



1° Report Indagine

“Cibo e Società”

Studio Pilota- Festival Cerealia



Anno 2018

A cura di Sonia Dionisi e Flavia M. Margaritelli¹

¹ Documento in versione digitale Marzo 2019. E' vietata qualsiasi riproduzione anche parziale del documento e del questionario senza l'autorizzazione di Osservatorio Salute e Sicurezza per la tutela dei Diritti Intellettuali delle due autrici Sonia Dionisi e Flavia M. Margaritelli.



Sommario

1. Il focus principale dell'indagine	3
2. La metodologia per l'analisi dell'identità sociale e culturale del cibo	5
3. Lo strumento Questionario	6
5. I risultati.....	8
5.1. PRIMA DIMENSIONE PERCEZIONE DELL'INDIVIDUO SUL CIBO	10
5.2 SECONDA DIMENSIONE TRASMISSIONE -IDENTITÀ –RICORDO.....	16
5.3 DIMENSIONE COMUNICAZIONE	18
5.4 DIMENSIONE VALUTAZIONE CEREALIA.....	19
6. Considerazioni finali	23
7. Informazioni sulle autrici del report.....	25



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

1. Il focus principale dell'indagine

OSSERVATORIO SALUTE E SICUREZZA ha proposto di effettuare **una ricerca sociale e un focus sulla qualità**, rivolto ai Partecipanti al Festival Cerealia² (aderenti).

La ricerca è stata avviata in concomitanza dell'inizio del Festival Cerealia anno 2018 e i dati sono stati raccolti fino a Novembre 2018, per poi essere elaborati e successivamente presentati in pubblico il 26 febbraio 2019, presso l'Insor Istituto Nazionale di Sociologia Rurale.

Verranno quindi raccolti: dati qualitativi che fanno unica Cerealia

Lo scopo principale da cui è stata avviata la ricerca è stata quella di contribuire a fare in modo che si attuasse sempre di più l'integrazione dei saperi, aggiungendo dati qualitativi al Festival e agli eventi culturali, in quanto "*portatori di messaggio*" per la comunità, le imprese, le istituzioni politiche.

L'integrazione, infatti, tra i settori della cultura, del turismo e dello sviluppo locale, è vista in un'ottica di sostenibilità, affinché si contribuisca alla promozione del dialogo tra i popoli, si favorisca la divulgazione e lo scambio di buone pratiche per lo sviluppo e la promozione della "Filiera dei Cereali", della Dieta Mediterranea e delle culture del Mediterraneo e si sensibilizzi l'opinione pubblica diffondendo tutte le informazioni.

Il progetto ha posto al centro il processo di ricostruzione e riabilitazione delle identità collettive locali.

Dal punto di vista scientifico lo studio dei comportamenti sociali attinge le proprie basi nelle discipline afferenti la psicologia sociale, l'antropologia, la sociologia.

Un'ampia letteratura, di base per l'osservazione sistematica sul campo e l'utilizzo di un approccio etnografico, descrittivo dei processi **in- group ed out- group**, attinge alla **Field Theory** di Kurt Lewin (Persona, Ambiente) per cui il comportamento delle persone è originato da una totalità di fattori interdipendenti, in una certa situazione e in un dato momento.

² Tutte le informazioni sul Festival Cerealia sono disponibili sul sito www.cerealialudi.org la cui presentazione è reperibile sul link specifico <http://www.cerealialudi.org/cerealia-il-festival/cerealia-festival-presentazione/>



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

Le leggi che governano il sistema di forze non dipendono perciò dalle singole caratteristiche degli elementi coinvolti, ma dalla loro configurazione complessiva. Ogni individuo è una regione, fonte di azioni che modificano le altre persone ed il gruppo, la quale viene a sua volta modificata dalle altrui azioni e reazioni.

L'obiettivo della ricerca azione è la modificazione del campo attraverso la conoscenza che si costituisce in esso. Nel momento in cui si studia un fenomeno, esso si modifica.

In una cornice olistica e sistematica si tenderà ad attivare l'*empowerment* ossia quel processo di crescita, individuale e di gruppo, basato sull'incremento dell'auto-efficacia per far emergere risorse latenti e portare l'individuo ad appropriarsi consapevolmente del suo potenziale (Zimmerman, 2000) .

Il progetto intende essere una base per la promozione dei **processi resilienti**, per il tramite dell'attivazione delle **risorse sociali, competenze sociali**, variabili sempre presenti nei modelli di studio sulla resilienza . Tale concetto, associato a strategie di sviluppo dei sistemi territoriali (Resilience e Resilient City), è al centro di molte politiche internazionali e comunitarie.

In particolare, riferendosi agli studi sulla **comunità competente**, Kimhi e Shamaï (in Prati, Pietrantoni, 2009) qualificano le **comunità resilienti**, distinguendole in relazione a tre diversi orientamenti possibili: *tendenza alla resistenza*, capacità della comunità di assorbire l'impatto; *tendenza al recupero*, velocità e abilità di recuperare dallo stressor; *tendenza alla creatività*, potenzialità creative dei sistemi sociali di migliorare il proprio funzionamento come conseguenza delle avversità.

Da moltissimi studi emerge infine la *resilienza come spazio di apprendimento sociale*, in cui contano le capacità individuali preesistenti, ma ancora di più conta la competenza collettiva (**community capability**) che può essere sviluppata in base a un approccio di tipo cooperativo. Ulteriore elemento interessante di studio è rappresentato dal concetto di *community prevention*, circostanze in cui il processo di resilienza sociale è attivato a partire dal coinvolgimento dei componenti della comunità locale nella gestione diretta delle attività di prevenzione dei rischi associati alla scarsa manutenzione dell'ambiente naturale, in



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

funzione della condivisione di culture e visioni dello sviluppo che sappiano ri-orientare gli usi del territorio³.

Il questionario redatto ad hoc ha permesso di raccogliere dati di tipo qualitativo e ha previsto domande utili a descrivere gli elementi narrativi, per una prima analisi del contenuto sull'esperienza effettuata da parte degli aderenti al Festival, fondamentali per l'attribuzione sociale dei processi culturali sottesi.

Lo scopo della ricerca é stato, infine, di fornire spunti di implementazione qualità agli organizzatori del Festival Cerealia e contribuire a ricerche sociali sul tema del cibo e del patrimonio culturale, giacché Osservatorio Salute e Sicurezza, essendo anche Socio Membro della Rete Italiana del Dialogo Euromediterraneo (RIDE Aps), promuove le politiche di resilienza come prioritarie, tra le strategie promosse dalla comunità internazionale, in risposta a crisi socio-economiche, migrazioni di massa, perché utili ad aumentare la coesione sociale, valorizzare le risorse autoctone e aumentare il benessere psico-fisico della popolazione.

2. La metodologia per l'analisi dell'identità sociale e culturale del cibo

Pag 5

Il modello di studio di partenza risulta basato su un place-based development approach, con un forte accento sul contesto geografico, inteso in termini di caratteristiche sociali, culturali e istituzionali, sulla conoscenza di tale contesto e la messa in atto di politiche partecipative e ha preso in considerazione, per tale case study, collocato in Italia, la VIII°Edizione del Festival Cerealia, anno 2018.

Il gruppo interdisciplinare ha elaborato un piano metodologico che partisse da una prima ricognizione dell'insieme di abilità personali e relazionali, rientranti nei fattori di studio sul cibo, la cultura, le abitudini e la resilienza.

³ Per l'ampia letteratura sul tema vedasi anche le nozioni di Resilienza ecologica in Folke, Carl, et al. "Resilience and sustainable development: building adaptive capacity in a world of transformations." *AMBIO: A journal of the human environment* 31.5 (2002): 437-441 e per le comunità resilienti, community capability e memoria ecologica in Colucci, Angela. *Le città resilienti: approcci e strategie*. Università, Polo interregionale di eccellenza Jean Monnet, 2012.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

L'analisi preliminare degli elementi di coesione sociale presenti nel Festival ha riguardato anche l'attenzione alle caratteristiche qualitative del macro-progetto.

In generale è noto che gli strumenti qualitativi, quando sono utilizzati nella ricerca psicosociale, rappresentano un modo costruttivo di analizzare il contenuto implicito del non detto, elemento non sempre emergente con gli strumenti quantitativi, misurando il dato percepito, non oggettivo ma soggettivamente valido, e sono oltremodo importanti, perché permettono una maggiore formalizzazione dei metodi, uno sviluppo successivo e un impiego pratico legato ai risultati ottenuti dalla ricerca applicata.

Gli strumenti, per il gruppo di lavoro, dovevano pertanto mantenere tali caratteristiche anche legate alla fruibilità, usabilità, terminologia non eccessivamente tecnica, dal punto di vista psicologico, eventualmente adottabili e replicabili in contesti ampi, non necessariamente acculturati.

In questo modo da un lato si è scelto un preciso campo di indagine, dall'altro si è cercato di rendere ampio, in potenziale, il campione della popolazione, perché tale studio pilota, in termini di risorse economiche, non permetteva di poter allargare lo spettro di azione su grandi numeri territoriali ma poteva garantire un suo pragmatismo nella raccolta dei dati.

La volontà della ricerca era, pertanto, quella di avere la possibilità di raccogliere dati sul territorio italiano sia legati alla percezioni di sé che del territorio ma mettendo al primo posto alcuni fattori di studio sulla relazione al cibo e alle usanze ancora in auge.

3. Lo strumento Questionario

Il Questionario di OSSERVATORIO SALUTE E SICUREZZA per il Festival Cerealia 2018 è uno strumento che ha considerato 4 macro- aree variabili, anche nell'ottica di dare indicazioni sulla tipologia di target del pubblico interessato ai temi del cibo, di Ceralia e così via.

In particolare, nell'ambito del cibo e della cultura, il primo fattore doveva dare dare informazioni utili sulla **Percezione dell'individuo rispetto al cibo** (misurata da 3 items 1/2/3), indicando, cioè il valore della scelta di fronte agli alimenti, emotiva e/o legata alle sensazioni corporee o altro ancora.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

L'idea di domandare quali alimenti si cucinano più spesso é stata inserita, ad esempio, per capire come sia ancora oggi possibile immaginare una alimentazione basata sul cucinato in casa o si inizi a sostare sul take -away.... quali alimenti, per quale età ?

La percezione della convivialità permette di aprire un discorso sul sociale e sulla possibilità di verificare come il cibo sia visto come punto di incontro, di scambio di integrazione.

La macro area della **Trasmissione- identità-ricordo** (misurata da items 4/5/6/7/8) è molto complessa per cui è stata misurata da più items.

Essa è riferita all'esistenza o no della consapevolezza nella trasmissione di valori sociali, memoria, identità e integrazione attraverso il cibo; indaga anche il « colore » di tale consapevolezza, se ha uno sguardo rivolto solo al passato o se veicola la propria storia familiare e dei luoghi rilanciandola alle generazioni future.

L'aspetto **Comunicazione** (misurato da items 9/10) è una variabile che ha previsto risposte a scelta multipla per indagare non soltanto quanto le persone sia influenzate dalle mode nella scelta dei consumi alimentari ma anche se sono informate e da dove attingono le proprie informazioni.

Hanno consapevolezza di ciò?

Le domande lasciano molto spazio alla riflessione spontanea dell'individuo su temi spesso sorvolati, una presa di coscienza serena è data dal modo in cui sono stati posti i quesiti, impersonali e liberi da giudizi di valore.

La variabile **Valutazione Cerealia** (misurata da items 11/12/13), ricalca quanto richiesto in passato ma con un orientamento più di customer satisfaction, tesa al miglioramento della qualità dei servizi organizzativi che la clientela potrebbe desiderare e che non si ha modo di sapere se non ponendo la domanda in modo diretto e scritto, grazie alla domanda aperta finale che, indirettamente, fornisce all'esterno un'immagine degli organizzatori aperti all'ascolto.

Come anticipato in precedenza i questionari permettono una formalizzazione che diventa utile per un dialogo all'interno della comunità scientifica, per dare una nuova riconoscenza scientifica alla ricerca sociale.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

4. Il campione

Il campionamento è stato suddiviso in base al territorio nord, centro e sud durante gli eventi organizzati dal Festival nell'ottava edizione, per cui sono stati raccolti i questionari anonimi provenienti principalmente dalla Lombardia, dal Lazio, dalla Sicilia.

Il totale dei rispondenti è stato pari a 206, come si vedrà nello specifico delle rispettive percentuali suddivise per area territoriale.

5. I risultati

Come anticipato sono state indagate su 4 dimensioni :

- percezione dell'individuo sul cibo (items1/2/3),
- trasmissione-identità-ricordo (4/5/6 /7/8 items),
- comunicazione (9/10 items),
- valutazione FestivalCerealia18 10/(11/12 items).

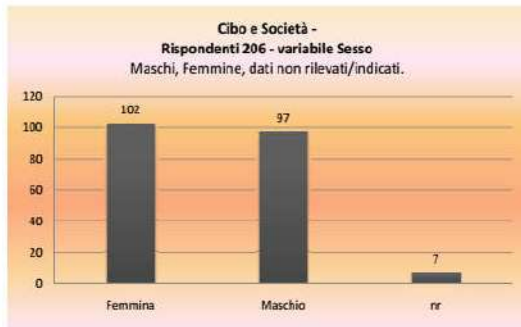
A seguire sono presentati tutti i dati elaborati, corredati di grafici ed ottenuti dall'incrocio delle quattro dimensioni con le variabili anagrafiche della popolazione indagata, quali età, attività svolta, sesso, zona geografica.

Elaborazioni successive legate, ad esempio, all'incrocio tra le dimensioni stesse rientrano nell'evoluzione di tale ricerca pilota, nell'ottica, cioè, di confrontare i dati e formulare delle ipotesi di studio mirate, estendendo il campionamento e ottenere significatività statistica.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:https://www.osas.tv

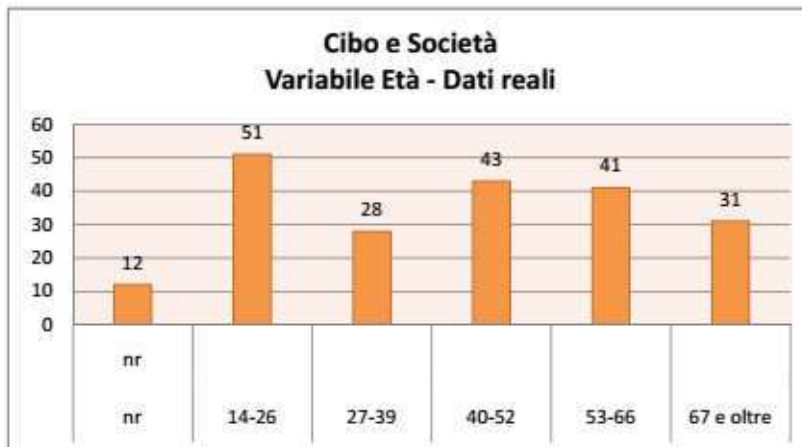
La popolazione coinvolta



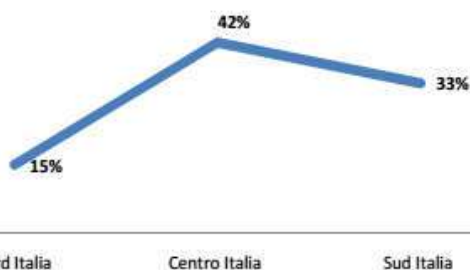
206 Rispondenti
 52% Donne
 Età tra i 14 e gli 86 anni,
 Fascia di età maggiore 14-26= 25%
 dei partecipanti, studenti (17%)
 presenti al Festival per obiettivi
 formativi (di tipo scolastico, ricerca).

Il Festival Cerealia (2018) é stato frequentato dal 52% da donne e 48% da uomini, in età compresa tra i 14 e gli 86 anni, con percentuale maggiore per la fascia di età 14-26 (25% dei partecipanti), studenti (17%) e presenti al Festival per obiettivi formativi (di tipo scolastico, ricerca). La provenienza geografica del campione è per il 42% del centro Italia , 33% del sud e il 15% del nord.

In particolare si analizzano di seguito le rilevanze individuate sui singoli fattori.



Residenza %



42% Centro Italia,
 33% del Sud
 e il 15% del Nord.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>



5.1. PRIMA DIMENSIONE PERCEZIONE DELL'INDIVIDUO SUL CIBO

La ricerca psicosociale è stata portata avanti incrociando tre dimensioni quali età, sesso e residenza con gli item 1/2/3 per verificare ipotesi e scoprire possibile cambiamenti o modificazioni culturali che sarebbero in atto nel nostro Paese in relazione al cibo e alle abitudini alimentari.

Questa dimensione fa riferimento a tre domande del questionario nelle quali si chiedeva alle persone di :

abbinare la parola cibo ad alcune parole stimolo,

se cucinano durante la settimana quante volte, quali alimenti, se in compagnia e se non cucinano quali sono i motivi.

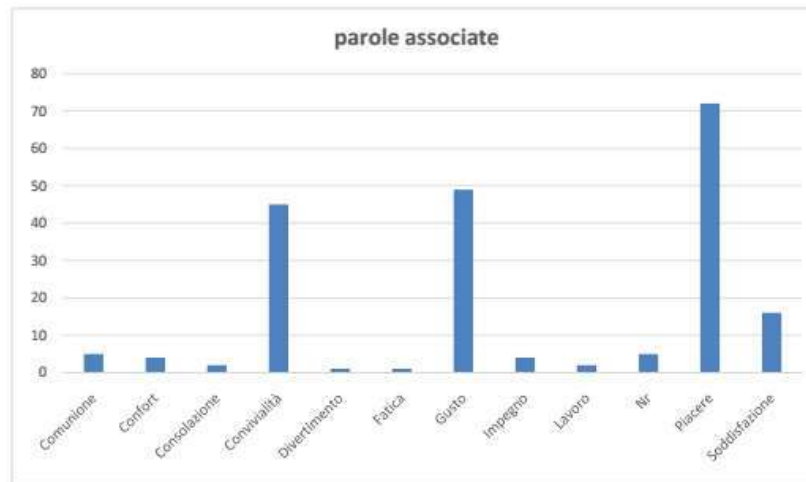
I risultati sono generali e poi sono stati visti in riferimento alle variabili età e sesso zona di provenienza.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:https://www.osas.tv

Dati generali

Il 34% del campione ha risposto che il cibo rappresenta il piacere, il 23% gusto e il 21% convivialità.



Incrocio con le variabili

La parola stimolo associata al cibo.

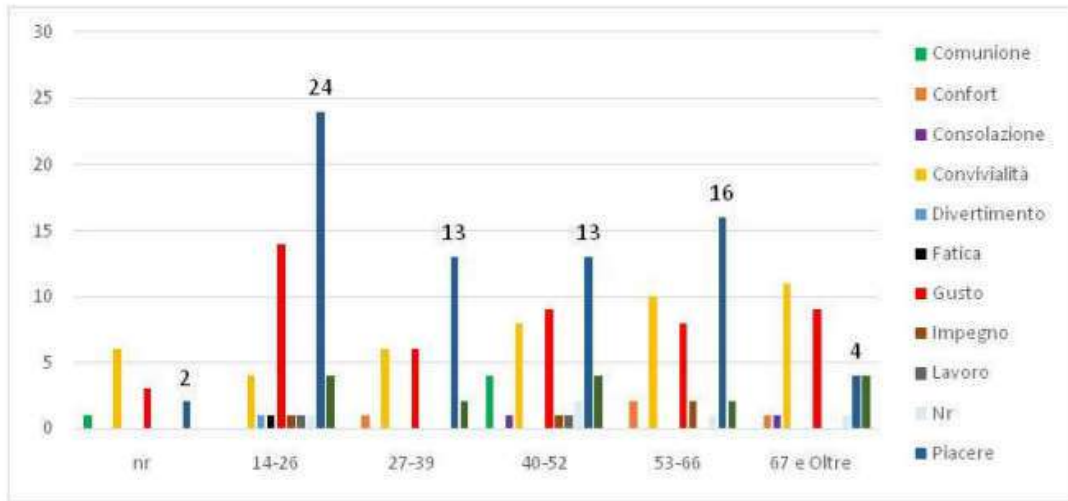
Per le donne le parole chiave legate al cibo sono piacere 18%, gusto 11% e convivialità 9%. Per gli uomini il cibo si associa alle stesse parole ma con percentuali un po' più basse.

La variabile età è stata incrociata con la domanda n°1 relativa cosa fa venire in mente la parola cibo, che cosa rappresenta in particolare chiedendo *«Posto che mangiare è un bisogno vitale, quale delle seguenti parole abbinerebbe al termine «cibo»?* e offrendo delle risposte a scelta come indicato nel grafico.

Il 34% del campione ha risposto che il cibo rappresenta per loro il piacere, il 23% Gusto e il 21% convivialità. Se si analizza per fasce di età si scopre come per i più giovani il piacere è più importante delle altre componenti del cibo e una preferenza per la convivialità si nota per le fasce dai 50 anni in su come nel grafico sottostante, i cui dati sono grezzi, puri.

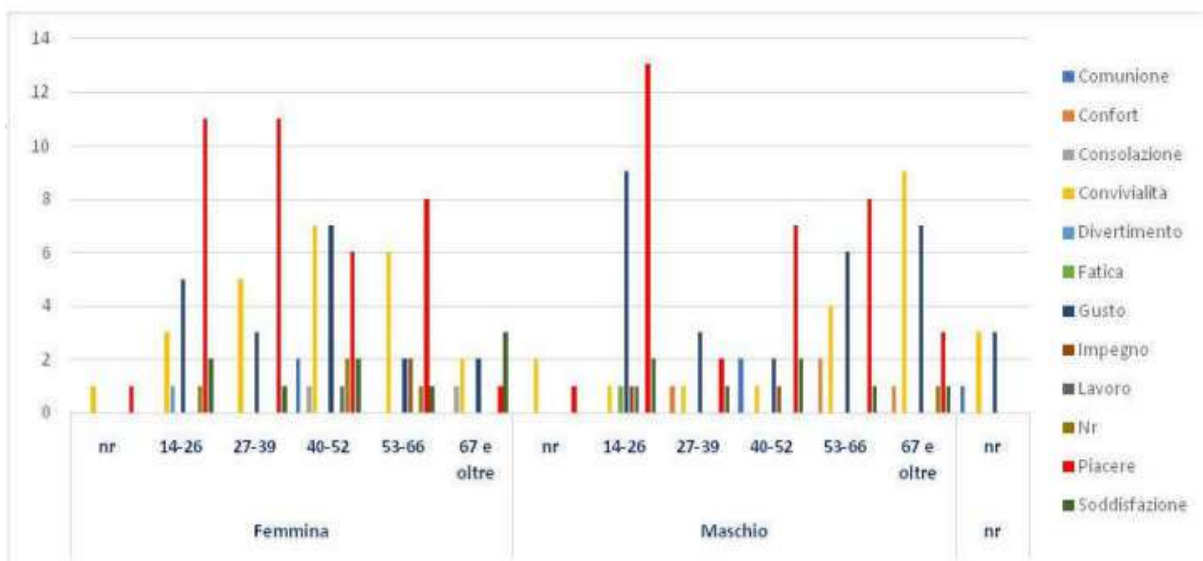


Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>



Parole – Cibo – Età

L'età abbinata al sesso può incidere nella rappresentazione del cibo: per le donne in fascia di età tra i 14-26 anni e 27-39 la parola legata al cibo è per il 5% il piacere, per gli uomini tra i 14-26 anni è il gusto la parola connessa al cibo (4%) e nella stessa fascia di età il 6% il piacere. Con il crescere dell'età si dà valore di più alla convivialità soprattutto per gli uomini in fascia oltre i 67 anni che con il 4% delle preferenze mettono questa parola a fianco al cibo. Interessante notare come la parola fatica non sia stata scelta in alcuna fascia di età a testimoniare come il cibo e le attività a lui collegate non hanno una connotazione ancora così faticosa e pesante.





Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

Dati generali

No	27	<i>Cucina ... Si/no, quante volte a settimana</i>
nr	2	
Si Di Rado	14	
Si Qualche Volta Tutto	40	
Si Sempre Tutto	72	
Si Spesso Tutto	51	
Total generale	206	

Età e Cucina

La domanda 2 chiedeva *se si cucina, Quante volte a settimana e se si quali alimenti e se non perché*, il campione ha risposto in modo quasi **omogeneo**; i pasti più cucinati restano i *primi* con preferenze aggiuntive per verdure, carne e pesce.

Una dieta mediterranea, pertanto, del nostro campione molto **ancorata** alle abitudini.

Solo il 13% del nostro campione ammette di non cucinare, il 35% si cucina qualche volta ma tutti gli ingredienti, il 24% si di rado ma tutti gli ingredienti .

Il grafico dà evidenza dei dati grezzi, numerici e c'è una notevole differenza tra i giovani e gli anziani nella fascia di età 14-26 perché sembrano più interessati a cucinare *sempre tutto*.

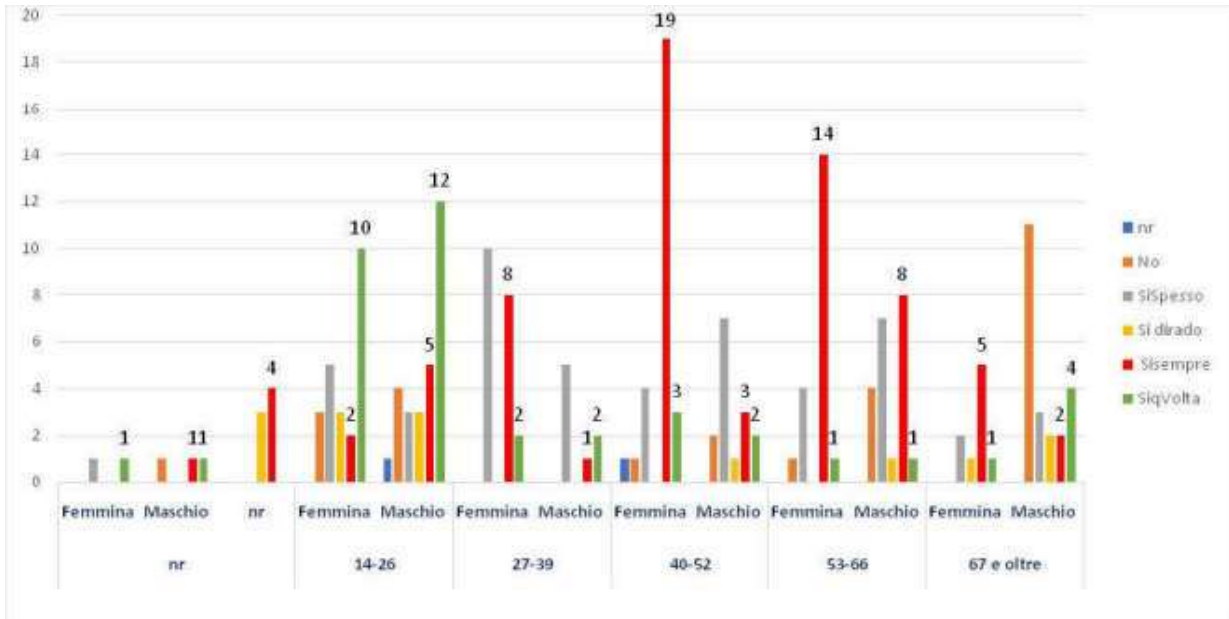
Esiste anche una **disparità** tra le donne e gli uomini che cucinano infatti il 23% delle donne ammettono di cucinare sempre e tutti gli alimenti, contro il 9% degli uomini.

Il 10% degli uomini non cucina contro il 2% delle donne. Il dato è uguale nella risposta Si, spesso tutti gli alimenti con un 12,6% delle donne e un 12.1% degli uomini.

Questo trend ha fatto fare un altro incrocio per capire se ci sia una differenza con le nuove generazioni ed effettivamente i dati cambiano sensibilmente. Le donne sono sempre alte nella percentuale di risposte Si sempre, ma c'è una inversione di tendenza nei no degli uomini delle nuove generazioni , e il dato Si qualche volta è più equilibrato tra uomini e donne.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:https://www.osas.tv



Età e Pasti

Questa domanda 3 era stata posta per capire come e se fossero cambiate le abitudini degli italiani rispetto a consumare i pasti in compagnia e in casa.

Possiamo notare che il 30% del campione consuma almeno un pasto in compagnia, generalmente la colazione o la cena, e il 33% due pasti, seguito dal 25% che ne consuma 3 in compagnia.

La fascia tra i 14-26 anni, quella con percentuali maggiori è seguita dai 53-66 anni .

Dati generali





Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

Residenza

Introduciamo qui la residenza ossia il luogo di residenza del campione, i questionari distribuiti nel Festival, sono stati somministrati nelle varie sedi delle attività del Festival Cerealia 2018 pertanto abbiamo potuto investigare il Sud, il Centro e in Nord Italia.

Incrociando la parola legata al cibo in base alla zona geografica di provenienza per cercare delle caratteristiche di rappresentazione legate alla tradizione del cibo nelle varie regioni italiane è emerso che:

nelle regioni del nord il cibo è legato alla parola piacere per il 17,98% seguito dal 10% della parola convivialità e le regioni del sud trovano una connessione al 10,7% con la parola piacere e gusto alla stessa percentuale.

Segue il centro che in minima percentuale classifica prima il piacere(6%), il gusto(3%) e in fine la convivialità(2%).

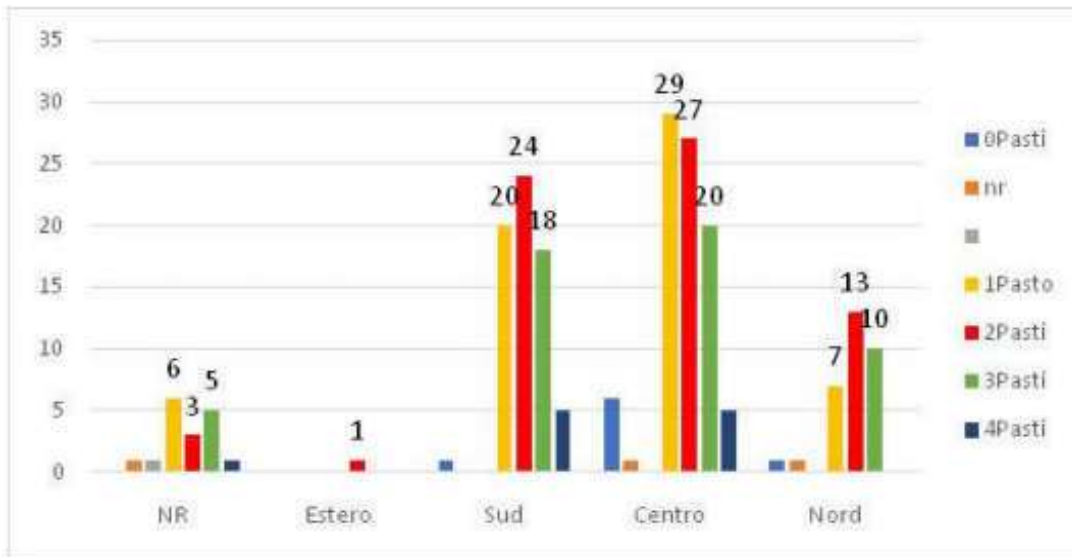
Si sono delle curiosità infatti la parola convivialità si trova alla stessa altezza percentuale sia per le donne del sud(4%) che per entrambi i sessi del nord(5%) e le donne del nord legano in una percentuale maggiore (10,19%) la parola piacere al cibo. Le donne del sud al 3% considerano anche la soddisfazione come parola per il cibo.

Residenza e Pasti

Il campione residente al centro Italia sostiene al 14% dei casi di consumare un pasto in compagnia , il 13% due pasti e al 9,7% tre., rivelandosi la zona d'Italia dove si mangia più pasti insieme per un totale del 42,7% del campione. Segue il sud con un totale di 33% dove ancora un pasto ha l'apice della percentuale 9,7% del campione. Nel nord solo il 15,5% del campione mangia due pasti in compagnia.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>



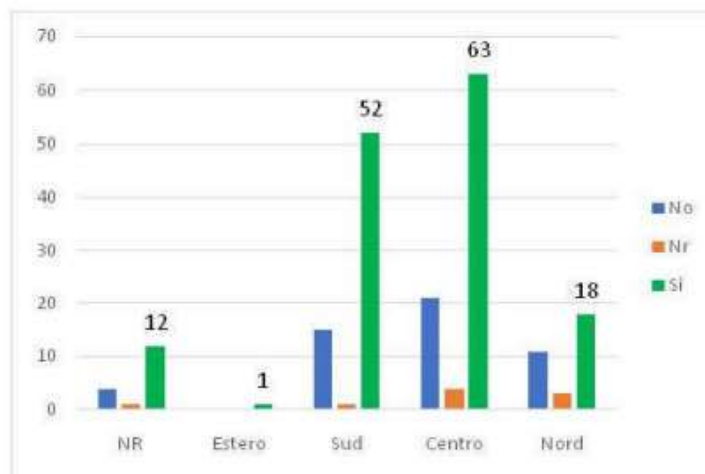
5.2 SECONDA DIMENSIONE TRASMISSIONE -IDENTITÀ –RICORDO

Per quanto riguarda questa serie di domande , misurate da items 4/5/6/7 /8,ci siamo soffermati sulla zona di residenza per capire se ci fosse un dato significativo che desse la misurazione della trasmissione e della identità e del ricordo nelle varie zone italiane.

Il dato relativo al fatto di cucinare o aver cucinato con i propri genitori è interessante perché mostra come in tutta Italia c'è una abitudine a farlo.

Le percentuali del si sono un po' diverse in base alle regioni e possiamo vedere come il 25,2% del campione del sud ha cucinato con i propri genitori , il 30,5% del centro e l'8,7% del nord.

Ha Cucinato con i suoi genitori



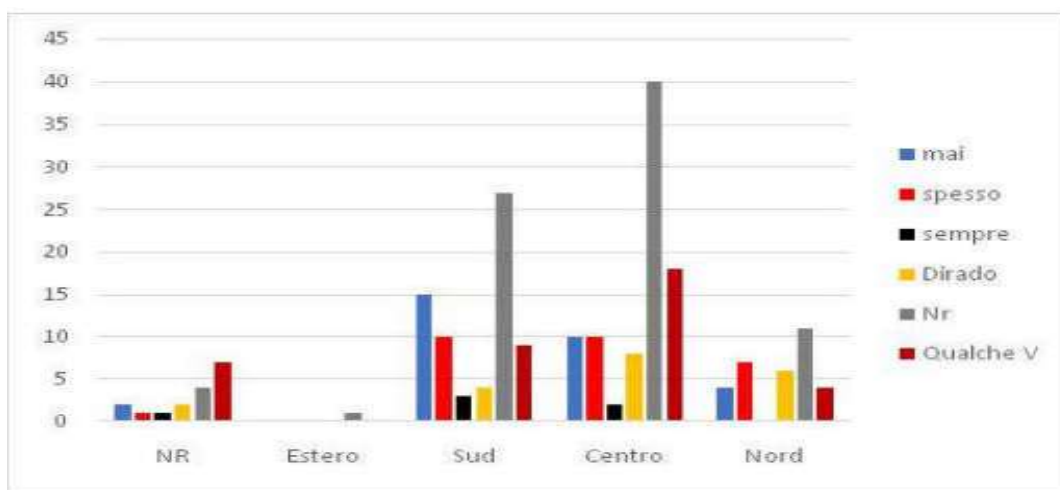


Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

Residenza - Ha cucinato con i propri figli

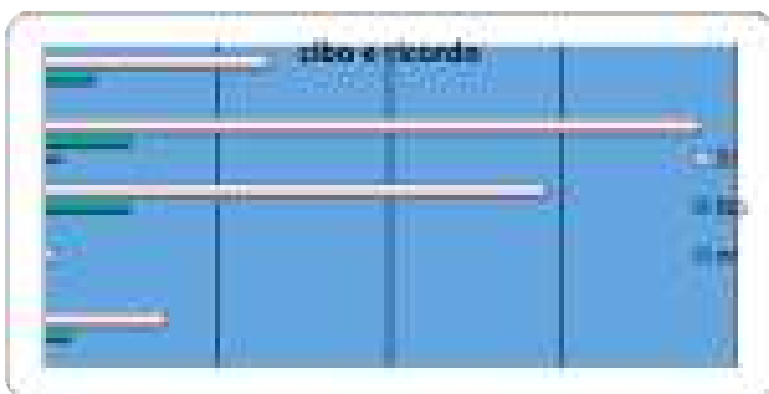
Se osserviamo i dati relativi al cucinare con i propri figli, quindi l'idea di trasmettere questa usanza e familiarità dell'atto di cucinare possiamo osservare come si, spesso il 4,8% del campione residente al sud, il 4,8% residente al Centro e il 3,3% del residente al nord.

La presenza elevata di studenti visitatori del Festival nel centro Italia può giustificare questo dato di *non risposte* così elevato proprio al centro.



Residenza e Ricordo

La domanda legata al ricordo è stata interessante, infatti abbiamo voluto indagare in che modo il cibo potesse essere motore di resilienza , di identità e trasmissione e abbiamo avuto la conferma che per il campione in percentuali diverse sicuramente, ma per tutto il campione il cibo è legato a un ricordo. Il campione residente al nord associa il cibo a un ricordo per il 12,6% dei casi, 28% i residenti al sud e il 36,8% i residenti al centro.





Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

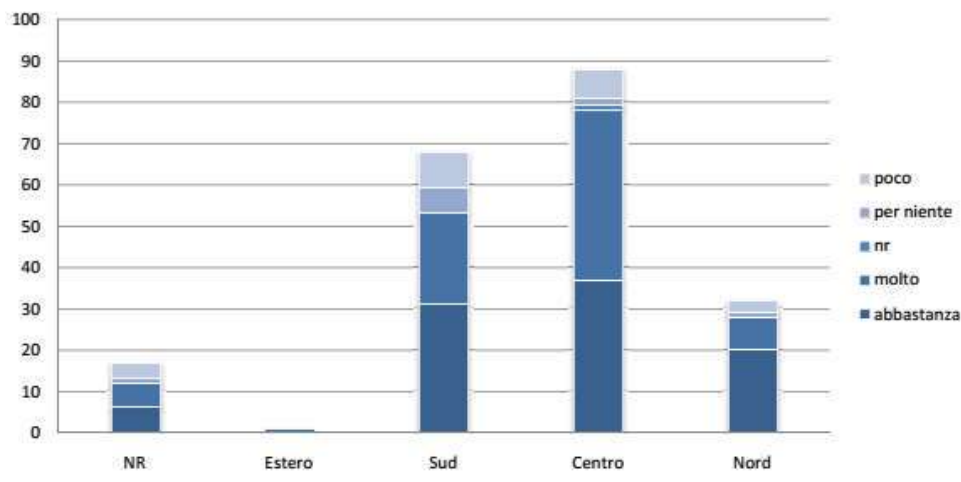
5.3 DIMENSIONE COMUNICAZIONE

La domanda sulle mode che possono condizionare il settore alimentare è stata molto varia infatti possiamo vedere come le due risposte più scelte siano state abbastanza e molto con una differenza notevole per l'area geografica di riferimento.

Risponde che le mode possono influire abbastanza sulla scelta di un alimento il 15% dei campione residente al sud, il 17,9% del campione del centro e il 9,7% del campione residente al nord. Al centro si pensa che la moda condizioni molto anche il cibo in una percentuale più elevata circa il 19,9%.

Residenza- Moda

Ritiene che le mode possano condizionare le abitudini e i consumi alimentari delle persone?



Residenza e Informazioni Cibo

Altra domanda molto interessante che ci ha sorpreso è stata quella relativa ai mezzi di informazione legati al cibo. Infatti la maggior parte del campione risponde come la radio e la TV ancora sono i principali organi di informazione, seguiti da amici e famiglia al sud e al centro, e al nord al secondo posto troviamo i siti internet e i social network.

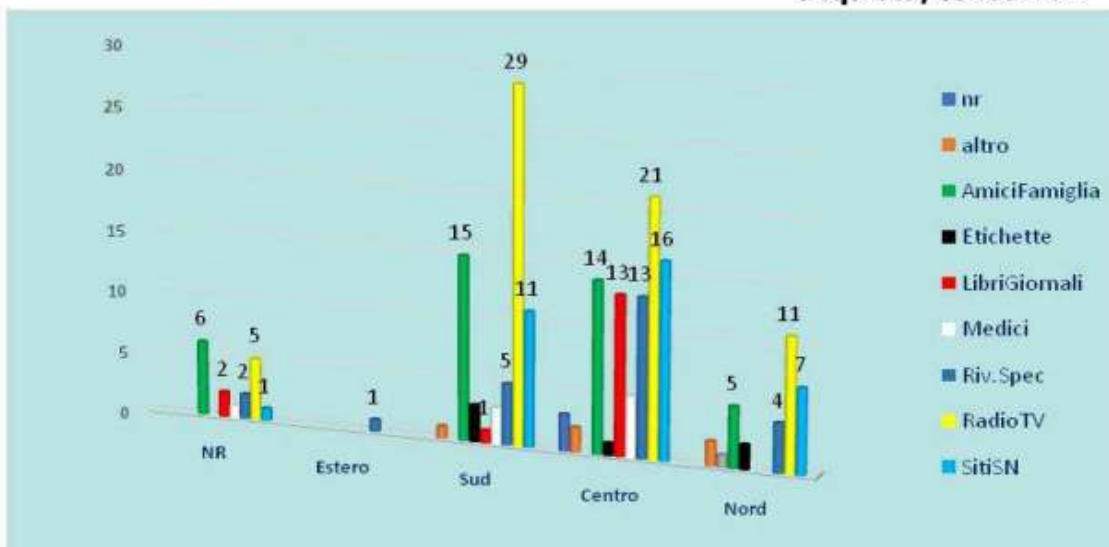
Al sud specialmente ricorre a radio e tv il 14% del campione, contro il 5,3% del nord; amici e famiglia sono un punto di informazione per il 7,2% dei residenti al sud, il 6,7% dei residenti al centro e il 2,4 % dei residenti al nord.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

Siti internet e social network sono più diffusi al nord con il 3,3% delle risposte, 6,3% del campione risiedente al centro si informa anche attraverso libri e riviste. Una più varia forma di informazione possiamo dire sia raggiunta nel centro che vede tutti allo stesso livello gli organi di informazione in percentuali simili.

Dove/come s'informa rispetto alla qualità del cibo che acquista/consuma?



5.4 DIMENSIONE VALUTAZIONE CEREALIA.

Questa dimensione fa riferimento ad un orientamento più di customer satisfaction, il miglioramento della qualità dei servizi organizzativi che la clientela potrebbe desiderare e che non si ha modo di sapere se non ponendo la domanda in modo diretto e scritto.

Il Festival di Cerealia è stato valutato grazie agli items 10/11/12.

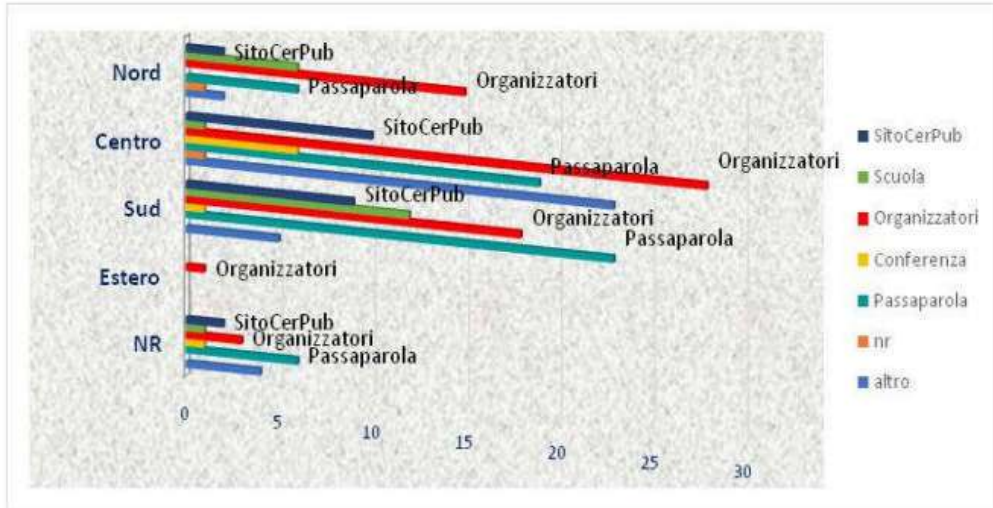
Residenza –Festival

Il Festival di Cerealia 2018 è stato diffuso al centro soprattutto attraverso gli organizzatori, per il 13,5% del campione; il passaparola al sud raggiunge il 11,1% degli interpellati et il 7,2% del nord ancora gli organizzatori.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

Come é venuto a conoscenza del Festival Cerealia?

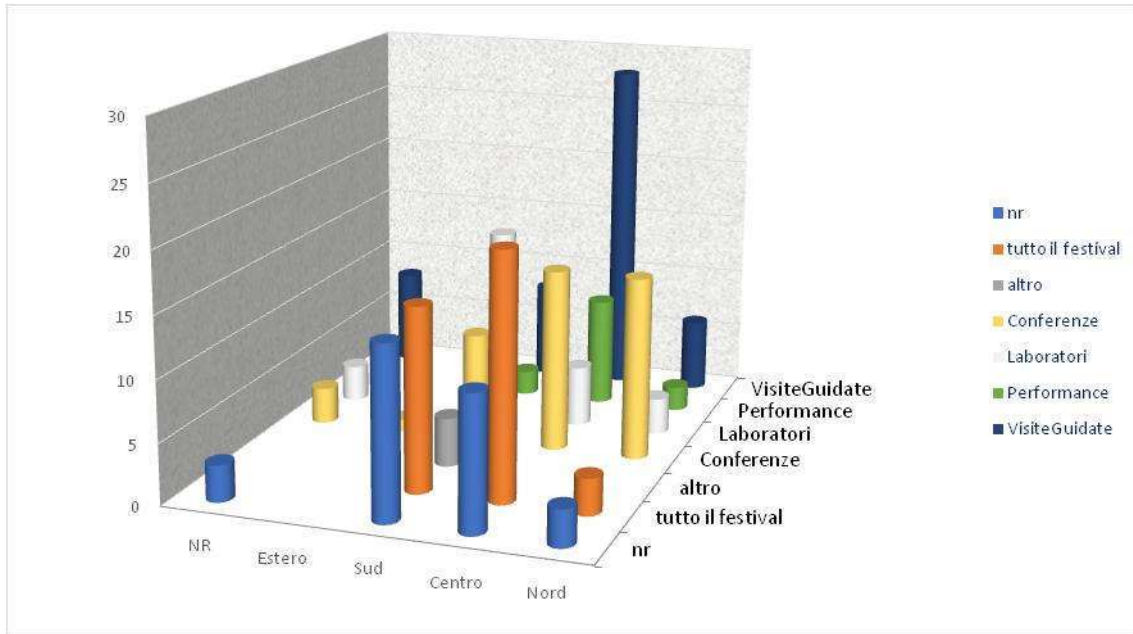


Residenza- Attività preferita del Festival

Questi dati possono essere interessanti per pensare delle attività adattate al settore e alla regione, pertanto possiamo rilevare che le visite guidate sono state molto apprezzate al centro per il 13,5% del campione, il 7,2% del campione risiedente al nord ha preferito le conferenze mentre al sud il 7,7% si è espresso favorevolmente per i laboratori. Dato interessante in base all'età per capire se ci siano delle attività più adatte a certe fasce di età e in certe zone geografiche.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>



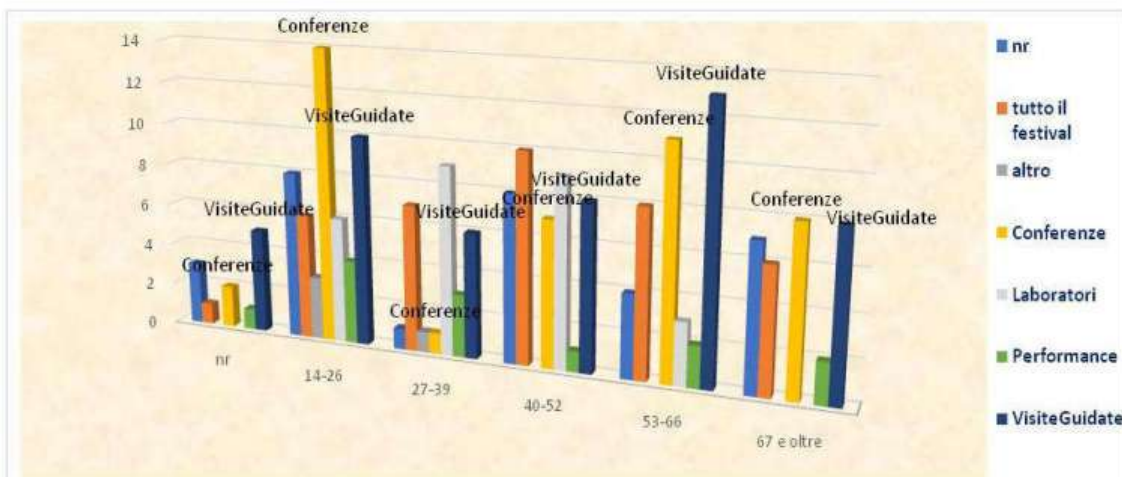
Età - Attività preferita del Festival

Incrociando le età e l'attività preferita del festival abbiamo informazioni di come i giovani tra i 14 e i 26 anni (6,7%) abbiano apprezzato le conferenze e le persone tra i 53 e i 66 le visite guidate (6,3%). Le fasce centrali di età tra 26 e i 52 si sono interessate ai laboratori.

La fascia di età tra i 40 e i 52 anni è quella che si è espressa in modo più soddisfacente su tutto il Festival .

Incrocio tra variabili

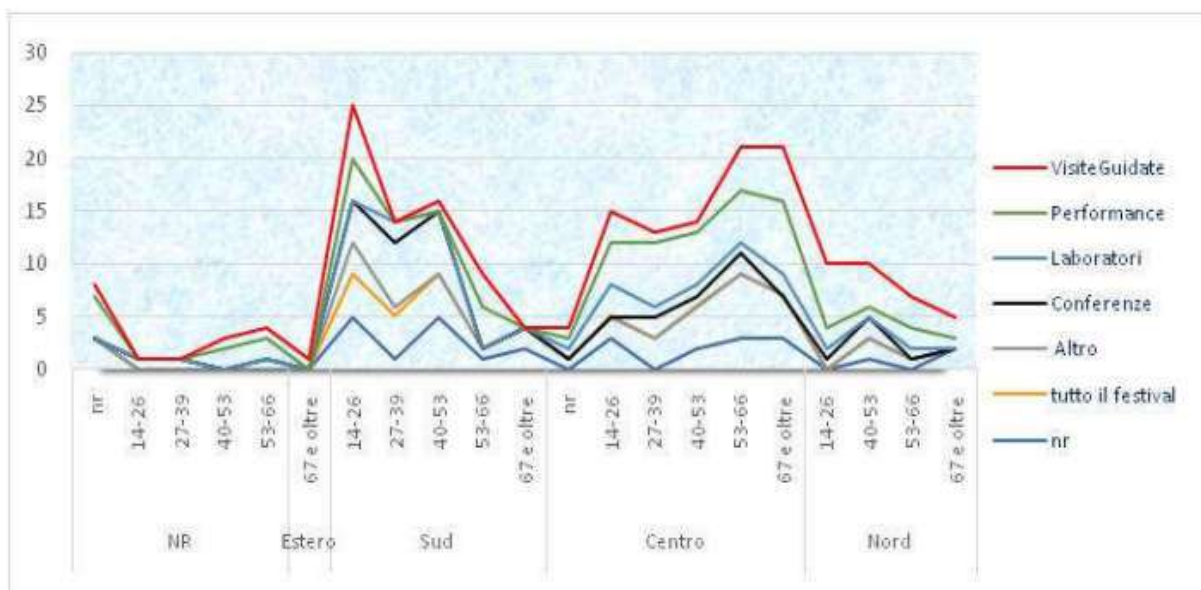
Quale evento del Festival 2018 gradisce o reputa più interessante?





Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

Volendo aggiungere complessità alla ricerca e cercando di capire anche la provenienza del campione possiamo dire che il Festival è stato apprezzato nella sua totalità dalla fascia di età tra i 53 e i 66enni, residenti nel centro Italia . Gli oltre 67enni del centro hanno apprezzato i laboratori. Al sud le fasce di età 27-39 e 40-53 hanno preferito le conferenze e al nord i 14-26 anni le visite guidate.



Interessante sarà considerare le varie attività programmate nelle varie sedi del festival per capire cosa mantenere e cosa rinnovare per avere una maggiore consapevolezza delle attività in base alle età di riferimento e alle zone.

Residenza e Suggerimenti (per gli organizzatori del Festival)

I suggerimenti sono posizionati tra coloro che si orientano nel dare spunti pratici a livello organizzativo ossia suggerendo di “riprendersi il mare nostrum” , coloro che danno indicazioni sul tipo di comunicazione da adottare per esempio maggiori attività. e coloro che suggeriscono di concentrarsi di più sui temi anche ambientali in collegamento , presumibilmente con l’alimentazione (come il mare) e di formazione e pedagogia. ecc



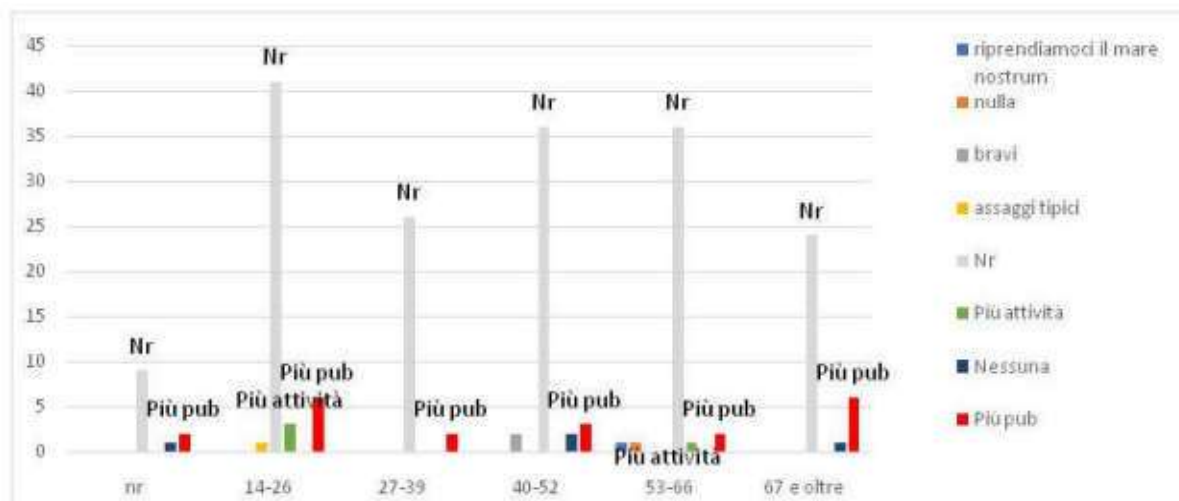
Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

Bisogna comunque considerare che l'83,4% dei partecipanti alla ricerca non ha dei suggerimenti da dare agli organizzatori del festival.

Il 10% afferma che il festival deve puntare su maggiore comunicazione e pubblicità in tutte le zone geografiche.

Età e Suggerimenti

Considerando i dati in base all'età si può evidenziare come i giovani tra i 14 e i 26 anni propongono agli organizzatori del festival più attività. Tutte le età comunque concordano sul fatto che il Festival deve investire su una maggiore comunicazione.



6. Considerazioni finali

Lo studio Cibo e Società ha evidenziato la presenza di collegamenti tra i diversi fattori sociali che sono veicolati attraverso il cibo.

Da un lato un bisogno di restare ancorati alle tradizioni della dieta mediterranea, dall'altro una spinta verso nuove forme di trasmissione del cucinato tra le diverse generazioni che non possono essere perpetrate con i consueti pasti quotidiani per un cambiamento di abitudini tra gli Italiani specialmente al nord.

L'interesse verso il cibo che può essere preparato e cucinato sembra coinvolgere anche le fasce giovanili che percepiscono meno lo stereotipo di genere legato al ruolo della donna che cucina.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

Il cibo che trasmette un ricordo è stata una scoperta interessante, soprattutto per le generazioni più anziane. Ci permette di iniziare una osservazione sul settore della trasmissione del gusto, come ricordo, che può aiutare in sedi di emigrazione e di resilienza. Poter far realizzare una ricetta per evocare una situazione o un sistema di relazioni può essere stimolante e proficuo da un punto di vista psicologico e emotivo.

Le informazioni sul cibo non vengono apprese dalle etichette e si ricorre molto a ciò che arriva dai mass media in particolare tv e radio.

Per quanto riguarda la godibilità del Festival si è potuto mettere in evidenza come alcune attività siano state apprezzate più in certe zone geografiche che altre e come l'età sia importante nella scelta delle stesse.



Associazione -Sede legale -via Veturia 44 , 00181 Roma P.I. 13229021004 web:<https://www.osas.tv>

7. Informazioni sulle autrici del report.

Osservatorio Salute e Sicurezza

Sonia Dionisi,

Psicologa del lavoro, Psicoterapeuta in approccio sistemico - relazionale presente nel comitato scientifico dell' Associazione Osservatorio Salute e Sicurezza, formatrice.

In Francia a Biot -Sophia Antipolis, attraverso l'uso dell'arte e della sua funzione analogica nello spazio terapeutico, ha sviluppato il suo Metodo il Mandala delle Stagioni(c).

Ha partecipato alla stesura di diversi testi.

Per maggiori informazioni il sito <https://www.osas.tv> ed anche il sito personale di Sonia Dionisi

<http://www.psychologue06-soniadionisi.com/>

e la pagina specifica dedicata al metodo

<http://psychologue06-soniadionisi.com/mandala-flottante.html>



flavia.margaritelli@osservatoriosalutesicurezza.it

Flavia Margaritelli
Psicologa del lavoro, Sociale e delle Organizzazioni

Presidente Osservatorio Salute e Sicurezza

Docente A.C. Università degli Studi Guglielmo Marconi, Scienze dell'Educazione

Esperta in Tecniche gestione ansia e Operatrice life skills, consulenza a seduta singola

Consulente Professionale e formatrice

Membro Consiglio Direttivo Rete Italiana per il Dialogo Euro-Mediterraneo F



OSSERVATORIO SALUTE E SICUREZZA

www.osas.tv

