardsworth and Keil (1991b)	UK	76	51.32	65.79	26.32	1.32	19.74		
Fox and Ward (2008)	USA, Canada, UK	33	70	45	27	3			25
Hamilton (2006)	UK	47	61.7	48.94	34.04		10.64		19.15
Hussar and Harris (2009)	USA	16	68.75	71.9	6.25		9.4	9.4	15.6
Jabs et al. (1998)	USA	19	68.42	57.9	42.11				
Krizmanic (1992)	USA	301	68	19	46	4			30
Neale et al. (1993)	UK	174	100	91	39			6	37
Potts and White (2008)	New Zealand	155	77.42	53.71		7.1		14.52	
Preylo and Arikawa (2008)	USA	72	79.17	68.1					31.9
Rozin et al. (1997)	USA	104	66.35	64.1	76.7	60.7	53	22.6	55.4
Santos and Booth (1996)	UK	13	100	92	0		61		23
White, Seymour, and Frank (1999)	USA	360	100	41.6	69	32.1	40.6	30	10.7

Fonte: Ruby, 2012

Alcuni studi documentano anche cambiamenti nel tempo delle motivazioni addotte o degli alimenti esclusi dalla dieta dalle stesse persone

Chi elimina dalla dieta le proteine animali per:

Ragioni di salute:

- Arriva gradualmente alla dieta vegetariana
- Difficilmente diviene vegano

Ragioni etiche:

- Arriva alla dieta vegetariana in modo repentino
- Cambia non solo lo stile alimentare ma anche lo stile di vita e più probabilmente diviene vegano

Motivazioni “nascoste”



- La crescita del numero di persone che adottano un regime alimentare di tipo vegetariano ha indotto alcuni autori a ipotizzare che, dietro una scelta “restrittiva” socialmente accettabile e basata prevalentemente su motivazioni di tipo etico e salutistico, vi fossero anche motivazioni implicite di tipo clinico, ovvero il bisogno eccessivo di dimagrire che guida i comportamenti restrittivi adottati dai pazienti con disturbi dell'alimentazione.

Esistono prove al riguardo?

- Le prove empiriche dell'associazione fra vegetarianesimo e disturbi dell'alimentazione sono relativamente contraddittorie.
- Le ragioni di questa contraddittorietà potrebbero essere metodologiche: molti studi sono stati condotti su campioni molto piccoli; inoltre, spesso le varie tipologie di dieta (vegetariana, semivegetariana, vegana) sono combinate.
- Gli studi che hanno confrontato solo gruppi di “semi-vegetariani” con onnivori hanno chiaramente dimostrato che i primi, rispetto ai secondi, hanno il doppio della probabilità di limitare la loro alimentazione per ragioni relative all'eccessiva preoccupazione per il corpo tipica dei disturbi alimentari (Curtis e Comer, 2006; Perry et al., 2001).

Uno studio recente (Timko et al., 2012), che ha confrontato specifici sottogruppi (vegani, vegetariani puri, semi-vegetariani e onnivori) ha riscontrato che **i semi-vegetariani**:

- presentano punteggi più alti in questionari sintomatologici dei disturbi dell'alimentazione, sia rispetto ai vegetariani puri e ai vegani, sia rispetto a un gruppo di partecipanti onnivori.
- Più frequentemente adducono ragioni di salute come motivazione per aderire a quello specifico regime dietetico

Inoltre è possibile che nel confronto con gli onnivori il punteggio risulti più alto non perché i vegetariani abbiano una maggiore presenza di sintomi ma perché risultano positivi agli item che indicano l'esclusione di alcuni alimenti dalla dieta (es. di item cui un vegetariano potrebbe dare risposta affermativa pur non avendo un disturbo dell'alimentazione: Mangio cibi dietetici; Presto molta attenzione alla dieta)

Outline

- diffusione del fenomeno nel mondo e in Italia
- tipizzazione
- motivazioni
- fattori di mantenimento delle scelte e barriere

Cosa favorisce il mantenimento nel tempo della dieta vegetariana

- Solidità delle convinzioni
- Il far parte di reti sociali che condividono queste idee
- La disponibilità e l'accessibilità dei prodotti vegetariani

Barriere al mantenimento della scelta vegetariana

- Informazioni errate circa le conseguenze negative della dieta vegetariana sulla salute (conseguenze temute della mancanza di proteine animali)
- La difficoltà a cambiare i propri stili di vita
- La difficoltà pratica della cucina vegetariana
- Il gusto associato alla dieta onnivora

IL GUSTO (I)

- La percezione sensoriale del gusto dei cibi, data dalla stimolazione delle papille gustative da parte delle sostanze che lo compongono, si è probabilmente affermata nel corso dell'evoluzione come uno dei principali meccanismi alla base delle scelte alimentari
- Disponiamo di recettori per il dolce, il salato, l'amaro, l'acido e l'umami.

IL GUSTO (II)

- Sono le emozioni associate ai singoli gusti che potrebbero essere responsabili delle scelte alimentari, in particolare in tutte le culture, dolce, umami e salato si associano a emozioni positive mentre amaro e acido si associano a emozioni negative.
- Tuttavia, quando i gusti fondamentali sono integrati in un determinato contesto culturale qual è il cibo, le scelte alimentari difficilmente dipendono dal singolo gusto ma dalla combinazione di gusti che caratterizza un piatto e dall'abitudine alimentare tipica dei diversi popoli e culture.



Grazie per l'attenzione

© Pane con le panelle

Ricette di Sicilia