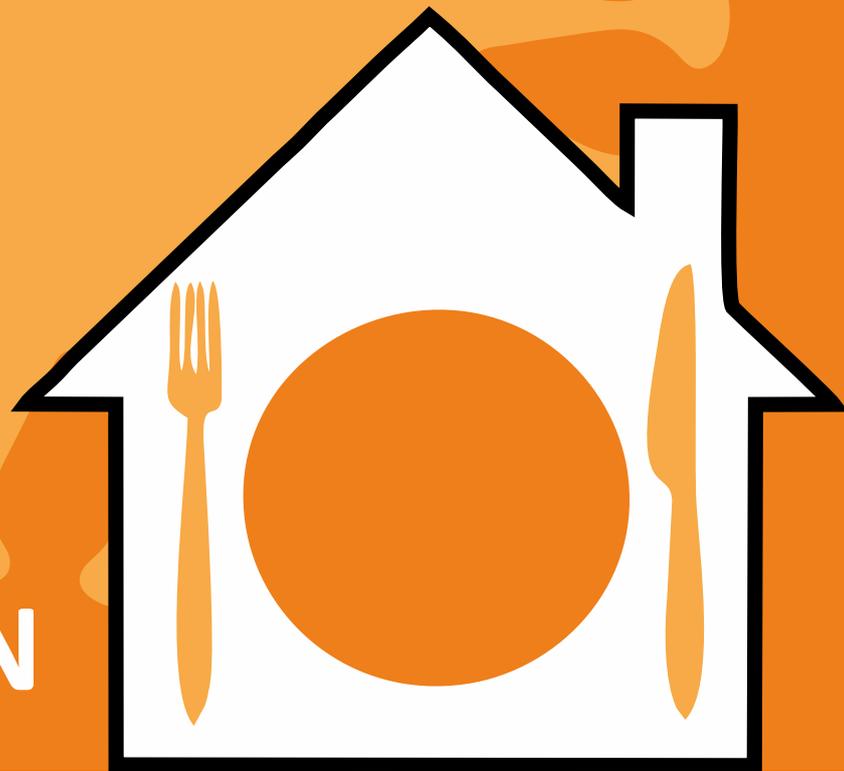


# Effetto LOCKDOWN



**Come sono cambiate  
le abitudini alimentari degli italiani  
durante l'emergenza COVID-19**



Università di Scienze  
Gastronomiche di Pollenzo  
Università di Gastronomia, Scienze e Politiche



**Effetto Lockdown: Come sono cambiate le abitudini alimentari degli italiani durante l'emergenza COVID-19**

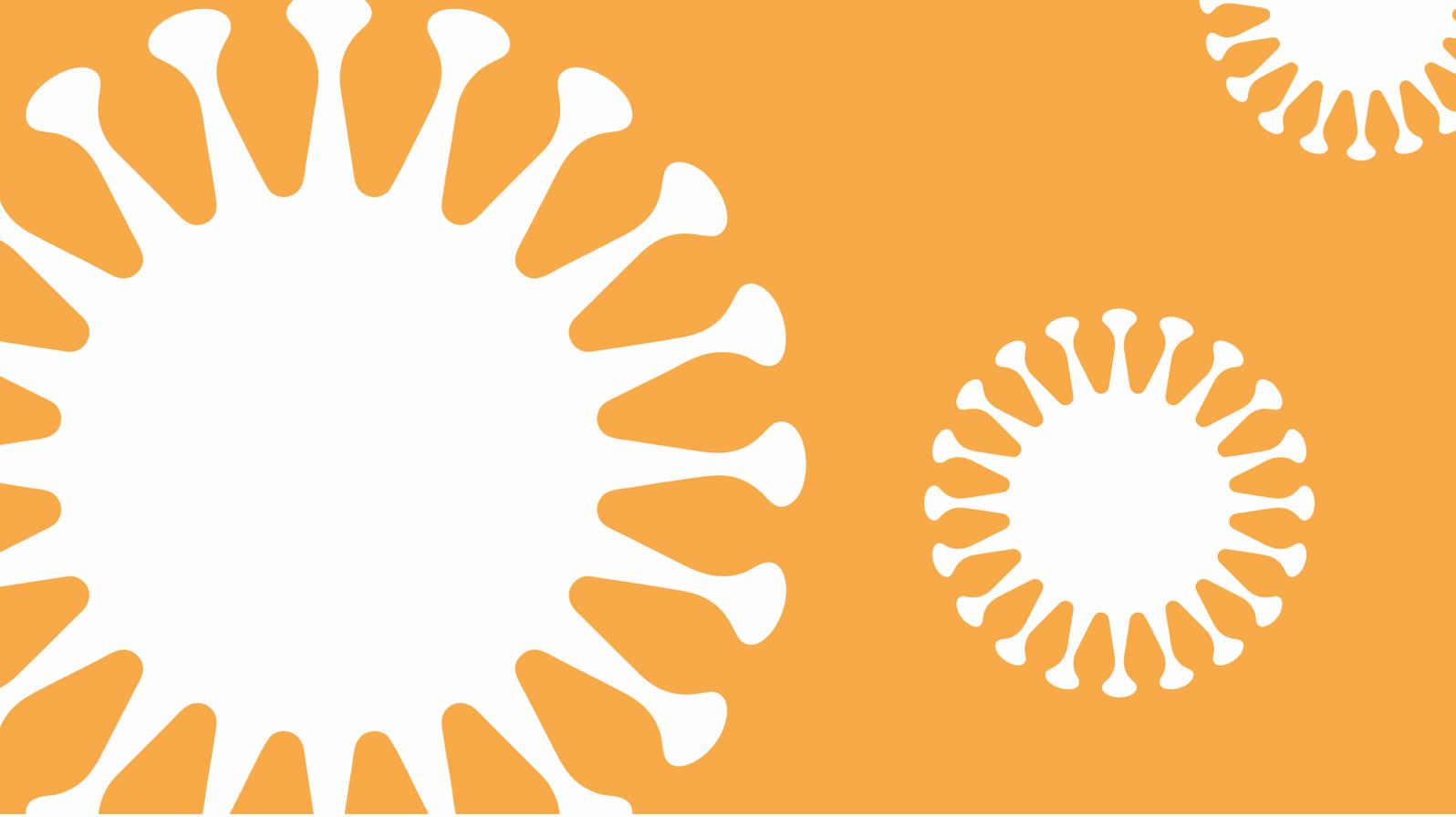
Edizione e grafica a cura di Michele Filippo Fontefrancesco.

Prodotto dall'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, Bra (CN), 2020.

ISBN: 978-88-907462-7-7.

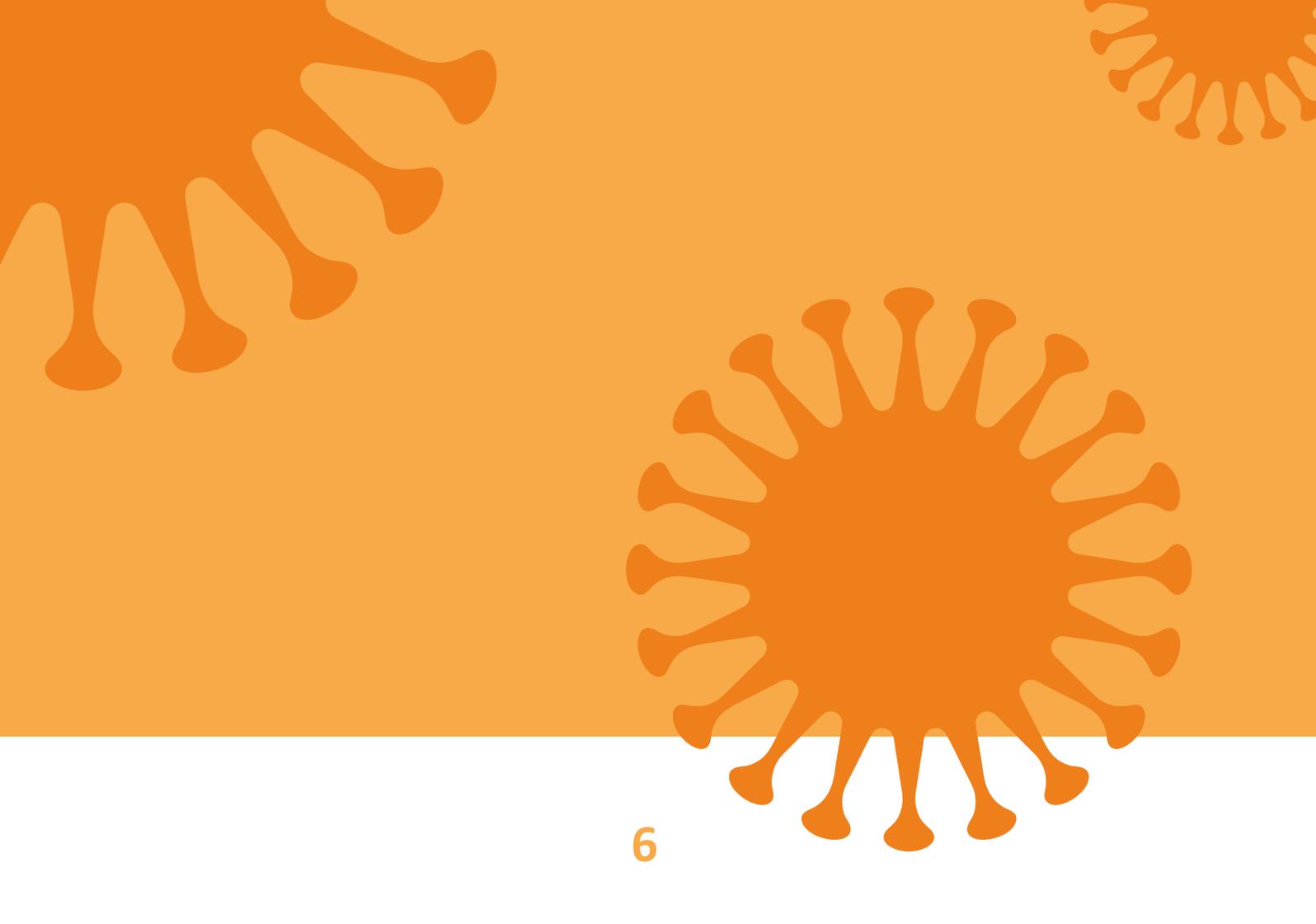
# Effetto *LOCKDOWN*

Come sono cambiate le  
abitudini alimentari degli  
italiani durante  
l'emergenza COVID-19



# Indice

<b>Prefazione</b>	
di Andrea Pieroni	p. 7
<b>Introduzione</b>	
di Luisa Torri	p. 9
<b>È tornata la passione del cucinare</b>	
di Paolo Corvo	p. 14
<b>Riscoprire il senso della propria cucina</b>	
di Michele Filippo Fontefrancesco	p. 21
<b>Apprezzare i pasti durante l'emergenza</b>	
di Luisa Torri e Maria Piochi	p. 27
<b>La variazione quantitativa della spesa alimentare durante il <i>lockdown</i></b>	
di Donatella Saccone e Federica Giardino	p. 33
<b>L'ipermediazione tecnologica dei consumi alimentari durante il <i>lockdown</i></b>	
di Maria Giovanna Onorati	p. 39
<b>La rete come fonte di acculturazione gastronomica</b>	
di Michele Filippo Fontefrancesco e Andrea Mantegazza	p. 45
<b>Gli autori</b>	p. 51



# Prefazione

Andrea Pieroni

La pandemia COVID-19 porta con sé interrogativi profondi che si legano strettamente all'ampio campo delle scienze gastronomiche: domande legate alle cause della pandemia che chiamano in causa la struttura e la sostenibilità del sistema alimentare; domande sui sistemi di produzione ecosostenibili e sulla piccola scala; domande sulla trasformazione dei consumi che l'emergenza sanitaria e l'isolamento hanno imposto; domande che si pongono sulla riarticolazione dei settori agroalimentare e Ho.Re.Ca.

Complessivamente, quindi, interrogarci sul significato e l'impatto della pandemia è interrogarci sul presente e sul futuro del cibo: una sfida scientifica che l'Università di Pollenzo ha voluto interpretare sin dalle prime settimane di emergenza coinvolgendo la sua comunità scientifica in un articolato lavoro di ricerca.

Uno dei tasselli importanti di questo lavoro è stata l'indagine sulle abitudini alimentari e l'emergenza legata al Coronavirus, coordinato dalla Prof.ssa Torri, di cui questo volumetto rappresenta una prima restituzione dei risultati.

La ricerca ha visto coinvolti un gruppo multidisciplinare composto da antropologi, economisti, sociologi e tecnologi alimentari che hanno portato avanti la rilevazione a livello nazionale.

Questo lavoro ha, inoltre, coinvolto direttamente la comunità dei Partner strategici dell'Ateneo ed i Soci Sostenitori, informatori privilegiati e *stakeholder* di questa ricerca.

L'Indagine è per noi cruciale perché segna un primo, fondamentale passo in un processo di ripensamento delle Scienze Gastronomiche alla luce dell'emergenza vissuta. Se il nostro Ateneo trova le sue ideali basi nei contenuti del Manifesto di Pollenzo, sentiamo oggi la necessità di aggiornarne questa riflessione in una chiave più risolutamente ecologica per interpretare compiutamente la realtà che emerge dalla pandemia. L'Indagine, in particolare, rappresenta una base di conoscenza per comprendere come la nostra società ha vissuto il cibo durante la crisi, quindi, per comprendere le dinamiche di cambiamento che coinvolgeranno il mercato alimentare, dell'ospitalità e della ristorazione nelle prossime stagioni.

Il volume "Effetto *Lockdown*" è funzionale ad aprire una nuova stagione di riflessione sulle Scienze Gastronomiche, coinvolgendo nella discussione i Partner Strategici, i Soci Sostenitori, l'intera comunità degli studenti e dell'Ateneo, tutti gli stakeholder e soprattutto le comunità del cibo a noi vicine, condividendo con loro i risultati dell'indagine al fine di procedere assieme nella discussione così ponendo ancor più solide basi per la nostra realtà di Pollenzo.

# Introduzione

Luisa Torri

## La ricerca

La pandemia da COVID-19 che stiamo affrontando ha indotto i governi di molti Paesi nel mondo ad adottare strategie per il contenimento dei contagi di diverso tipo, tra le quali la più diffusa è stata la riduzione della mobilità delle persone con il confinamento nelle proprie abitazioni per un lungo periodo. Le limitazioni che hanno caratterizzato il *lockdown* possono avere un impatto forte sulla vita e il comportamento delle persone sul piano psicologico, comportamentale, sociale ed economico.

Questo scenario necessita di essere indagato e compreso per produrre nuova conoscenza e fornire strumenti innovativi che possano contribuire ad affrontare al meglio la situazione. In tale contesto, l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche ha avviato un progetto di ricerca interno all'Ateneo per comprendere gli effetti indotti dalla quarantena sui comportamenti legati al cibo della popolazione che vive in Italia.

L'obiettivo generale della ricerca è stato esplorare, attraverso un approccio interdisciplinare, l'impatto delle restrizioni di spostamento delle persone dovute all'emergenza sanitaria sulle abitudini e pratiche alimentari.

In particolare, gli obiettivi specifici del lavoro sono stati:

- 1) stimare l'effetto dell'emergenza sulle modalità di approvvigionamento alimentare e di preparazione del cibo;
- 2) studiare la relazione tra le abitudini alimentari, le forme del consumo alimentare e le pratiche sociali ad esso collegate in un fase emergenziale e le caratteristiche demografiche e socio-economiche degli individui;
- 3) esplorare i capitali sociali interni alla famiglia creati dall'attività del cucinare preesistenti o rinforzati dalla quarantena.

### Lo strumento e l'indagine

Per raccogliere le informazioni utili a raggiungere gli obiettivi prefissati dallo studio, il team di ricerca ha sviluppato un questionario che comprendeva 50 domande articolate in cinque sezioni mirate a indagare aspetti differenti riguardanti il consumo di cibo.

Una prima parte del *survey* era dedicata alla raccolta di dati demografici (genere, età, nazionalità, regione), socio-economici (stato civile, titolo di studio, numero di persone nel nucleo familiare, numero di conviventi durante la quarantena, numero di componenti con età inferiore ai 16 anni, professione, reddito lordo annuale) e antropometrici (peso e altezza).

La seconda sezione del sondaggio era costituita da domande inerenti le abitudini alimentari consolidate (regime dietetico, frequenza di consumo di alimenti freschi, prodotti locali, prodotti biologici).

Nella terza parte del *survey*, l'attenzione è stata rivolta alle pratiche generalmente adottate prima del *lockdown* inerenti il reperimento di informazioni relative agli alimenti da acquistare, alle modalità e ai costi di approvvigionamento di alimenti e alla preparazione dei pasti.

Le stesse domande sono state riproposte nella quarta sezione del questionario chiedendo questa volta di riferirsi ai comportamenti adottati durante il periodo della quarantena.

Infine, nella quinta sezione, sono stati posti alcuni quesiti concernenti la variazione dei comportamenti relativi ai pasti (piacere di preparazione, gradimento del consumo, quantità di cibo assunta, orario di consumo) durante il *lockdown* rispetto al periodo precedente.

Il sondaggio è stato somministrato *online* mediante la piattaforma *Qualtrics*<sup>®</sup> (Provo, UT, USA) e distribuito via email, *WhatsApp* e attraverso alcuni *social network* tra i più diffusi (*Facebook* e *Linkedin*). La disseminazione del sondaggio è stata promossa da parte dei ricercatori e professori coinvolti nella ricerca, dai membri dello staff dell'Ateneo degli uffici "Relazioni esterne", "Comunicazione" e "Career Center", oltre che da molti studenti e dipendenti dell'Ateneo che spontaneamente hanno amplificato la diffusione del *survey* mediante i loro contatti personali.

Il target di rispondenti selezionato era rappresentato da soggetti maggiorenni e italiani oppure stranieri che vivono in Italia da almeno 2 anni.

I dati sono stati registrati dall'8 aprile 2020 durante la cosiddetta “fase 1” del *lockdown*, in cui sono state imposte dal governo italiano le più severe restrizioni di spostamento su tutto il territorio nazionale applicate durante l'emergenza sanitaria. L'acquisizione dei dati è stata interrotta il 3 maggio, giorno precedente all'inizio della “fase 2”, nella quale sono state parzialmente allentate le misure restrittive della mobilità.

Lo studio è stato approvato dal Comitato Etico dell'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche ed è stato condotto nel rispetto della *privacy* dei partecipanti secondo il regolamento UE 2016/679 sulla protezione dei dati. I partecipanti hanno espresso il loro consenso informato prima di rispondere al questionario e i dati sono stati raccolti in modo totalmente anonimo e analizzati in maniera aggregata.

### **I dati raccolti e l'analisi**

L'elevata diffusione del sondaggio ha permesso di raggiungere un numero significativo di rispondenti in tutto il territorio nazionale: il *survey* è stato completato da 3155 soggetti, di cui il 98% con nazionalità italiana. Il campione indagato è costituito da una maggioranza di femmine (67 %) e per un terzo da maschi, con età variabile dai 18 ai 91 anni e un valore medio di 46 anni. L'elaborazione statistica avanzata dei dati raccolti con il sondaggio *online* è attualmente in corso, tuttavia la presente pubblicazione intende presentare in anteprima alcuni approfondimenti relativi ad una selezione accurata dei risultati ottenuti dall'analisi preliminare dei responsi.

## Il volume

Il corpo del volume è strutturato in sei capitoli, di cui ognuno affronta una specifica tematica che viene introdotta da un inquadramento teorico della stessa nel contesto attuale a cui seguono l'analisi dei dati raccolti in risposta ad un sottoinsieme di quesiti posti nel *survey* e la discussione del contributo della nuova conoscenza prodotta al dibattito corrente.

I temi su cui vertono i diversi interventi sono molto vari e spaziano dall'analisi del ruolo di internet come mezzo di acculturazione gastronomica delle famiglie italiane durante la quarantena all'ipermediazione tecnologica dei consumi, dalla riscoperta della cucina domestica come luogo di socializzazione all'impatto dello *smart working* sui consumi nella ristorazione, dall'entità economica delle spese alimentari al gradimento dei pasti preparati in famiglia.

Gli argomenti presentati vengono sviluppati attraverso la lente di discipline scientifiche differenti e complementari che permettono riflessioni sulle abitudini e pratiche alimentari afferenti al campo delle scienze antropologiche, sociali, economiche e sensoriali.

Complessivamente, i primi risultati ottenuti, insieme a quelli che seguiranno nel breve periodo con la pubblicazione su riviste internazionali degli articoli scientifici in fase di preparazione, offrono un contributo prezioso all'incremento della conoscenza scientifica, che in questo momento storico si sta sempre di più sviluppando, sull'impatto che una pandemia può avere sui comportamenti della popolazione. Inoltre, la presente

pubblicazione, realizzata ad opera dei professori e ricercatori dell'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, anche con la collaborazione degli studenti, ben testimonia come l'approccio interdisciplinare adottato nella ricerca sia uno strumento utile ed efficace nello studio del comportamento dei consumatori in una situazione critica come quella che si instaura durante un'emergenza sanitaria.

# È tornata la passione del cucinare

Paolo Corvo

## Introduzione

Le scelte di consumo legate al cibo hanno subito in questi ultimi anni profonde trasformazioni, legate alle controverse dinamiche della globalizzazione e ai processi di individualizzazione della società (Poulain, 2005). È indubbio che la gastronomia rappresenta una dimensione sempre più importante e significativa della vita sociale, che influenza a sua volta altri aspetti del contesto culturale ed economico (Belasco, 2008).

Con l'arrivo della pandemia e del conseguente *lockdown* si sono verificati ulteriori cambiamenti, che si è cercato di individuare con la ricerca effettuata con i colleghi dell'Università di Scienze Gastronomiche. Per cogliere meglio queste dinamiche sembra opportuno descrivere brevemente quali sono state le tendenze nel mondo della gastronomia prima della diffusione del corona virus.

## Prima della pandemia

Si è assistito ad un grande successo delle scuole di cucina a fronte di una minore propensione a cucinare, soprattutto delle giovani generazioni. In tutto Italia hanno proliferato corsi serali dedicati all'arte di cucinare o riguardanti uno specifico alimento, di cui vengono presentati tutti i modi di cottura. Gli iscritti appartengono alle più diverse tipologie di età, scolarità, professioni. Tutti alla ricerca di un nuovo modo di esprimersi e

<b>Comportamenti</b>	<b>Prima del <i>lockdown</i></b>	<b>Durante il <i>lockdown</i></b>
Spesa nei piccoli negozi	35%	44%
Spesa 1 volta la settimana	35%	62%
Prenotazione cibo <i>online</i>	9%	19%
Più di 100 euro di spesa	42%	53%
Più di 1 ora per preparare	52%	83%
Siti di ricette <i>online</i>	59%	65%
Acquisto piatti pronti	21%	13%

realizzarsi attraverso la cucina e il cibo, recuperando il rapporto con la terra, la materialità, gli alimenti. Un grande successo hanno riscontrato anche i percorsi professionali, che preparano al mestiere di chef, di pasticciere, di panettiere.

La pratica gastronomica è sicuramente diminuita, sia perché una buona parte delle persone consuma il pranzo fuori casa, sia per la mancata trasmissione del sapere gastronomico tra le generazioni (Corvo, 2015). Si perdono così ricette tipiche, tradizioni locali, utilizzo di determinati alimenti, che rappresentano un patrimonio culturale inestimabile (Murcott, Belasco, Jackson, 2013). Anche a cena si ha poco tempo per cucinare e spesso si opta per l'*happy hour*, l'acquisto di cibo precotto, i surgelati, il cibo in scatola, la pizza d'asporto. Si è ormai diffusa la pratica di utilizzare i servizi di catering per le feste private, mentre i più abbienti invitano gli chef stellati per ricorrenze speciali.

Restano forse i fine settimana come occasione per sfoggiare le proprie capacità culinarie con i familiari e gli amici. Vi è un altro aspetto sociale importante da considerare: certamente nella società attuale cucinare rappresenta per donne e uomini soprattutto un piacere, un impiego alternativo del proprio tempo libero; preparare il pranzo o la cena non è più considerato un obbligo, un lavoro, per cui se non si hanno gli stimoli e le motivazioni per farlo in modo piacevole si preferiscono piatti pronti o si consuma il pasto fuori casa (Guptill, Copelton, Lucal, 2013).

## Durante il *lockdown*

È interessante a questo punto verificare come siano cambiate le abitudini degli italiani nel periodo di circa due mesi in cui sono stati in casa per rispettare le norme del *lockdown* onde scongiurare la diffusione del corona virus. La tabella mostra le differenze più significative dei comportamenti di consumo tra l'inizio della quarantena e la fase di *lockdown*. Come vi si può notare, vi è stato un aumento significativo delle spese effettuate presso i piccoli negozi di vicinato, più facilmente raggiungibili rispetto ai supermercati, che comunque sono rimasti i più frequentati (78,4%). Molto ridotta la presenza nei mercati rionali (5,9%), che nella maggior parte dei casi sono stati chiusi. Anche la frequenza della spesa alimentare è stata condizionata dalla forzata chiusura per il *lockdown*, per cui si è assistito ad un notevole incremento della spesa fatta una volta alla settimana, a discapito di quella giornaliera e bi-tri settimanale.

Il primo elemento che vogliamo sottolineare è la crescente importanza assunta dalla modalità telematica nei consumi alimentari. Il *lockdown* ha certamente migliorato le conoscenze relative alla comunicazione *online*. Questo è avvenuto in particolare con lo *smart working* e la didattica a distanza, ma anche il mondo del cibo è stato interessato da questo fenomeno, con il raddoppio delle prenotazioni effettuate *online* e il crescente utilizzo delle ricette telematiche per cucinare. I due terzi degli intervistati hanno letto blog e siti di gastronomia per trarre ispirazione nel cimentarsi in nuovi piatti.

Il secondo cambiamento che ci sembra importante rilevare è il ritrovato interesse degli italiani per il cucinare, come dimostra il notevole aumento di chi ha utilizzato più di un'ora

di tempo per preparare il pasto. Più della maggioranza assoluta (54,8%) ha impiegato da 1 a 2 ore, il 23,4% da 2 a 3 ore, il 5,2% addirittura più di tre ore. Certamente hanno influito il maggior tempo libero a disposizione e la chiusura di bar e ristoranti, ma è indubbio che il cibo si è rilevato durante la quarantena un elemento fondamentale nella vita degli italiani, per il suo valore identitario e conviviale. In conseguenza di ciò sono aumentati in modo significativo i consumi di latte, zucchero, farina, uova e di lievito naturale, cioè di tutti gli elementi necessari per cucinare pane, pizza, dolci o fare la pasta. Oltre la metà degli italiani ha speso più di 100 euro la settimana per i consumi alimentari, un investimento ritenuto adeguato alle nuove abitudini.

### **Che accadrà dopo l'emergenza sanitaria?**

Non è facile prevedere se questi nuovi comportamenti alimentari resteranno anche ora che la quarantena è terminata e che le persone possono tornare a muoversi liberamente. Vi sono due considerazioni che fanno propendere per un probabile consolidamento del ritrovato interesse per il cucinare:

- 1) si può ritenere che molti abbiano riscoperto durante il *lockdown* un'autentica passione per il cibo e per quanto rappresenta, come strumento al contempo di autorealizzazione e di socialità;
- 2) molte aziende adotteranno in maniera continuativa la modalità di *smart working*, per cui si manterrà l'identificazione postfordista tra luogo di lavoro e abitazione, con la conseguente possibilità di avere più tempo a disposizione per cucinare.

## Bibliografia

- Corvo P., 2015. *Food Culture, consumption and society*. Basingstoke, Palgrave McMillan.
- Belasco W., 2008. *Food, The key concepts*. Oxford, Berg.
- Guptill A.E., Copelton D.A., Lucal B., 2013. *Food & society. Principles and paradoxes*. Cambridge, Polity Press.
- Murcott A., Belasco W., Jackson P., 2013. *The Handbook of food research*. Londra, Bloomsbury.
- Poulain J.P., 2005. *Sociologies de l'alimentation. Les mangeurs et l'espace social alimentaire*. Paris, Presses Universitaires de France.

# Riscoprire il senso della propria cucina

Michele Filippo Fontefrancesco

## Introduzione

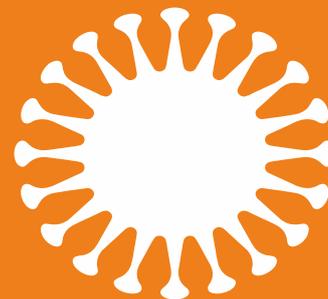
La casa è uno specchio delle storie delle persone che la vivono, ma soprattutto della società che la circonda e in cui è immersa. Muta e si trasforma nei secoli adattandosi ai bisogni emergenti delle nuove generazioni. I suoi spazi si trasformano interpretando le necessità abitative e accomodando le varie funzioni necessarie ad una famiglia per compiutamente viverci (Cieraad 1999). Laddove l'emergenza COVID-19 pone importanti domande circa la vivibilità urbana (Fontefrancesco 2020), il capitolo investiga le trasformazioni occorse nella fruizione degli italiani dello spazio domestico, in particolare della cucina, durante i mesi di limitazione della mobilità. L'articolo evidenzia come, la cucina ritrovi nella quarantena una centralità apparentemente persa negli ultimi decenni, ritornando ad essere importante luogo di socializzazione familiare e ravvivata pratica gastronomica.

## Traiettorie di una storia recente

Le immagini del mondo popolare italiano raccolte da Paul Scheuermeier (1943) ci trasportano alle radici delle forme dell'abitare in Italia nel Novecento. Ci illustrano case arricchite dal conforto di pochi oggetti; da qualche foto o stampa; dagli attrezzi del lavoro



Prima del *lockdown*



Durante il *lockdown*

<b>48%</b>	Quotidianamente meno di 1 ora usata per la preparazione dei pasti	<b>17%</b>
<b>48%</b>	Cucinare abitualmente con le persone con cui si vive	<b>67%</b>
<b>58%</b>	Abituale frequenza d'uso del forno	<b>72%</b>
<b>91%</b>	Abituale frequenza d'uso dei fornelli	<b>93%</b>
<b>35%</b>	Abituale frequenza d'uso del forno a microonde	<b>33%</b>
<b>11%</b>	Abituale frequenza d'uso dell'impastatrice	<b>19%</b>

quotidiano. Soprattutto ci mostrano un vivere domestico scandito da pochi ambienti funzionali non sempre divisi l'uno dall'altro: un luogo per il dormire, un luogo per il cucinare ed il mangiare, un luogo per lavorare e socializzare.

Lo spazio della cucina era definito dalla presenza di un fuoco, braciere o stufa, addomesticato con semplici attrezzi, e di un tavolo, spesso anche madia. Il cibo era preparato e servito in quello spazio, facendo della cucina non solo l'unico ambiente riscaldato della casa, ad esclusione eventualmente della stalla, ma soprattutto uno dei luoghi di maggiore presenza e socializzazione del nucleo familiare.

Nell'arco del secondo Novecento, in Italia così come in Europa, il ruolo della cucina muta al mutare della profonda trasformazione dello spazio domestico integrando al suo interno ambienti e spazi dedicati al tempo libero. Tinelli e salotti si allargano, ospitando divani, home theater, attrezzatura sportiva e dispositivi ludici e videoludici (Miller 2008). Il fulcro dell'abitare, quindi, si sposta dalla cucina, trasformando questo ambiente in uno spazio funzionale le cui forme ed usi sono determinati tanto dallo sviluppo del design, quanto dallo sviluppo tecnologico degli elettrodomestici: dinamiche di sviluppo mirate entrambe alla razionalizzazione e riduzione dei tempi di preparazione alimentare e di gestione dello spazio stesso.

La ricerca ci offre una chiara immagine della cucina all'alba della pandemia: uno spazio necessario, ma in qualche modo periferico nell'economia degli affetti domestici; non particolarmente vissuto, in cui passare per lo più meno di un'ora al giorno per preparare i pasti principali per lo più da soli. All'interno di questo spazio, il cucinare è

prevalentemente riservato ai fornelli e dal forno. Altri strumenti quali microonde, frullatori o impastatrici possono essere presenti, ma occupano un ruolo secondario nelle pratiche gastronomiche degli intervistati.

Queste informazioni svelano alcuni segreti del nostrano vivere la cucina (Short 2006). Seppure depotenziato nel suo ruolo, la cucina è spazio del cucinare, seppure le preparazioni più lunghe e laboriose proprie della tradizione popolare siano state abbandonate, e non dello scongelare; una cucina non più della famiglia e della quotidianità affettiva, avendo perso il primato quale luogo della domesticità, ma solitaria e strumentale.

### **L'impatto della pandemia**

A partire da febbraio 2020, l'Italia ha conosciuto la realtà di una lunga ed incerta quarantena. Di fronte al confinamento domestico, nuove abitudini hanno trasformato la realtà del vivere quotidiano ridisegnando il modo di vivere gli spazi domestici. La cucina è, tra questi, quello che maggiormente ha visto un veloce cambiamento assumendo una rinnovata centralità nelle pratiche famigliari.

Tra marzo e maggio 2020, la routine quotidiana di vita degli italiani è drasticamente cambiata. Sono venute meno le possibilità di uscire dalla propria abitazione, tanto per il lavoro che per il tempo libero. L'orizzonte domestico è, quindi, diventato l'orizzonte del quotidiano; un quotidiano segnato da un tempo altro, non più scandito dai ritmi abituali, ma da lunghe ore d'attesa, per molti versi, da riempire, da funzionalizzare, da rendere significative.

In questo contesto la cucina è diventata un nuovo centro del vissuto. Il tempo speso per la preparazione alimentare si è allungato, venendo gli intervistati a spendere in media tra 1 e 3 ore per quest'attività. L'allungamento è spiegato tanto dalla nuova esigenza di pranzare a casa durante i giorni infrasettimanali, quanto da una nuova attitudine verso il cucinare. Infatti, durante la pandemia, gli intervistati scoprono nuove ricette e nuove attività gastronomiche, prima di tutto legate alla panificazione e alla pasticceria. Laddove il forno viene, quindi, utilizzato maggiormente, non si è avuto, però, un massiccio inserimento di nuovi elettrodomestici, quali le impastatrici, forse dovuto alla barriera economica particolarmente importante in un momento di incertezza e ristrettezza economica. Alla trasformazione delle pratiche culinarie si è associato anche un cambiamento nella socialità dello spazio della cucina. Infatti, durante la quarantena, la cucina diventa luogo di tempo condiviso con gli altri membri della famiglia.

### Conclusione

La ricerca ci restituisce un'immagine di un cambiamento sicuramente forte e caratterizzante le giornate di lockdown. In tal senso, il periodo non ha solo modificato i modi di interazione tra gli italiani e lo spazio urbano, ma ha profondamente trasformato il modo di vivere le abitazioni, dando nuova centralità alla cucina tanto come luogo di attività che di socializzazione familiare.

Questo dato, che la ricerca restituisce, conferma, indubbiamente, il ruolo che il cucinare ha per molti italiani: attività positiva, rassicurante, in cui cimentarsi riallacciando tanto un

filo ideale con la tradizione familiare e nazionale, quanto sperimentando nuove preparazioni ed ingredienti. D'altra parte, la ricerca pone domande sul perdurare delle trasformazioni causate dalla crisi. Se, infatti, il ritornare al lavoro spegnerà i fuochi di mezzogiorno durante la settimana, è ancora aperta la domanda circa l'evoluzione dell'uso della cucina, ovvero quanto manterrà la rinnovata centralità nell'economia degli affetti e delle relazioni familiari. È plausibile, comunque, che l'esperienza gastronomica maturata abbia creato le basi per un nuovo modo di vedere, immaginare e vivere la cucina e la domesticità.

### Bibliografia

- Cieraad I., 1999. *At home: an anthropology of domestic space*. Syracuse, Syracuse University Press.
- Fontefrancesco, M.F., 2020. "The urban disease revealed in Italy." *Anthropology News*, doi: 10.1111/AN.1412.
- Miller D., 2008. *The comfort of things*. Cambridge, Polity.
- Scheuermeier, P. 1943. *Bauernwerk in Italien der italienischen und ratoromanischen Schweiz*. Zurigo, Rentsch.
- Short F., 2006. *Kitchen secrets: the meaning of cooking in everyday life*. Oxford, Berg.

# Apprezzare i pasti durante l'emergenza

Luisa Torri e Maria Piochi

## Introduzione

L'isolamento è una misura necessaria per proteggere la salute pubblica durante la pandemia da COVID-19, tuttavia le prime evidenze scientifiche indicano che può alterare le risposte psicologiche ed emotive in grado di influenzare i comportamenti alimentari (Wang et al. 2020).

Il momento del pasto rappresenta sicuramente una delle fasi più importanti della giornata in cui ci si relaziona con il cibo e la soddisfazione che deriva dalla sua preparazione e dal suo consumo può essere influenzata da vari fattori che la situazione creata dall'emergenza sanitaria potrebbe aver modificato rispetto al solito. Tra le variabili che incidono sull'apprezzamento dei pasti, sono noti ad esempio il luogo in cui il pasto è consumato (dunque il contesto ed i fattori ad esso legati), i piatti consumati (tipologia, quantità e scelte disponibili), la compagnia con cui il pasto è condiviso (aspetti legati alla socializzazione), il tempo a disposizione e l'orario di consumo (Beaulieu et al., 2020). A seconda di come questi elementi sono combinati, si possono generare diversi livelli di gradimento del pasto che potrebbero favorire un consumo delle pietanze più veloce o più lento oppure un'assunzione più o meno elevata di cibo. Quindi, in generale, l'apprezzamento del pasto può diventare un fattore di influenza di altri comportamenti

<b>Variazione rispetto a prima dell'emergenza</b>	<b>▼</b>	<b>=</b>	<b>▲</b>
<b>Durata del pasto</b>	<b>6%</b>	<b>51%</b>	<b>43%</b>
<b>Quantità di cibo</b>	<b>17%</b>	<b>31%</b>	<b>52%</b>
<b>Gradimento del pasto</b>	<b>6%</b>	<b>43%</b>	<b>51%</b>

alimentari che a livello più macroscopico modificano le nostre abitudini alimentari e la quantità di cibo assunto.

Negli ultimi decenni, a causa di ritmi di vita intensi dovuti al lavoro, ai doveri familiari e ad impegni vari non sempre i pasti sono vissuti serenamente e percepiti come un momento piacevole (ad esempio a causa della mancanza di tempo sufficiente per cucinare o per mangiare oppure per la scarsa disponibilità di pietanze gradevoli, etc.). Durante la situazione emergenziale, il necessario isolamento nella propria abitazione potrebbe aver verosimilmente modificato positivamente o negativamente la percezione e l'apprezzamento dei pasti. Tuttavia, la direzione del cambiamento non è prevedibile a priori. Ad esempio, l'apprezzamento dei pasti potrebbe essere aumentato per il maggiore tempo a disposizione per preparare i pasti oppure essere diminuito a causa dello stato emozionale negativo potenzialmente provocato dall'isolamento.

Il presente approfondimento prova a rispondere a domande come “Le abitudini relative ai pasti e il gradimento degli stessi sono cambiate nella popolazione italiana durante il lockdown?” e ancora “In che modo l'apprezzamento dei pasti è mutato per diverse categorie di soggetti?”

### **L'impatto del lockdown sulla percezione dei pasti**

La percezione della variazione, durante la quarantena rispetto al periodo precedente, dei tre fattori relativi ai pasti considerati è risultata differente tra i soggetti intervistati. La durata del pasto è rimasta invariata per circa la metà del campione analizzato, tuttavia è

aumentata per oltre il 40% dei soggetti. Il maggior tempo trascorso a tavola potrebbe aver favorito un aumento della quantità di alimenti assunta. Questo, infatti, potrebbe parzialmente spiegare l'incremento di cibo consumato dichiarato dal 52% dei rispondenti. Tale risultato è in linea con gli studi che hanno evidenziato un aumento della quantità totale di cibo consumata durante i pasti nel 46-51% dei rispondenti (Scarmozzino e Visioli, 2020; Saragih e Saragih, 2020). Questo tipo di comportamento è stato interpretato con il cosiddetto "consumo emotivo" che può essere dovuto a esperienze negative, come ad esempio l'autoisolamento o la noia derivante dal non lavorare. Alcuni soggetti, infatti, tendono a cercare ricompense e gratificazioni fisiologicamente associate al consumo di cibo come mezzo per combattere un disagio emotivo (Evers et al., 2018).

Per contro, la variazione nella durata dei pasti e nella quantità di cibo assunto è risultata associata ad un aumentato apprezzamento dei pasti in oltre la metà dei partecipanti, mentre solo l'8% ha percepito una diminuzione del gradimento durante l'emergenza.

I risultati dell'analisi della varianza condotta per indagare l'effetto separato di alcune variabili socio-demografiche sul gradimento dei pasti ha mostrato una significatività del genere, dell'età e della professione. In particolare, le femmine hanno mostrato un aumento dell'apprezzamento dei pasti significativamente più elevato rispetto ai maschi. L'età è risultata negativamente e significativamente correlata con l'apprezzamento dei pasti, suggerendo come i giovani abbiano in generale apprezzato di più i pasti consumati a casa durante l'emergenza rispetto al periodo precedente. Relativamente allo stato occupazionale, i pensionati e le casalinghe si sono distinti per avere dichiarato un

apprezzamento dei pasti invariato o leggermente diminuito mentre per lavoratori, studenti e disoccupati il gradimento dei pasti è risultato leggermente aumentato. Inoltre, l'apprezzamento dei pasti è aumentato maggiormente nelle persone che lavorano o studiano nel settore agro-alimentare, suggerendo che il fatto di possedere conoscenze relative al cibo possa aver favorito una migliore relazione con il momento del pasto. Dunque, l'impatto della quarantena sulla relazione con i pasti è sembrata essere minore tra le categorie di soggetti probabilmente più abituate a vivere l'ambiente domestico e ad avere un numero più limitato di socializzazioni con persone diverse dai familiari.

### Conclusioni

Il lockdown ha modificato le abitudini relative al consumo dei pasti di una porzione rilevante della popolazione italiana che ha partecipato al sondaggio. Tuttavia, le variazioni osservate non risultano uniformi nel campione indagato e per l'apprezzamento dei pasti, in particolare, sembrano dipendere dalle caratteristiche socio-demografiche dei soggetti. Poiché la soddisfazione del consumo di alimenti può avere un impatto positivo sul benessere emotivo delle persone ma allo stesso tempo indurre un aumento della quantità di cibo assunto, si auspica in futuro di esplorare ulteriormente le variabili individuali che possono giocare un ruolo rilevante nell'influenzare la dimensione affettiva del consumo di cibo al fine di intraprendere durante la pandemia azioni mirate a favorire stati emotivi positivi e contemporaneamente a ridurre la diffusione di comportamenti alimentari che potrebbero aver un effetto negativo sulla salute.

## Bibliografia

- Beaulieu K. et al., 2020. "Impact of meal timing and chronotype on food reward and appetite control in young adults". *Nutrients*, 12: 1506.
- Evers C. et al., 2018. "Feeling bad or feeling good, does emotion affect your consumption of food? A meta-analysis of the experimental evidence". *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 92: 195-208.
- Saragih B., Saragih F.M., 2020. "Description of Community Food Habits in the COVID-19 Pandemic Period". *Researchgate*, <https://www.researchgate.net/publication/340830940>.
- Scarmozzino F., Visioli F., 2020. "COVID-19 and the Subsequent Lockdown Modified Dietary Habits of Almost Half the Population in an Italian Sample". *Foods*, 9: 675.
- Wang C. et al., 2020. "Immediate psychological responses and associated factors during the initial stage of the 2019 coronavirus disease (COVID-19) epidemic among the general population in China". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17: 1729.

# La variazione quantitativa della spesa alimentare durante il *lockdown*

di Donatella Saccone e Federica Giardino

## Introduzione

L'emergenza sanitaria legata alla diffusione del Coronavirus su tutto il territorio nazionale ha indubbiamente avuto delle significative ripercussioni anche sui *trend* di consumo delle famiglie italiane che, nel quadro delle limitazioni imposte dalle autorità pubbliche, hanno adattato la propria spesa alimentare alle nuove condizioni sociali e lavorative. Il nuovo stile di vita, che si potrebbe definire “residenziale”, ha infatti cambiato sostanzialmente le abitudini di acquisto delle famiglie che, in una prima fase, hanno anche adottato comportamenti precauzionali, talvolta eccessivi, guidate dal timore di non avere sufficienti scorte alimentari per le settimane a venire.

Attraverso i dati emersi dall'indagine è stato possibile tracciare il cambiamento nell'ammontare della spesa alimentare per famiglia avvenuto durante il periodo di *lockdown* in comparazione con il periodo antecedente l'inizio dell'emergenza sanitaria. L'analisi delle risposte fornite dagli individui intervistati, residenti nelle diverse regioni italiane, ha dimostrato come i fattori di tipo economico e socio-demografico, quali reddito disponibile, età, genere, contesto abitativo, titolo di studio, professione e ambiente di

Variazione della spesa		▼	=	▲
Campione intero		11%	57%	32%
Genere	Donne	11%	55%	34%
	Uomini	11%	61%	28%
Modalità di lavoro durante il lockdown	In sede	11%	61%	28%
	<i>Smart working</i>	10%	56%	34%
	Riposo forzato	14%	58%	28%
	Cassa integrazione	10%	53%	37%

lavoro durante l'emergenza, siano stati determinanti nello spiegare, almeno in parte, i cambiamenti nelle abitudini di acquisto a seguito dell'inizio del *lockdown*.

Il seguente capitolo mira a sintetizzare alcuni risultati emersi da tale analisi, evidenziando quali caratteristiche economiche e socio-demografiche siano state associate ad aumenti e diminuzioni nell'ammontare della spesa alimentare. In generale, emerge come l'ammontare della spesa alimentare sia variato per poco meno della metà del campione, con ben un terzo del campione che ha registrato un aumento dei consumi alimentari.

Cercando di tracciare il profilo economico e socio-demografico degli individui che riportano un aumento nella spesa alimentare, i dati suggeriscono che essi siano maggiormente rappresentati da giovani donne, coniugate o *single*, residenti nelle aree urbane, con un reddito medio o medio-basso ma un buon livello di istruzione, e costrette in casa da attività lavorative in *smart working* o dal regime di cassa integrazione.

Prima di illustrare i risultati più nel dettaglio, occorre fare però alcune brevi precisazioni di carattere metodologico. In primo luogo, va precisato che dal campione analizzato sono stati esclusi sia gli individui positivi al virus al momento dell'indagine sia coloro che, dopo aver contratto il virus, si sono dichiarati guariti, poiché le rispettive abitudini alimentari potrebbero essere state influenzate significativamente dallo stato di malattia o convalescenza. In secondo luogo, occorre specificare che i dati raccolti non forniscono i valori assoluti della spesa alimentare settimanale per famiglia quanto, piuttosto, l'appartenenza a fasce di spesa: fino a 50 euro; 51-100 euro; 101-150 euro; 151-200 euro; più di 200 euro. Pertanto, quando parleremo di aumento o diminuzione della spesa,

faremo riferimento rispettivamente a spostamenti da una fascia di spesa inferiore a una superiore e viceversa. Analogamente, il fatto che non siano state registrate variazioni nella fascia di spesa, non significa che non vi siano stati cambiamenti meno marcati all'interno della stessa fascia.

### **Aumento degli acquisti e caratteristiche socio-demografiche**

Nel periodo del lockdown si è registrato un incremento della spesa alimentare per il 32% degli intervistati, che nella maggior parte dei casi sono risultati essere di genere femminile e di età compresa tra i 33 a i 46 anni. Il 57% degli individui, invece, non ha registrato significative variazioni di spesa. Inoltre, per quanto riguarda la composizione del nucleo familiare, sono i coniugati a registrare una maggiore frequenza di incremento di spesa, pari al 34%. In generale, invece, i soggetti appartenenti alle categorie nelle fasce di età tra i 18 e i 32 anni, tra i 47 e i 70 anni e, in particolare, tra i 71 e i 95 anni, hanno registrato con minore frequenza variazioni della spesa alimentare (rispettivamente 35%, 27% e 16%). Infine, è nelle aree urbane (33%) delle diverse regioni italiane che si sono registrati con maggiore frequenza incrementi di spesa, con una frequenza invece minore nelle aree periferiche ed extra-urbane localizzate sia sulla costa che nell'entroterra. Non sono invece emerse particolari differenze tra le regioni del Nord, Centro e Sud Italia.

### Il ruolo del reddito

Tendenzialmente, contrariamente a quanto si potrebbe immaginare in prima istanza, l'aumento di spesa è stato più rilevante per le fasce meno abbienti della popolazione. Infatti, tra coloro che hanno dichiarato di possedere un reddito lordo annuale compreso tra i 15.000 e i 28.000 euro, il 34% ha dichiarato un aumento di spesa. Al contrario, all'aumentare del reddito disponibile, la spesa per prodotti alimentari è rimasta maggiormente invariata o, addirittura, diminuita. Risulta inoltre importante evidenziare l'influenza del titolo di studio: si è potuto osservare che con la crescita progressiva del livello di scolarizzazione, dalla licenza media fino al possesso di titoli post-laurea, è cresciuta anche la frequenza percentuale con la quale si sono registrati aumenti nella spesa destinata ai beni alimentari (pari al 35% per coloro che possiedono un titolo di studio post-laurea).

### Il ruolo del tempo e delle restrizioni

Nel condizionare le abitudini alimentari durante l'emergenza COVID-19 ha sicuramente giocato un ruolo predominante la modalità di lavoro, talvolta anche maggiore del ruolo del reddito. *Smart working* e cassa integrazione hanno probabilmente permesso agli individui di avere più tempo a disposizione per la preparazione e il consumo di alimenti, dato che a sua volta si è riflesso in un aumento della spesa alimentare. Infatti, a seguito dell'indagine, è emerso come il l'incremento nella spesa abbia caratterizzato maggiormente coloro che non si recavano fisicamente al posto di lavoro, lavorando da

casa in *smart working* (34%) o trovandosi in cassa integrazione (37%).

Infine, si sono registrati aumenti di spesa con maggiore frequenza tra coloro che, prima del *lockdown*, erano abituati a consumare quotidianamente piatti pronti a domicilio (50%). Questo è stato probabilmente il risultato non solo delle misure restrittive per contenere l'epidemia, che per un certo periodo hanno impedito a bar e ristoranti di effettuare i servizi di *take-away* e consegna a domicilio, ma anche di una maggiore disponibilità di tempo che ha caratterizzato la vita di molte famiglie ai tempi del *lockdown*.

### Bibliografia

- Baker S.R. et al., 2020. "How Does Household Spending Respond to an Epidemic? Consumption During the 2020 COVID-19 Pandemic". *NBER Working Paper*, 26949.
- Cranfield J.A.L., 2020. "Framing consumer food demand responses in a viral pandemic". *Canadian Journal of Agricultural Economics*, N.S.:1-6.

# L'ipermediazione tecnologica dei consumi alimentari durante il lockdown

Maria Giovanna Onorati

## Introduzione

Durante il *lockdown* le abitudini inerenti alla sfera della vita quotidiana di individui e famiglie sono andate incontro a molteplici cambiamenti. In particolare, il consumo alimentare, dal fare spesa, al cucinare, fino alla forma del pasto, hanno evidenziato modifiche significative, alcune delle quali percepite dai singoli come uno stravolgimento totale delle loro vite.

Tuttavia, alla prova dei dati, pur nell'assoluta eccezionalità della situazione creata dalla pandemia, ci si è trovati di fronte a delle svolte più che ad uno stravolgimento, come se l'emergenza avesse dato un'accelerata ad una serie di tendenze già presenti in forma potenziale nei consumi degli italiani prima del *lockdown* e che hanno trovato nelle pratiche di consumo alimentare di questi due mesi una potente forma di manifestazione.

## Cosa cambia durante la pandemia

I dati emersi dalla ricerca evidenziano variazioni significative tra i comportamenti di consumo alimentare mediamente tenuti dagli intervistati “prima” e “durante” il *lockdown*.

Comportamento	Variazione media ▼
Andare a fare la spesa	-0.67
Negoziante per informarsi acquisti	-0.44
Ordinare piatti pronti a domicilio	-0.29
Etichetta per informarsi	-0.23
Amici e parenti per informarsi acquisti	-0.10
Pubblicità per informarsi acquisti	-0.07
Utilizzo forno a microonde	-0.06
Riviste/libri cucina per informarsi acquisti	-0.04
Programmi TV per informarsi acquisti	-0.03

Comportamento	Variazione media ▲
Tempo preparazione pasti	+0.57
Cucinare con i conviventi	+0.40
Acquisto cibo online	+0.24
Utilizzo forno	+0.24
Utilizzo impastatrice	+0.20
Siti di ricette online per informarsi acquisti	+0.19
Uso siti ricette online per cucinare	+0.16
Utilizzo fornello	+0.10
Utilizzo frullatore	+0.01

Le tabelle riportano la variazione delle “medie” di tali comportamenti riscontrata durante il *lockdown*\*. La variazione è stata calcolata per differenza tra la media dei punteggi riscontrati nei comportamenti “prima” e quelli “durante” il *lockdown*. I valori negativi indicano il ridursi di un comportamento medio durante il *lockdown*, quelli positivi l'aumento.

Le variazioni dei comportamenti medi rappresentati nelle tabelle ci raccontano la svolta *smart* di una popolazione che, durante il *lockdown*, ha sensibilmente ridotto la frequenza con cui si reca a fare la spesa (-0,67) in favore di un aumento dell'acquisto di cibo *online* (+0,24). Questo è coerente con quanto osservato da Nomisma (2020) che, a metà *lockdown* (07.04.2020), evidenziava un incremento del 10% di questo comportamento d'acquisto ai quali gli italiani si erano, fino ad allora, rivolti solo timidamente, guardando con curiosità e sospetto l'e-grocery e che invece, stando ai nostri riscontri, a fine *lockdown* dimostra di non aver allentato il passo, risultando più che raddoppiato.

Le tabelle ci raccontano anche di una popolazione che, durante il confinamento, riscopre la piacevolezza del tempo dedicato alla preparazione dei pasti (+0,57) e l'affiatamento del cucinare assieme (+0,4), dati, questi, in linea con l'istantanea fatta da Nielsen (2020) a livello europeo (08.04.2020), secondo cui la forma dominante del pasto tra gli italiani durante il *lockdown* è stata quella del prepararsi da mangiare a casa.

---

\*L'affidabilità delle scale (da un minimo di 1 a un massimo di 5) utilizzate nella survey è stata verificata con i coefficienti di Cronbach. Le scale relative alle pratiche alimentari che hanno dimostrato un robusto grado di coerenza interna sono quelle riportate nel grafico. Per “media” si intende il punteggio medio delle risposte date dagli intervistati all'interno di una scala di possibilità il cui valore minimo era pari a 1 (“per nulla”) e quello massimo pari a 5 (“moltissimo”).

Non è tutto. Complici il distanziamento sociale ed una pubblicità ripetitiva e malinconica, che, in quei due mesi, ha visto incontrastati i grandi brand nel darci non i classici consigli per gli acquisti, ma retoriche iniezioni di incoraggiamento a resistere, accade che gli italiani mettano da parte i tradizionali canali di informazione per gli acquisti alimentari, libri di ricette (-0,04) e, “regina incontrastata” tra le fonti di informazione (Morcellini, 2020), sua maestà televisione (-0,03). Accade anche che nella classifica dei tradizionali leader di opinione degli acquisti alimentari crollino pubblicità (-0,07), etichetta (-0,23), negoziante (-0,44) ed amici e parenti (-0,1), in favore di uno sconfinato “ipermondo” (Codeluppi, 2012) culinario, fatto di siti di ricette *online* utilizzati sia per informarsi sugli acquisti (+0,19), che per trarne ispirazione sui piatti da preparare (+0,16). Eppure, questa svolta *social*, più che segnare l'inesorabile tramonto della realtà, sembra rinnovarla all'insegna dell'ipermediazione tecnologica. Il boom *social* sembra, nel caso dei consumi alimentari, derivare non tanto da solitudine e isolamento, ma piuttosto da una inedita condivisione della pratica del cucinare tra tutti i componenti della famiglia, che ha riattivato un significativo scambio intergenerazionale, in cui i *Centennials* (18-24 anni) hanno scoperto la preparazione dei pasti come forma di espressione da condividere con gli adulti e sembrano essere proprio loro a guidare questo processo. Infatti, la variazione dei comportamenti medi durante il *lockdown* evidenzia una maggiore concentrazione di *Centennials* sull'aumentato utilizzo dei siti di ricette *online* per informarsi sugli acquisti e sull'uso di questi siti per trarre ispirazione per cucinare. Parimenti, si riscontra un significativo posizionamento di *Baby Boomers* e *Silent Generation* (i “senior”) sul ridotto

utilizzo dei canali più tradizionali per informarsi sui consumi alimentari. Al tempo stesso, però, i *Centennials* sono anche quelli che si posizionano maggiormente su un aumentato utilizzo del forno e dell'impastatrice.

Dunque, in quello spazio di *agency* che è il cucinare, si sperimenta non solo una vicinanza inedita tra generazioni, ma uno scambio di saperi intergenerazionali in cui giovani e adulti si trovano a ridisegnare assieme un universo familiare ipermediato ma tutt'altro che distratto e solitario.

### Conclusioni

La ricerca rivela uno scenario domestico che, in seguito al *lockdown*, ha visto la contrazione degli spazi di *agency* individuali, ma anche l'inedito ampliamento del tempo a disposizione, un tempo in cui i giovani si sono avvicinati ad una sfera di pratica, cucinare, tipicamente in mano agli adulti, soprattutto nella sua versione elaborata, lenta e creativa e gli adulti, a loro volta, hanno appreso dai giovani a rinnovare la preparazione dei pasti in chiave *smart* e ad accedere ai loro capitali digitali e globali.

Dunque, pur nell'immane tragedia che mai avremmo voluto vivere, l'ipermediazione tecnologica delle pratiche di consumo alimentare è una delle chiavi attraverso cui riconoscere alcune opportunità che ci sono state offerte dal *lockdown* che andrebbero coltivate nella cosiddetta 'nuova normalità'. L'opportunità di una riappropriazione di un tempo liberato da ritmi alienati, fatto di creatività e apertura al nuovo, che (come già andava predicando Marx) è la vera ricchezza sociale del mondo moderno; quella di un

ripensamento delle routine in una prospettiva di fecondo dialogo intergenerazionale in cui i giovani siano parte attiva e, *last but not least*, quella di una trasformazione della cucina in uno spazio più *smart* e multifunzionale (Euromonitor International, 2020).

## Bibliografia

- Codeluppi V., 2012. *Ipermondo. Dieci chiavi per capire il presente*. Roma, Laterza.
- Euromonitor International, 2020. *How Is COVID-19 Affecting The Top 10 Global Consumer Trends 2020?*. <https://go.euromonitor.com/webinar-ec-2020-covid-19-impact-on-gct.html>.
- Morcellini M., 2020. *Il Medioevo italiano*. Roma, Carocci.
- Nielsen 2020. *While still in lockdown, many Europeans expect the impact of COVID-19 to last another year*. <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2020/while-still-in-lockdown-many-europeans-expect-the-impact-of-covid-19-to-last-another-year>.
- Nomisma, 2020. *Osservatorio lockdown per la ripresa economica: come siamo cambiati e come devono cambiare, di conseguenza, le aziende italiane*. <https://www.nomisma.it/osservatorio-lockdown-ripresa-coronavirus>.

# La rete come fonte di acculturazione gastronomica

Michele Filippo Fontefrancesco e Andrea Mantegazza

## Introduzione

Stiamo affrontando uno dei periodi storici più difficili per l'Italia. La recente emergenza legata alla diffusione del coronavirus ha stravolto le abitudini di tutta la popolazione italiana, portando ad un nuovo interesse per la cucina.

Il *lockdown* ha imposto la sospensione del ritmo frenetico del lavoro, creando un vuoto nell'orizzonte temporale del quotidiano costretto nei confini domestici. In questo contesto anche le relazioni tra le persone sono cambiate in modo drastico. Senza l'opportunità di vedere amici e parenti si è passati da interazioni fisiche a comunicazioni digitali, attraverso i *social media*. Internet, quindi, ha assunto una vera centralità nella socialità degli italiani; un ruolo ottenuto grazie alla trasformazione del Web da deposito globale di conoscenze ad arena mondiale di scambio di idee (Leadbeater, Powell, 2009) che si nutre di un'interattività diffusa tra utenti e piattaforme che quotidianamente si modellano, si formano, si arricchiscono grazie a questa dinamicità.

Internet non è diventato centrale solo per la socialità del Paese, ma è diventato una risorsa primaria per l'acculturazione gastronomica delle famiglie italiane durante la quarantena,



**Prima dell'emergenza**

1 intervistato su 5

Uso abituale  
di siti di ricette



**Durante l'emergenza**

1 intervistato su 3

facendo della Rete un punto di riferimento abituale da cui imparare nuove ricette e trovare confronto e conforto nelle preparazioni per 1 intervistato su 3. Questo capitolo interroga e prova a delineare le ragioni di questo successo.

### Usare la Rete

Se si guarda all'uso contemporaneo della Rete in chiave gastronomica, ci si accorge come siti e blog di cucina, così come altre piattaforme multimediali, siano utilizzati quali fossero una grande agorà in cui è possibile accedere tanto ad informazioni culinarie quanto ad un'attiva comunità gastronomica (Krawczyk-wasilewska, Lysagh, 2015). Le caratteristiche proprie del “Web 2.0” permettono, infatti, di interagire e scambiarsi informazioni in pochissimi secondi tra autori ed utenti, definendo un orizzonte di confronto in cui il fulcro è l'interazione e la recensione (Naulin, 2014). Internet è, quindi, non solo una risorsa conoscitiva per ricette e accostamenti, ma soprattutto un canale di costruzione di conoscenza e consapevolezza gastronomica (Gupta, 2020), e una fonte di continuo feedback in cui l'utente virtualmente non è mai solo. Quindi, le ragioni del successo del Web come fonte di acculturamento gastronomico in questo periodo di isolamento si possono ritrovare in alcuni specifici aspetti dell'offerta digitale.

In primo luogo, la facilità di accesso alla risorsa. Come ha evidenziato l'ISTAT (2019), 3 famiglie su 4 dispongono di accesso ad internet a casa, delle quali pressoché tutte (95%) le famiglie con minori. Questa facilità di connessione garantisce un solido punto di partenza per garantire la possibilità di fruire dei contenuti di siti internet, blog, contenuti

video su canali video, ovvero a *online community*. In campo gastronomico, inoltre, ricette e tutorial sono per lo più liberamente fruibili creando quindi una base di conoscenza facilmente accessibile e ricercabile.

Sulla base di ciò, possiamo considerare come la quarantena abbia offerto l'opportunità di avere più tempo libero utilizzabile per cimentarci nella preparazione di piatti tradizionali e per osare nel preparare piatti più impegnativi. L'approccio alla cucina è stato mosso da un fine ludico, più che da una necessità oggettiva: una necessità che rispondeva tanto al soddisfacimento del gusto quanto all'occupazione proficua del tempo a disposizione (Doxa, 2020).

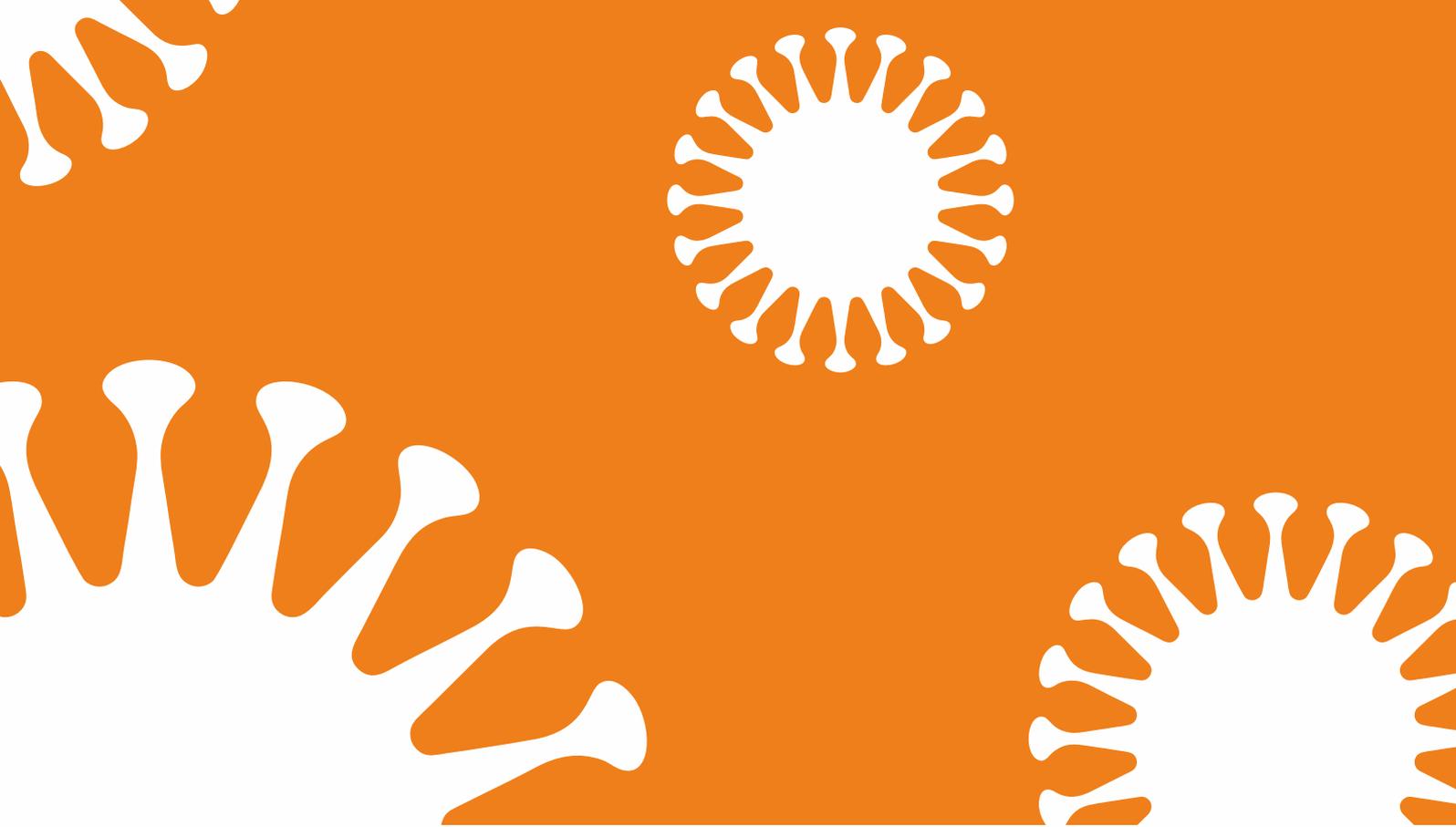
Di fronte a queste necessità e alla facilità di accesso, nonché alla varietà di contenuti, si può leggere come molti italiani abbiano trovato nella Rete lo strumento per appropriarsi di conoscenze nuove, che raramente erano entrate nelle cucine degli italiani, quali dolci, pizze, pane e pasta fatta a mano, in modo agevole e gratuito, attraverso numerosi blog e canali video. In particolare, l'interattività e la multimedialità del Web hanno offerto l'opportunità di superare un certo timore che normalmente ci attanaglia affrontando una nuova ricetta. Infatti, la disponibilità immediata di ricette diverse, di video e tutorial professionali o amatoriali, quindi, la possibilità di utilizzare chat e commenti ha possibilità di avere un immediato confronto capace di dare sicurezza nel tentativo, nella sperimentazione e nell'esercizio della creatività, sfidando gli schemi rigidi delle ricette con un pizzico di estro e creatività personale.

## Conclusione

La quarantena è stato un momento di ritorno alla cucina per gli Italiani. In questo ritorno, internet ha garantito un'interfaccia e una risorse importante per un processo di acculturazione gastronomica. La ricerca ha visto, infatti, un aumento di un 10% di intervistati che ha trovato nel Web una risorsa abitualmente indagata. Questo fenomeno si può leggere alla base, prima di tutto, dell'effettiva diffusa possibilità di accesso alla Rete che distingue l'Italia contemporanea, quindi, dalle caratteristiche proprie in termini di varietà di informazioni e interattività delle piattaforme che distinguono la realtà del “Web 2.0”. Laddove questi dati corrispondono alla base materiale su cui si è sviluppata l'azione degli intervistati, le istanze legate alla cura e all'occupazione del tempo svuotato nella sospensione della routine di vita dettate dall'isolamento hanno creato il principale driver per sviluppare una nuova pratica gastronomica.

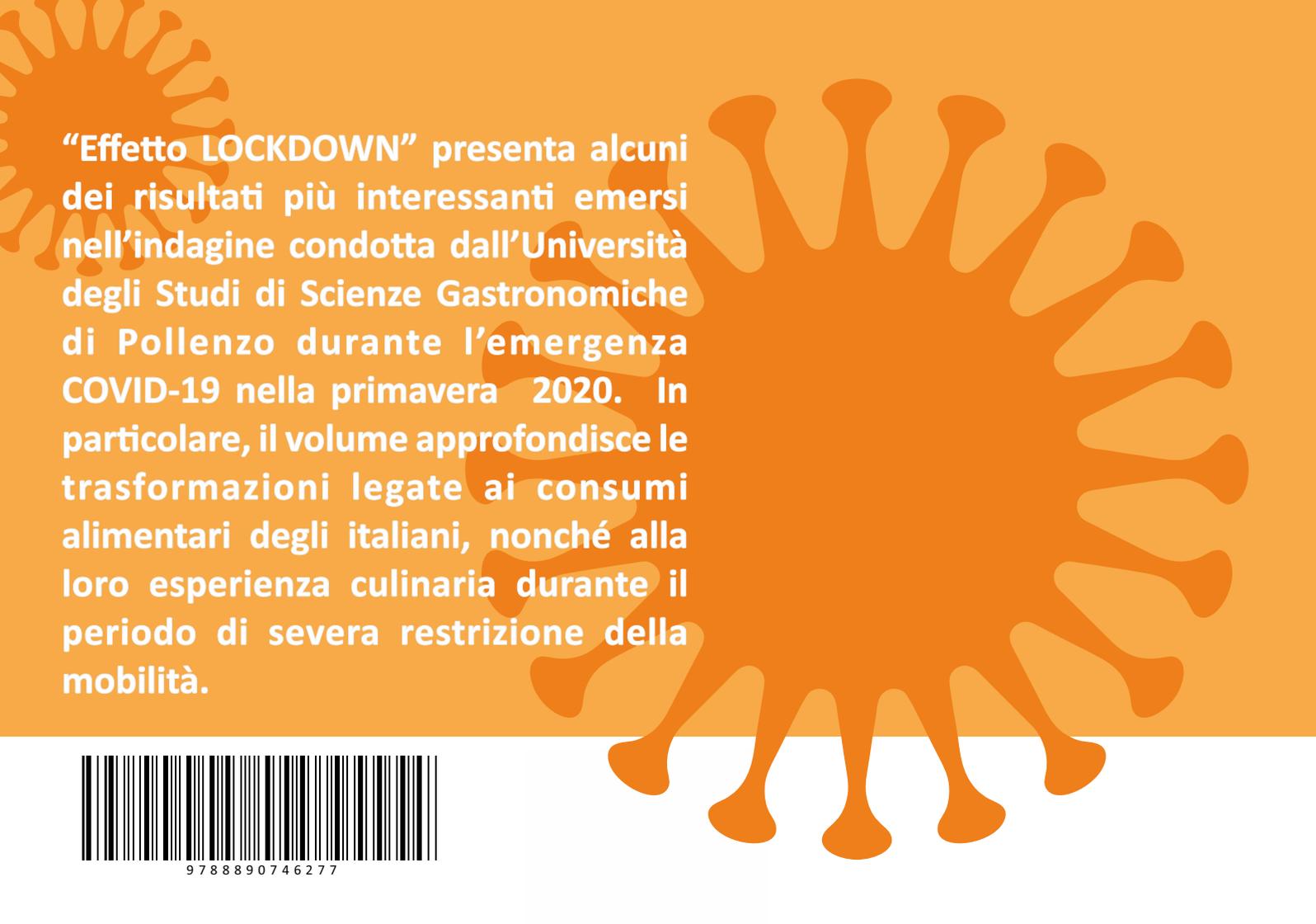
## Bibliografia

- Doxa, 2020. “Le abitudini alimentari ai tempi del Coraonavirus”. *Food*, <https://www.foodweb.it/2020/04/le-abitudini-alimentari-ai-tempi-del-coronavirus-1/>
- Gupta S., 2020. “Cooking Curries for change: four desi food blogs in the UK, cyberactivism, e the transnational public sphere”. *Diaspora Studies*, 13: 72-88.
- Krawczyk-wasilewska V., Lysaght P., 2015. *Food and the internet*. Francoforte sul Meno, Peter Lang.
- ISTAT, 2019. *Multiscopo sulle famiglie: aspetti della vita quotidiana*. Roma, Istat.
- Leadbeater C., Powell D., 2009. *We-think (II ed.)*. Londra, Profile.
- Naulin S., 2014. “The culinary blogosphere”. *Reseaux*, 183: 31-62.



## Gli Autori

- **Paolo Corvo** è professore associato di sociologia generale.
- **Michele Filippo Fontefrancesco** è curatore del volume “Effetto Lockdown” e ricercatore di antropologia culturale.
- **Federica Giardino** è studentessa del corso di laurea magistrale in “Food Innovation & Management”.
- **Andrea Mantegazza** è studente del corso di laurea magistrale in “Food Innovation & Management”.
- **Maria Giovanna Onorati** è professoressa associata di sociologia dei processi culturali e comunicativi.
- **Andrea Pieroni** è rettore dell’Università degli Studi di Scienze Gastronomiche e professore ordinario di etnobotanica ed etnobiologia.
- **Maria Piochi** è ricercatrice di scienze e tecnologie alimentari.
- **Donatella Saccone** è ricercatrice di economia politica.
- **Luisa Torri** è responsabile scientifico della “Indagine sulle Abitudini Alimentari e l’Emergenza” e professoressa associata di scienze e tecnologie alimentari.

A large, stylized orange coronavirus particle with numerous spike-like protrusions is centered on the page. The background is a solid orange color. The text is white and positioned to the left of the virus graphic.

**“Effetto LOCKDOWN” presenta alcuni dei risultati più interessanti emersi nell’indagine condotta dall’Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo durante l’emergenza COVID-19 nella primavera 2020. In particolare, il volume approfondisce le trasformazioni legate ai consumi alimentari degli italiani, nonché alla loro esperienza culinaria durante il periodo di severa restrizione della mobilità.**



9 788890 746277