Apericena contro la crisi, riscoprendo i prodotti tipici

img-6388-alta1-5e677f6a

Quasi tre giovani sotto i 35 anni su 4 (71%) soprattutto nel fine settimana fa ricorso all'apericena quel mix tra il rito dell'aperitivo e un pasto propriamente detto che è ormai diffuso nella Penisola.

È quanto emerge dall'anteprima del rapporto **Coldiretti-Censis** sul tema “Gli effetti della crisi: spendo meno, mangio meglio”, illustrato dal presidente del Censis Giuseppe de Rita e dal presidente della Coldiretti Roberto Moncalvo al forum internazionale dell'agricoltura e dell'alimentazione, organizzato a Cernobbio da Coldiretti in collaborazione con lo studio Ambrosetti.

C'è una crescente relazionalità intorno al cibo che ha fatto nascere e affermare in pochissimo tempo un momento di aggregazione con connotati innovativi che interessa ora complessivamente 7,9 milioni di giovani. E tra questi ben 1,5 milioni regolarmente.

L’aperitivo e luoghi in cui incontrarsi per farlo sono diventati uno dei pilastri della qualità relazionale di persone dalle caratteristiche socio-demografiche anche molto diverse. Un fenomeno che ha in realtà contagiato diverse categorie sociali. E oggi a fare l'aperitivo mangiando stuzzichini sono 25,7 milioni di italiani (51,8%), di cui 3,6 milioni regolarmente (7,4%) e 22 milioni di tanto in tanto (44%).

Anche grazie alla molteplicità di offerte messe a disposizione dei locali, l'aperitivo in chiave moderna è diventata l'occasione per accompagnare il necessario contenimento delle spese dettato dalla crisi economica con una attenzione alla qualità dell’alimentazione. Non solo, secondo Francesco Maietta, responsabile Politiche sociali del Censis, proprio la riscoperta delle tradizioni, dei prodotti tipici, dei territori è un fenomeno di modernità.

[embed width="560"]http://youtu.be/ij-WEmYiZzs?list=UUvYuD0WnBFu0UMDuWlFSSbA[/embed]

Un modo, proseguono i ricercatori, per assaggiare imparare a conoscere i diversi vini di cui è particolarmente ricca l'Italia ma anche per gustare formaggi, salumi, olive anche pizzette speciali.

Tutto a costi contenuti. Degustare prodotti e vini tipici di qualità è una pratica collettiva più urbana, di ceti attivi e più giovani; proprio la diffusione di questi gruppi sociali di tale pratica costituisce testimonianza di una contemporaneità del rapporto con il valore del territorio che si condensa in prodotti che incorporano la tipicità locale.

E infatti il 48,9% degli under 35 a parteciparvi, cioè 5,4 milioni di cui è il 4,8% a farlo regolarmente e il 44,1% di tanto in tanto.

Le degustazioni sono poi una pratica diffusa anche tra i single, sono infatti 1,9 milioni a parteciparvi (25,8%) più che altro di tanto in tanto (25%), a fronte di una quota dello 0,4% che dichiara di farlo regolarmente.