

Merendine, baby boom e donne che lavorano

Fenomenologia di un'abitudine sociale tipicamente italiana

GIOVANNA GENOVESE

Erano gli anni Cinquanta quando le merendine fecero capolino nei supermercati italiani. Da allora si sono evolute e trasformate pur senza mai perdere la loro peculiarità di alimenti buoni e comodi, diventando un must della colazione e dello spuntino pomeridiano. La merenda è una tradizione tipica dei Paesi mediterranei - e soprattutto dell'Italia - che si è andata affermando negli anni. Con essa è cresciuta anche la consapevolezza di dover trovare un prodotto che coniugasse praticità, igiene, gusto, minimo ingombro, capacità di garantire un veloce ma non eccessivo recupero di energia. E ancora di più questa esigenza si è avvertita negli anni '70, ossia quando le donne sono entrate in massa nel mondo del lavoro, passando di conseguenza più tempo fuori casa e meno ai focolari.

Un prodotto che si è trasformato nel tempo e ha saputo trovare un posto nella quotidianità. Oggi si producono circa 217 mila tonnellate di merendine, per un controvalore, alla produzione, di quasi 980 milioni di euro (fonte sito www.merendineitaliane.it).

E ora guardiamole più da vicino queste merendine. In genere sono prodotti dolci da forno confezionati in singole porzioni, a base di pandispagna, pasta frolla, o pasta brioche, semplici o farciti, nati per fornire un'alternativa pratica, igienica e gustosa alla tradizionale merenda casalinga o alla colazione fatta al bar.

Ragionando sull'etimologia del termine «merenda» (dal latino «merere», che significa meritare) si comprende che in principio la merenda non occupava uno spazio consolidato, come il pranzo e la cena, nel piano dei pasti giornalieri. Bisognava meritarsela...

I nostri nonni all'inizio del secolo raramente, soprattutto se non appartenevano alle classi più abbienti, potevano permettersi due merende che si aggiungevano al pranzo e alla cena: in molti casi si faceva fatica a garantire a tutti, in famiglie spesso numerose, anche questi due pasti principali...

Per una grande parte della popolazione, inoltre, che era impegnata in un duro lavoro nei campi (o comunque in attività fisicamente pesanti) la merenda, quando c'era, a metà giornata, era un vero e proprio pasto estremamente sostanzioso perché doveva sopperire al grande dispendio energetico e a pasti serali molto frugali.

Oggi le mutate condizioni socioeconomiche e i cambiamenti dello stile di vita hanno portato a considerare un modello più salutare suddivide-

re l'alimentazione giornaliera in 5 pasti nell'arco della giornata. E' per questo che le due merende (di metà mattina e del pomeriggio), hanno assunto una loro fisionomia «necessaria» diventando veri e propri piccoli pasti.

Se, infatti, come abbiamo visto, all'inizio del secolo, faceva merenda chi poteva e doveva anche «meritarsela», oggi ci sono studi (Censis, 2012) che parlano della merenda come un fatto consolidato per oltre il 60% degli italiani, con punte (ricerca Ospedale San Paolo di Milano, in collaborazione con Spes) del 90%, per la merenda della mattina, e del 97%, per quella del pomeriggio.

Negli anni questo prodotto è andato trasformandosi per andare incontro ai cambiamenti della società e all'evoluzione delle abitudini alimentari degli italiani. Le merendine sono un prodotto che è vissuto nella società e che si è evoluto con essa, in base ai mutamenti sociali e alle richieste dei consumatori.

Rappresentano la più grande invenzione per praticità e condizioni igieniche e sono nate per andare incontro ai nuovi ritmi di vita quotidiana. Non è un caso, infatti, che abbiano avuto il loro momento di maggior successo in concomitanza con l'ingresso delle donne nel mondo del lavoro, all'inizio degli anni 70 e ancora di più nei due decenni successivi.

La storia delle merendine s'intreccia, infatti, indissolubilmente, con un'altra storia, fondamentale nello sviluppo della nostra società. La progressiva crescita del tasso di occupazione delle donne, dal dopoguerra a oggi.

Nel 1950 nel 70% delle famiglie italiane l'uomo lavorava e la donna no. Oggi questa realtà rimane vera solo nel 15% delle famiglie, visto che quasi il 60% delle donne sposate lavora. Anche molto, visto che le donne sposate con bambini piccoli assommano (tra impiego in ufficio e attività a casa) oltre 60 ore settimanali d'impegni lavorativi.

Questa progressiva uscita delle donne dai confini esclusivi della cura della casa e della preparazione dei pasti e delle merende, ha offerto l'opportunità, anche all'industria del dolce (come più in generale a quella alimentare), di rispondere alla crescente richiesta di alimenti specifici per l'esigenza delle merende.

E lo ha fatto, come abbiamo visto, nel solco della tradizione, immaginando la versione «confezionata» di quelli che erano i dolci (crostate pan di spagna, ciambelle, torte margherita e lievitati ripieni di marmellate etc) preparati dalle mamme per la merenda dei propri figli.

Nel periodo 1950-1960 risultano impiegate cir-

ca 5 milioni di donne, con un tasso di occupazione di circa 1 donna su 4 (25%). Seguono due decenni bui, nel corso dei quali il boom economico e l'industrializzazione penalizzano proprio le donne, che dopo aver conquistato un livello di occupazione del 28%, nel secondo dopoguerra, sono costrette a fare passi indietro - in venti anni si perdono quasi 1 milione di posti di lavoro al femminile - per tornare, nel 1970 a un tasso di circa il 25%...

In questi venti anni cresce in maniera esponenziale il numero delle casalinghe e viene coniato il termine «casalinghitudine»: sono gli anni del cosiddetto «baby boom». Le nascite in Italia si attestano attorno alle 900 mila l'anno, con un picco (oltre 1 milione di nati) proprio negli anni della crisi economica del 1964 e 1965. A partire dai primi anni Ottanta, parte però la cosiddetta «rivoluzione silenziosa» e il numero delle donne che lavorano cresce, seppur lentamente, in maniera continua: 34% nel 1980, 38% nel 1990, 39% nel 2000. Per arrivare all'attuale 46,8%, pari a oltre 9 milioni di donne lavoratrici. Il doppio circa di quante erano impiegate negli anni Cinquanta.

Diminuisce invece progressivamente il tasso di natalità, arrivando a stabilizzarsi a circa 500 mila nati l'anno, con un tasso di fertilità del 9%, più che dimezzato rispetto a quello registrato negli anni Cinquanta.

I figli nati nel decennio Sessanta-Settanta, si ritrovano dunque bambini proprio quando le mamme vengono chiamate in massa nel mondo del lavoro. E le merendine - pratiche, igieniche, sicure, in monoporzioni - diventano sempre più di casa nelle famiglie italiane...

E' significativo che le merendine industriali abbiano fatto breccia nell'alimentazione e negli stili di vita degli italiani a partire dagli anni Settanta-Ottanta, ovvero quelli in cui cominciano a sentirsi gli effetti del «baby boom», oltre che del boom economico vero e proprio. Quando, cioè, la nuova società del benessere cominciò a riconoscere un maggior ruolo ai giovanissimi, anche in fatto di consumi.

Andava affermandosi, inoltre, il concetto che i figli non vanno solamente nutriti, ma devono essere nutriti meglio. E l'industria approntò una vasta gamma di prodotti per rispondere alle diverse necessità nutrizionali dei bambini e dei ragazzi, nonché ai diversi momenti della giornata. Dalla prima colazione alle due merende. Oggi le merendine entrano nelle case di 21,5 milioni di famiglie italiane, con una penetrazione del 93% sul totale famiglie e un livello di quasi il 100% nelle famiglie con bimbi piccoli.

- società
- idee
- cultura
- spettacoli

Oggi si producono in Italia circa 217mila tonnellate di merendine per un controvalore alla produzione di quasi 980milioni di euro

Un prodotto che si è trasformato nel tempo modellandosi all'evoluzione delle abitudini alimentari per garantire un veloce ma non eccessivo recupero di energie

