



“Italiani, Amadori e il boom del *cooking*”:

Sintesi dell’indagine demoscopica svolta da AstraRicerche per Amadori

Per il 46% degli italiani il piacere batte il dovere anche in cucina, mentre il 60% è a favore dell’easy cooking, la cucina facile ‘ad effetto’.

Malgrado la grave, prolungata crisi economico-sociale **un numero sempre maggiore dei nostri connazionali investe tempo e passione nel cucinare** e non più solo perché costretto a farlo. Qualcosa di profondo sta avvenendo nella società italiana: l’antica passione collettiva per il mangiare e il bere si sta arricchendo con **un’inedita passione maggioritaria per la preparazione dei cibi**: il che spiega il **crescente, clamoroso ricorso a vecchie e nuove fonti d’informazione e di education**.

È questo il principale risultato dello studio realizzato da AstraRicerche per Amadori nel marzo 2013 tramite **1.005 interviste on line** somministrate col metodo CAWI (*Computer Aided Web Interviewing*) a un campione rappresentativo della **popolazione italiana 18-70enne**, pari a un universo di circa 40.8 milioni di adulti.

Il 51% dei nostri connazionali **cucina, per sé o per altri**, tutti i pasti o quasi in ogni giorno della settimana (ciò vale per il 32% degli uomini e per ben il 71% delle donne) mentre un altro 14% prepara un solo pasto al giorno. La media, riferita all’intero campione, è di 9.2 pasti alla settimana su un totale massimo di 14. La **frequenza più elevata di preparazione di pasti** si ritrova tra i 25-54enni, seguiti dai 25-44enni e dai giovani 18-24enni, con i 45-65enni sui livelli più bassi.

Malgrado l’elevata frequenza, **la dimensione del piacere nel cucinare batte largamente quella del dovere**: basti dire che il 46% dichiara di essere molto appassionato e il 43% di esserlo abbastanza, mentre un ben minore 10% si dice costretto a far da mangiare senza alcuna passione. Ed è interessante notare che gli uomini si collocano solo poco al di sotto delle donne mentre i 25-34enni superano la media, seppur venendo dopo i 45-54enni.

Coloro che preferiscono **cucinare da soli** sono il 68% del campione, ossia quasi il doppio di quelli che amano cucinare **con altri** (36%); ma sta emergendo un nuovo comportamento che è quello di chi prepara i pasti **seguendo un sito Internet** aperto per avere idee e consigli (tra gli internauti si arriva al 31%). Esistono anche altre modalità più tradizionali: il 25% cucina con **un proprio ricettario** scritto negli anni, seguendo i propri appunti e sfruttando i propri piccoli segreti; mentre il 23% si aiuta con **un ricettario di famiglia** e il 20% si fa

guidare da una persona più esperta. Tra i 18-24enni la percentuale di coloro che amano cucinare con altre persone raggiunge il livello massimo del 44%, che è lo stesso dei giovani utilizzatori di Internet mentre sono ai fornelli.

Viene da chiedersi quanto gli Italiani si reputino **capaci di cucinare**. Ebbene, il 9% afferma di essere un cuoco straordinario e il 39% un buon cuoco (solo il 33% si racconta come un totale incompetente). I più soddisfatti di sé sono le donne e i 25-34enni.

In quest'ambito la situazione non è stabile, dal momento che – a detta degli intervistati – negli ultimi tre anni **il proprio livello di abilità in cucina è cresciuto**: un po' per il 52% e molto per il 20%. Le crescite più rilevanti hanno connotato, da un lato, le donne e – dall'altro lato – i 18-24enni, seguiti dai 25-34enni.

Una conferma viene dall'autovalutazione della **varietà dei piatti preparati** dagli intervistati: il 9% definisce il proprio menu assai ampio e variegato e il 36% si dice capace di preparare in modo valido numerose ricette differenti (solo il 5% ripete eternamente pochissime preparazioni sempre uguali). Ancora una volta sono le donne e i 18-34enni (specie i 25-34enni) a vantare maggiormente la propria polivalenza.

Una conferma viene da quel 67% che sostiene di avere **diversi 'cavalli di battaglia'**, ossia piatti che gli riescono molto bene e che riscuotono successo presso i commensali (l'8% ne vanta moltissimi e il 59% alcuni), sempre con le donne e i 25-34enni a farla da padrone.

Non pare che tali apprezzamenti auto-riferiti siano figli di mero narcisismo: il 47% degli Italiani *cookers* afferma di ricevere spesso dei vivi **complimenti per i piatti** che prepara (in particolare le donne e i 55-65enni), talché il 37% si vede richiedere spesso le proprie ricette (qui la *leadership* è delle donne e dei 25-34enni). Infine, il 14% afferma sì di non saper cucinare ma amerebbe imparare a farlo (in questo caso svettano i 18-24enni).

Il quadro è assai dinamico: al 57% piace **sperimentare** provando **nuove ricette** (la *leadership* è femminile e concentrata nella fascia d'età tra i 18 e i 34 anni oltre che in Lazio/Abruzzo/Molise/Sardegna); il 44% s'impegna molto per migliorare il modo in cui cucina; il 39% adora **recuperare le ricette tradizionali** (qui predominano le donne e i 55-65enni); il 24% ama utilizzare metodi e stili di preparazione diversi dal comune (a vapore, wok, fusion, ecc.); l'11% segue le tendenze e le mode del momento e un adorabile 5% afferma senza vergogna di non valer niente in cucina ma comunque di divertirsi.

Quel che colpisce è l'**attivismo sul terreno delle informazioni** da parte dei *cookers*, cioè del 97% degli Italiani che più o meno frequentemente fa da mangiare: infatti, nell'ultimo anno, il 51% ha visitato su **Internet** siti/blog/communities di cucina; un identico 51% ha seguito **trasmissioni televisive** che mostrano come cucinare; il 49% ha seguito trasmissioni televisive nelle quali personaggi famosi o normali cittadini si sfidano nel cucinare; il 40% ha letto - saltuariamente o regolarmente - **riviste o articoli** di cucina; il 22% ha acquistato o ricevuto in omaggio **ricettari** che poi ha utilizzato; il 3% ha frequentato **corsi** di cucina (e si tratta di un milione di adulti). Il *web* ha coinvolto assai più le donne (63%) che gli uomini (39%) oltre ai 18-34enni (62%, poi la percentuale cala con l'età). Analoghe accentuazioni hanno riguardato le trasmissioni televisive di ogni tipo, mentre la stampa raccoglie meno adesioni tra i maschi e i giovanissimi.

Se si approfondiscono **le motivazioni** personali che spingono i nostri connazionali a informarsi e **ad apprendere** nei vari modi citati, si scopre che il divertimento prevale su tutte (59%), seguito dal desiderio di imparare a cucinare piatti che non conoscono (55%) e di trovare ispirazione per la propria fantasia in cucina (52%). Anche qui il piacere prevale, seppur di poco, sul dovere o - meglio - sull'approccio meramente razionale. È interessante notare inoltre che il 24% desidera imparare a 'impiattare' e dunque a servire con stile, mentre un altro 19% mira ad apprendere come allestire la tavola con gusto.

Non si deve pensare che il grosso della popolazione stia tentando di emulare gli *chef* stellati e di acquisire modelli avanzati e sofisticati: no, l'investimento crescente nel *cooking* è volto in gran parte ad **imparare a cucinare 'ad effetto'**, preparando piatti non troppo difficili e che non richiedono grande competenza e molto tempo ma sono in grado di soddisfare per gusto e presentazione. In effetti, solo il 23% rifiuta questo approccio mentre il 77% gli è favorevole (il 30% appare addirittura entusiasta). E il consenso massimo si trova tra le donne, tra i 18-34enni, al nord.

Quali sono **i motivi per cui è ricercata la cucina facile 'ad effetto'**? Per la scarsità di tempo connessa agli stili di vita contemporanei (31%), per il desiderio di passare più tempo con i commensali (27%), raramente per la poca voglia di impegnarsi nel far da mangiare (27%). Con un'aggiunta: la cucina facile 'ad effetto' richiede un'adeguata selezione dei prodotti e delle materie prime più adatti (52%) e spesso l'utilizzo di prodotti semi-pronti (10%). In effetti solo il 4% sostiene che è pressoché impossibile ottenere piatti davvero validi se sono troppo facili da cucinare.

Al dunque, è nettissimo (60%) **il favore – razionale ed emozionale – per la cucina facile 'ad effetto'**. I principali vissuti ad essa connessi sono l'allegria e la gioia (52%), il risparmio di tempo e la semplificazione della vita (41%), la capacità e l'intelligenza del *cooker* (39%), la leggerezza e la digeribilità dei piatti (31%), la convenienza e il risparmio (26%), la gratitudine e la riconoscenza per il miglioramento della qualità della vita (24%), il buon contributo alla salute e alla prevenzione (24%); tutte le valutazioni e i sentimenti negativi - come il senso di pigrizia e di scarso impegno, di inesperienza e incompetenza, di noia e banalità, di povertà e tristezza - non raggiungono il 5%.

Sono stati poi rilevati alcuni dati specifici circa **i consumatori intensi di prodotti Amadori**, definiti 'Amadori Lovers'. Vale la pena di indicarne alcune caratteristiche peculiari: essi cucinano tutti i giorni per tutti i pasti o quasi nella misura del 61% (la media del campione è 51%) e considerano il cucinare un grande piacere per il 54% (*versus* la media del 46%). Inoltre, si considerano straordinariamente abili in cucina (17% vs il 10% complessivo) e hanno assai migliorato le loro competenze specifiche negli ultimi tre anni (28% vs il 20% medio). A conferma, descrivono i propri menu come molto ampi e variegati (16% vs il 9% medio), talché si vedono richiedere dai loro ospiti sia frequenti consigli per cucinare (39% vs 30% medio) sia le proprie ricette (38% vs il 33% medio): d'altra parte, per il 12% vantano moltissimi 'cavalli di battaglia' in cucina (12% vs 8% medio). In effetti, gli 'Amadori Lovers' si caratterizzano per il loro grande amore di sperimentare provando nuove ricette (65% vs 57% della media del campione), nel mentre adorano recuperare le ricette tradizionali in misura superiore alla media degli Italiani (48% vs 39%). Infine, essi trovano che l'essere abili nell'utilizzo della cucina facile 'ad effetto' sia segno di capacità e d'intelligenza (44% vs il minore 39% del totale campione).