

L'INDAGINE. Il laboratorio Cmr diretto dal sociologo Marini: prevalgono i "risparmiosi", ma tra i veneti emerge una fetta altrettanto rilevante di consumatori "qualitativi"

Veneti: a casa cibo locale, fuori... Sudamerica

Il Nordest ai tempi dell'Expo ha un volto bifronte Da una parte la curiosità per la culinaria del mondo dall'altra, nella spesa, più prodotti "km zero" e tipici

Piero Erle

Per mangiare in casa, andando a far la spesa preferiamo il "km zero", gli alimenti di casa nostra, il cosiddetto "glocale". E se invece andiamo a mangiare fuori abbiamo voglia di sperimentare novità, di aprire la mente e il gusto al mondo, con una preferenza decisa, tra i veneti e a Nordest, per la cucina sudamericana e caraibica. È il curioso risultato della nuova indagine Last su "Expo, cibo e consumi alimentari" elaborata dal laboratorio Cmr-Community media research guidato dal sociologo Daniele Marini, svolta assieme a Questlab.

CURIOSI DI SPERIMENTARE. Siamo «aperti all'incontro di nuove culture nel cibo e affezionato agli alimenti che rinviano alle nostre radici: globali e locali assieme, anche nell'alimentazione», spiega Marini. Il cibo «è un elemento fondamentale della carta d'identità d'una comunità: ne rappresenta la cultura, le tradizioni, l'inventiva, il rapporto col territorio». Per questo «Expo Milano 2015 costituisce una straordinaria allegoria delle possibilità di incrociare culture, realtà e territori molto diversi e distanti fra loro. A ben vedere la conoscenza di altre tradizioni attraverso il cibo è un'esperienza integrante della nostra storia. Grazie ai conquistatori, agli esploratori e allo sviluppo degli scambi commerciali, gli alimenti (più ancora del-

le pietanze) si sono poco alla volta diffusi e contaminati nei diversi continenti». E dal secolo scorso lo scambio di tradizioni culinarie è diventato planetario, accelerato dallo sviluppo commerciale e dai processi di globalizzazione. Il cibo è diventata la star di molte trasmissioni tv, e dilagano le iscrizioni degli studenti agli istituti alberghieri. In ogni città poi ormai si trova tutto: sushi, kebab, involtino primavera churrasco. «Insomma il cibo è forse una delle dimensioni più globale (globale e locale assieme) che possiamo sperimentare».

LE PREFERENZE "FUORI CASA". Ma rispetto ai gusti a tavola come si comportano gli italiani? «Emerge - scrive Marini - un comportamento duplice. Da un lato, rilevando le preferenze culinarie si evidenzia un ampio ventaglio nelle predilezioni». Con una sorpresa: a Nordest la cucina sudamericana-caraibica prende quasi il doppio di preferenze di quelle mediterranea, asiatica e africana, tutte al 14% circa, seguite (vedi grafico) dalla indo-thailandese, l'araba-mediterranea e altre. Quindi «i nordestini manifestano una curiosità e un desiderio di sperimentare tradizioni culinarie diverse ancora maggiore rispetto alla media nazionale».

INCASA. Se però si va a fare la spesa per mangiare a casa «prevalentemente un comportamento "patriottico". Molto spesso si scelgono pro-

dotti alimentari che siano tipici di un territorio o di una regione italiana (29%), a "km 0" (17%), con un marchio di qualità (Dop, Igp: 20%)». Questo soprattutto per otto friulani su 10. ma anche in Veneto si è a un rilevante 67% (i trentini solo al 52,6%). E i veneti (17%) spiccano anche nel gusto per il cibo biologico o anche vegetale. Non solo: c'è un 5% che dà importanza alla dimensione equo-solidale del cibo: «Si tratta di una dimensione che mette in luce - almeno dal punto di vista della sensibilità - un'attenzione dei consumatori per i temi etici anche nel cibo». Sul prezzo, invece, spicca l'attenzione dei trentini (31% contro l'8% dei veneti).

I PROFILI. Marini traccia tre diversi profili dei nordestini rispetto alla "scelta del cibo". «Il gruppo leggermente prevalente è dei "risparmiosi" (37,4%) ovvero quanti sono prevalentemente attenti al prezzo quando fanno un acquisto»: sono soprattutto donne, giovani e residenti in Trentino Alto Adige. «Seguono gli "equilibrati" (30%): chi ricerca un buon equilibrio nel rapporto qualità/prezzo»: soprattutto maschi, 50enni, ma anche casalinghe e chi ha un titolo di studio elevato. Infine i "qualitativi" (32%): «Mettono l'accento soprattutto sulla dimensione qualitativa dei prodotti alimentari». Ci sono soprattutto 40enni, imprenditori e dirigenti, friulani e veneti. •



Quando acquisti cibo vuoi che sia...

	Veneto	Nord Est	Italia
Prima scelta			
Tipico di un territorio/regione dell'Italia	28,9%	29,3%	44,4%
Con un marchio di qualità (DOP, IGP,...)	17,8%	20,3%	13,1%
Prodotto nel territorio dove risiedo (km 0)	20,4%	17,5%	16,1%
Biologico	16,2%	14,2%	8,5%
Economico	8,6%	11,0%	7,3%
Rispettoso del trattamento economico dei produttori e dei lavoratori (equo e solidale)	5,1%	4,9%	7,7%
Tipico di un territorio/regione estera (etnico)	2,0%	1,6%	1,0%
Solo vegetale	1,0%	1,2%	1,9%

Fonte: Community Media Research - Questlab, marzo 2015 (n. casi: 1.493)

La geografia della cucina preferita

	Nord Est	Italia
Sudamericana-caraibica	27,1%	20,1%
Mediterranea	14,6%	22,2%
Asiatica	14,6%	13,1%
Africana	13,8%	12,2%
Indo-thailandese	11,3%	9,9%
Araba-mediorientale	6,9%	6,0%
Oceania	6,5%	4,8%
Nordeuropea-scandinava	2,4%	6,0%
Nordamericana	1,6%	3,8%
Mitteleuropea-balcanica	1,2%	2,0%

Fonte: Community Media Research - Questlab, marzo 2015 (n. casi: 1.493)

La ricerca

L'indagine realizzata da Community Media Research con Questlab si è svolta a livello nazionale dal 20 al 27 febbraio su un campione rappresentativo della popolazione italiana sopra i 18 anni. Aspetti metodologici e rilevazione sono stati curati dalla società specializzata Questlab. I rispondenti totali sono stati 1.493 (l'analisi è stata riproporzionata sulla base del genere, del territorio, delle classi d'età, della condizione professionale e del titolo di studio). Il margine di errore è pari a +/-2,6%.



Il sociologo Daniele Marini