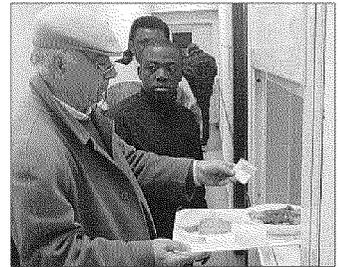


ISTAT. A GENNAIO LA VENDITA DI BENI ALIMENTARI È IN CALO DEL 3,3 PER CENTO RISPETTO ALL'ANNO PRIMA

L'Italia mangia meno Lucchini: «Dato grave»

DEGRADO. Il presidente della Fondazione **Banco alimentare** pensa che la recessione sia stata solo la «mazzata finale». La solitudine sempre più diffusa combinata con l'impoverimento generale sta trascinando da anni i ceti medi a rivolgersi alle associazioni che offrono pasti gratis. «Da tempo non hanno più pudore a frequentare le nostro mense».



DI TONIA MASTROBUONI

■ Stavolta non impressiona tanto il calo delle vendite al dettaglio in generale che sembra l'ennesimo bollettino di guerra dell'Istat sulla crisi ancora in atto. A impressionare Marco Lucchini, direttore della Fondazione **Banco alimentare**, è in particolare il calo dei beni alimentari registrato dall'istituto di statistica a gennaio. Rispetto a un mese prima, le vendite sono scese dell'1 per cento, ma nel confronto con gennaio del 2009 si è verificata una flessione del 3,3 per cento. Un dato «drammatico», osserva il direttore dell'associazione cattolica che raccoglie beni alimentari su tutto il territorio e li redistribuisce alle organizzazioni no profit che aiutano le persone in difficoltà.

Notoriamente la curva dei prodotti alimentari è «anelastica» ricorda Lucchini, a colloquio con il *Riformista*, cioè non varia con le crisi: gli esseri umani difficilmente smettono di mangiare. Dunque quando calano gli acquisti di pane, latte o carne, è davvero il segnale che, come ha sottolineato ieri Marco Venturi, presidente di Confesercenti, «le famiglie

stringono la cinghia», perché gli alimenti sono ovviamente «l'ultima cosa che si taglia».

Lucchini, tuttavia, mette in guardia da facili conclusioni: «qui non è solo una questione di crisi. Quella è stata solo la mazzata finale». Il direttore della Fondazione **banco alimentare** mette in guardia da un fenomeno «che è in atto da anni e che non è di puro e semplice impoverimento delle persone». La sua associazione prende in consegna alimenti vicini alla scadenza o prodotti appena lanciati che non vendono o che sono in promozione e che il contadino o il direttore dell'ipermercato ma anche la mensa le cede gratuitamente e a scopo caritativo. Si tratta di ben 78mila tonnellate di cibo che ogni anno vengono smistate a quasi ottomila associazioni. «Stiamo parlando di beni per un valore di circa 150 milioni di euro che sono stati distribuiti ad esempio a un milione e trecentoventi milioni di persone nel 2009».

Una cifra impressionante, «in crescita negli ultimi tre o quattro anni, soprattutto per la solitudine crescente delle perso-

ne», spiega Lucchini. Negli ultimi tempi,

poi, ad andare alle mense dei poveri o a rivolgersi alle associazioni che aiutano i bisognosi «è anche la classe media, sono le persone che prima si sarebbero vergognate. Adesso ogni pudore è scomparso».

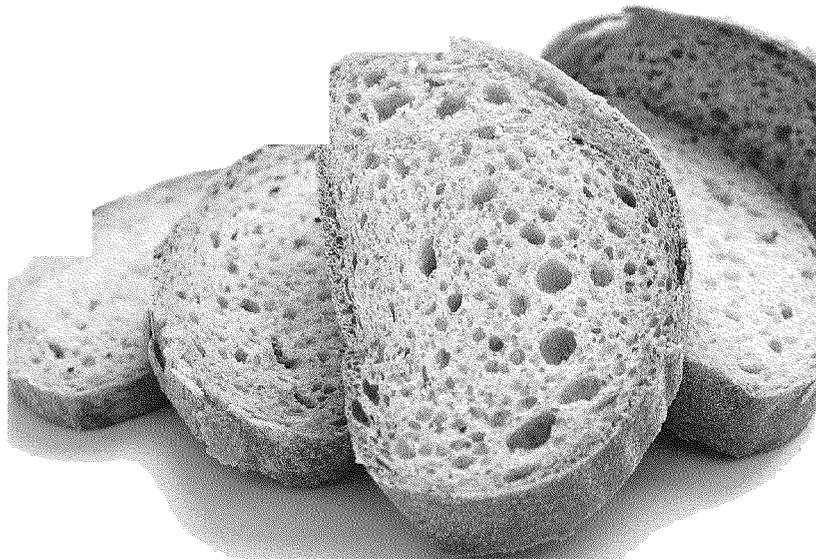
Il problema vero, per il direttore dell'associazione di beneficenza, è un tessuto sociale ormai sfilacciato, è il fatto che nel paese famoso per il «familismo amorale» diagnosticato negli anni Cinquanta dal sociologo americano Banfield, neanche la famiglia è più una garanzia. Di recente, ricorda Lucchini, la Provincia di Milano ha messo a disposizione 15 camere ad affitti calmierati per genitori separati. «Tra i nuovi poveri - scandisce - vorrei segnalare proprio loro: i separati e i divorziati. E non parlo solo delle mogli con bambini, ma anche dei mariti. Molti non ricevono alcun sostegno dai parenti e finiscono, letteralmente, per strada».

Il fenomeno dell'impoverimento progressivo dei ceti medi riguarda soprattutto le grandi città, «è lì che rile-

viamo le crisi più gravi - osserva - è lì che la solitudine e il rischio di isolamento sono più grandi. Ma anche delle altre realtà, più piccole, fino a pochi anni fa era molto più grande il senso del vicinato, della comunità, la cooperazione. Fattori che garantivano una rete a chi viveva momenti di difficoltà, ma ora stanno sparendo».

Lucchini è fiero degli effetti della sua attività, anche di quelli indiretti. «Al di là del fatto che diamo da mangiare alle persone che ne hanno bisogno, ma la cosa che mi fa molto piacere è il beneficio sociale, chiamiamolo così, della nostra attività. Osserviamo spesso che le aziende che ci regalano i prodotti e gli alimenti da dare alle associazioni, ai poveri, rimangono coinvolti, si «svegliano», cominciano a pensare che magari possono aiutare l'amico, la vicina, il povero che gira per il quartiere dove abitano. Questo è molto bello».

Un pensiero che gli viene proiettandosi tre giorni in avanti, alla domenica delle elezioni regionali, riguarda l'astensionismo: «io penso che il «mistero» dell'astensionismo non sia affatto un mistero. Credo sia intimamente collegato con la povertà. Chi è povero non si fida, non delega più alla politica, si sottrae, scompare».



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.