

Modena, 2 maggio 2013

## **COMUNICATO STAMPA**

### **COLDIRETTI: REZDORE O FOODBLOGGERS, CIBO ANCORA MEZZO DI AGGREGAZIONE E SOLIDARIETA'**

**Dal mondo dei social nasce Emilia Mon Amour, ricettario digitale per sostenere le imprese agricole emiliane colpite dal terremoto**

Sono oltre 415 mila italiani che dichiarano di partecipare regolarmente a community sul web centrate sul cibo, e sono invece complessivamente oltre 1,4 milioni quelli che ci partecipano, comprendendo coloro che lo fanno di tanto in tanto. E' quanto è emerso nel corso di "Tigelle 2.0: rezdore ieri, foodbloggers oggi. Dal cibo virtuale solidarietà reale", l'incontro organizzato da Donne Impresa Coldiretti al Baluardo della Cittadella a Modena nel corso del quale è stato illustrato il rapporto Coldiretti/Censis "Crisi: vivere insieme, vivere meglio" su come la crisi ha cambiato le relazioni tra i cittadini nelle famiglie, a tavola o sul lavoro. A commentare l'indagine sono state direttamente le rezdore, le massaie emiliane che tradizionalmente si riunivano attorno ad un tavolo per preparare i tortellini e intanto chiacchierare, le foodbloggers, giovani che, con il pretesto di parlar di cibo e ricette, rimangono in contatto via web anche a chilometri di distanza, e le community del cibo, che con i 140 caratteri di Twitter hanno partecipato attivamente alla discussione.

Resiste, dunque, la potenza aggregatrice del cibo che - prosegue Coldiretti - che si dispiega anche sul web e che si materializza in una pluralità di comportamenti e, tra questi, spicca la tendenza alla formazione delle community che danno continuità alle reti virtuali. Si tratta di una continuità che si esprime anche in forme di relazionalità materiale, che per quote significative vuol dire partecipazione a iniziative sui territori in cui vivono.

Una tendenza che è confermata anche da Campagna Amica il progetto di Coldiretti che fa incontrare, attraverso i mercati, i punti di vendita diretta aziendali e le Botteghe, i consumatori direttamente con i produttori. Un progetto - sottolinea Coldiretti - dalla grande valenza educativa perché non si tratta solo di "fare acquisti" ma anche di recuperare quell'abitudine alla relazione personale, che soprattutto nelle grosse città si sta perdendo, costruendo una vera e propria alleanza fra cittadini, consumatori e produttori attorno ai temi della qualità dei consumi e degli stili di vita, dell'ambiente e del territorio.

Il web - continua Coldiretti - è stato anche un forte propulsore di iniziative di solidarietà con oltre 25mila mail inviate in pochi giorni al sito dedicato dalla Coldiretti all'acquisto del Parmigiano Reggiano terremotato e come dimostra la nascita di "Emilia Mon Amour", il ricettario digitale ideato dal foodblog Muffin e Dintorni curato da due amiche modenesi, Cecilia Bucci e Micol Benimeo per sostenere le imprese agricole emiliane colpite dal terremoto attraverso il racconto della tradizione culinaria della regione.

"Emilia Mon Amour" è nato attraverso il progetto "Mercoledì Social", che ogni mercoledì prende vita attraverso il blog Muffin e Dintorni e che consiste nella condivisione di ricette ed esperienze enogastronomiche tra i foodblogger presenti in rete. Dopo il terremoto del maggio 2012 che ha profondamente segnato il territorio emiliano, il Mercoledì Social si è trasformato in un "luogo" 2.0 in cui ogni foodblogger partecipante ha potuto dedicare un pensiero ed una ricetta all'Emilia Romagna. Oggi, tutte le ricette e i racconti pervenuti sono stati riuniti in un ebook, il cui intero ricavato sarà devoluto al fondo di solidarietà istituito da Coldiretti a sostegno delle imprese agricole colpite dal terremoto.

---

---

**Attività sul web in cui è coinvolto il cibo**

---

v.a. (in migliaia)

---

<b>Partecipa a community sul web centrate sul cibo</b>	<b>1.815</b>
di cui:	
Regolarmente	415
Ogni tanto	1.400
<b>Ricerca su web per confronto prezzi, capire qualità cibi</b>	<b>14.829</b>
di cui:	
Regolarmente	5.703
Ogni tanto	9.125
<b>Recupera ricette altrui su libri, web, televisione</b>	<b>25.250</b>
di cui:	
Regolarmente	9.747
Ogni tanto	15.503

---

Fonte: indagine Censis/Coldiretti