

DONNE, LAVORO E MERENDINE... FENOMENOLOGIA DI UN'ABITUDINE SOCIALE

La merenda è una tradizione tipica dei Paesi mediterranei e, soprattutto, dell'Italia, che è andata affermandosi negli anni.

Con essa è cresciuta anche la consapevolezza di dover trovare un prodotto che coniugasse praticità, igienicità, gusto, ingombro contenuto, capacità di garantire un veloce ma non eccessivo recupero di energia. E ancora di più questa esigenza si è avvertita negli anni '70, quando cioè le donne hanno fatto in massa l'ingresso nel mondo del lavoro, passando di conseguenza più tempo fuori casa e meno sui fornelli...

Le merendine italiane 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 facilmente 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 – o meglio ancora i loro genitori – 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 suddividere **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 dei veri e propri piccoli pasti, due piccole merende da cui “merendine” appunto.

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, per i più piccoli.

SCOPRIAMO L'EQUAZIONE CHE LEGA MERENDINE, DONNE CHE LAVORANO E BABY BOOM...

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 circa 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 iniziò 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.**

Ufficio Stampa

INC - Istituto Nazionale per la Comunicazione

Angela La Terra

06/44160844 - 334/6788707

a.lattera@inc-comunicazione.it