

Crisi, un italiano su tre abita con i genitori



Roma, 19/09/2012

Ansa

ROMA - La crisi ha attivato la rete di protezione familiare caratteristica dell'identità nazionale con un terzo degli italiani (31%) che abita con la propria mamma. E' quanto emerge dal rapporto Coldiretti/Censis "Crisi: vivere insieme, vivere meglio", dal quale si evidenzia che se coabita con la madre il 31% degli italiani, il 42,3% ha comunque la madre che abita ad un massimo di trenta minuti dalla sua abitazione. La solidità dei legami familiari - sottolineano Coldiretti e Censis - è confermata dal fatto che vive insieme con il padre oltre il 30%, mentre oltre il 40% vive a un massimo di trenta minuti a piedi dalla sua abitazione. Inoltre - continuano Coldiretti/Censis - oltre la metà degli italiani (54%) ha i propri parenti stretti residenti in prossimità, a un massimo di mezz'ora a piedi della propria abitazione. Questo bisogno di vicinanza riguarda non solo i più giovani tra i 18 e i 29 anni (coabita con la madre il 60,7% e il 26,4% abita a meno di 30 minuti), ma anche le persone più grandi con età compresa tra i 30 e i 45 anni (il 25,3% coabita, il 42,5% abita nei pressi), e addirittura gli adulti con età compresa tra i 45 e i 64 anni (l'11,8% coabita, il 58,5% abita in prossimità). In sostanza - spiegano Coldiretti/Censis - l'evoluzione delle funzioni socioeconomiche, con il passaggio alla famiglia soggetto di welfare che opera come provider di servizi e tutele per i membri che ne hanno bisogno, spiega anche la tendenza a ricompattare, in termini di distanza dalle rispettive abitazioni, i vari componenti, anche quando non coabitano. "Spesso la struttura della famiglia italiana in generale, e di quella agricola in particolare, viene considerata superata - afferma il presidente di Coldiretti Sergio Marini -, mentre si è dimostrata, nei fatti, fondamentale per non far sprofondare nelle difficoltà della crisi

moltissimi cittadini". Con la crisi, poi, gli italiani riscoprono in piacere di stare a casa e di preparare gustosi menu per parenti e amici soprattutto nei giorni festivi, durante i quali si raggiunge il record di oltre un'ora davanti ai fornelli (69 minuti). Per le donne italiane la preparazione dei pasti assorbe durante l'anno 21 giorni pieni. In media - sottolineano Coldiretti/Censis - dall'indagine emerge che annualmente ogni italiano dedica alla preparazione dei pasti un tempo pari a 11 giorni, che significa oltre sette ore alla settimana o 56 minuti al giorno nei giorni feriali che salgono ad oltre 69 minuti la domenica o nei giorni festivi. Un interesse che riguarda anche i maschi per i quali il tempo passato in cucina è di 8 giorni pieni all'anno. L'indagine - osserva Coldiretti - mostra che ancora oggi nelle famiglie italiane la cucina è donna, ma anche che torna ad avere un ruolo centrale nella vita delle famiglie italiane. Il rapporto evidenzia tra l'altro che 21 milioni di italiani dichiara di preparare alimenti in casa come yogurt, pane, gelato o conserve e, di questi, 11,2 milioni di persone lo fanno regolarmente. "L'attenzione alla cucina e alla qualità dell'alimentazione trova riscontro nel boom degli acquisti di prodotti locali a chilometri zero direttamente dagli agricoltori che garantiscono una maggiore freschezza e genuinità delle ricette", afferma il presidente di Coldiretti Sergio Marini. La riscoperta del 'fai da te' in cucina si riflette anche nel fatto - aggiunge il rapporto - che 7,7 milioni di italiani si portano al lavoro cibo preparato in casa, e di questi sono 3,7 milioni quelli che dichiarano di farlo regolarmente. Il 15% degli italiani si porta la "gavetta" o la "schiscetta" in ufficio per risparmiare, ma anche per essere sicuro della qualità del pranzo, o semplicemente perché preferisce ricordare sapori e profumi casalinghi. Secondo l'indagine, poi, l'85 per cento degli italiani continua a fare la spesa alimentare quotidiana sotto casa, frequentemente nei piccoli e spesso antieconomici negozi di quartiere che tuttavia svolgono un rilevante ruolo sociale. Dal rapporto si evidenzia che proprio la spesa è l'attività svolta dal maggior numero di persone nel raggio di 15-20 minuti a piedi dalla propria residenza. Il crescente desiderio di fare comunità - sottolinea Coldiretti - è avvertito soprattutto dalle persone che vivono sole. In Italia sono 7,4 milioni e sono aumentate del 24% tra il 2006 e il 2011, con punte del +54% in Sardegna, +45% in Abruzzo, +42% in Umbria. Il momento di fare la spesa è quello più importante per parlare e stringere rapporti e supera addirittura le attività spirituali (il 76,6%), la visita medica (71,6%), la scuola per i figli (65,2%) e la cura del corpo (54,2%). "Un fenomeno di riduzione significativa dei negozi tradizionali - afferma il presidente Coldiretti Sergio Marini - determina quindi anche evidenti effetti negativi legati alla riduzione dei servizi di prossimità, ma anche un indebolimento del sistema relazionale, dell'intelaiatura sociale e spesso anche della stessa sicurezza sociale dei centri urbani". Nel tempo della crisi, oltre un italiano su due (54%), secondo il rapporto, preferirebbe inoltre vivere in un luogo dove le persone si conoscono e si aiutano, e pensa che vivere in comunità significhi stare meglio e migliorare la propria qualità della vita; il 28% vive già in un luogo simile e la percentuale sale al 47% nei piccoli comuni con pochi abitati (fino a 5mila). E' nelle campagne - conclude Coldiretti - che si registra una migliore qualità della vita grazie a una maggiore sicurezza sociale, alla buona alimentazione, a un ambiente più sano e alla semplicità nel costruire rapporti personali più duraturi. Per confrontare prezzi e qualità dei cibi, poi, il 29 per cento degli italiani dichiara di fare ricerche sul web. In particolare sono oltre 5,7 milioni a farlo regolarmente. Quello che è interessante - sottolineano Coldiretti/Censis - è la tendenza a formare community, aggregati di individui uniti da interessi, passioni, valori comuni. Così ci sono oltre 415 mila italiani che dichiarano di partecipare regolarmente a community sul web centrate sul cibo, e si sale a 1,4 milioni comprendendo coloro che lo fanno di tanto in tanto. C'è una potenza aggregatrice del cibo che si dispiega anche sul web - proseguono Coldiretti/Censis - e che si materializza in una pluralità di comportamenti e, tra questi, spicca la tendenza alla formazione delle community che danno continuità alle reti virtuali. Si tratta di una continuità che si esprime anche in forme di relazionalità materiale, che per quote significative vuol dire partecipazione a iniziative sui territori in cui vivono. "Una tendenza che è confermata dalle visite al sito

www.campagnamica.it dove sono indicati gli appuntamenti con i mercati e le botteghe degli agricoltori di campagna amica che riceve una media di cinquantamila visite la settimana", rileva il presidente della Coldiretti Sergio Marini. Del resto, rileva Coldiretti, l'attenzione al cibo è connaturata agli italiani, come evidenzia il fatto che per il 57% della popolazione la distintività del proprio territorio regionale risiede nel cibo e nel vino e in generale nel patrimonio enogastronomico. Tale indicazione è seconda solo al patrimonio culturale, storico e artistico

(60 per cento), ma è superiore al patrimonio paesaggistico (53,3 per cento) e al dialetto (41,6 per cento).

19 settembre 2012