

LA SORPRESA

I milanesi sono i più salutisti d'Italia Risparmiano su tutto ma non sul cibo

■ I milanesi mangiano bio, stanno attenti alla qualità e alla quantità di quel che mettono in tavola. E battono un record: sono quelli che badano di più alla salute rispetto alle altre città d'Italia. Strano a dirsi, visti i livelli di smog e stress, ma almeno nelle abitudini quotidiane il livello di attenzione è cresciuto. È quanto emerge da un'indagine sulla prevenzione di trombosi e infarti.

Ogni aumento di 10 punti percentuali dei casi di infarto e ictus non ha solo un grave impatto sulle vite dei malati e dei loro familiari, ma in Italia provoca anche un rallentamento della crescita economica valutabile intorno allo 0,5%: si tratta solo di uno dei tanti dati presentati nel corso della conferenza «La trombosi ai tempi della crisi. Fare di un costo un investimento», organizzata a Milano dalla Alt (Associazione per la lotta alla trombosi e alle malattie cardiovascolari) con il patrocinio di Regione Lombardia e Comune di Milano. Ogni anno in Europa si spendono 196 miliardi di euro per infarti, ictus, embolia, trombosi venose o arteriose, di cui il 54% per i costi diretti legati a queste malattie ma, avvertono gli esperti presenti al convegno, l'informazione su questi big killer e su come prevenirli è ancora insufficiente. In base ai dati di uno studio messo a punto da Vincenzo Russo, dell'Osservatorio consumi alimentari dello Iulm, condotto su un campione di quasi 25 mila famiglie milanesi, si riesce a fare una fo-



INVESTIMENTO La buona tavola diventa bio

NUOVE TENDENZE

Le famiglie sempre più attente alla qualità degli alimenti a tavola
«Così non spendiamo soldi in cure»

tografia dei cambiamenti delle abitudini in tempo di crisi. «È il caso di dire che la crisi si stia trasformando in opportunità - spiega Russo - perché abbiamo notato alcuni cambiamenti nelle tendenze alimentari che, se sostenuti da maggiore informazione, possono davvero contribuire alla lotta contro trombosi e infarti». La crisi, ha spiegato Russo, ha generato nelle famiglie milanesi tre grandi tendenze: un primo gruppo è composto da chi consuma lo stesso genere di prodotti che consumava prima ma in quantità minori, mentre altri nuclei familiari vanno alla ricerca di marche più economiche degli stessi prodotti.

«Ma c'è un terzo gruppo, sempre più diffuso, che la crisi sta spingendo a modificare i consumi in senso meno edonista e più salutista. Secondo la nostra indagine cresce il numero di chi vuole ricevere informazioni sempre più complete sui prodotti consumati, sulla loro provenienza e sull'impatto della produzione, ma spesso non è ancora in grado di leggere correttamente le etichette».

