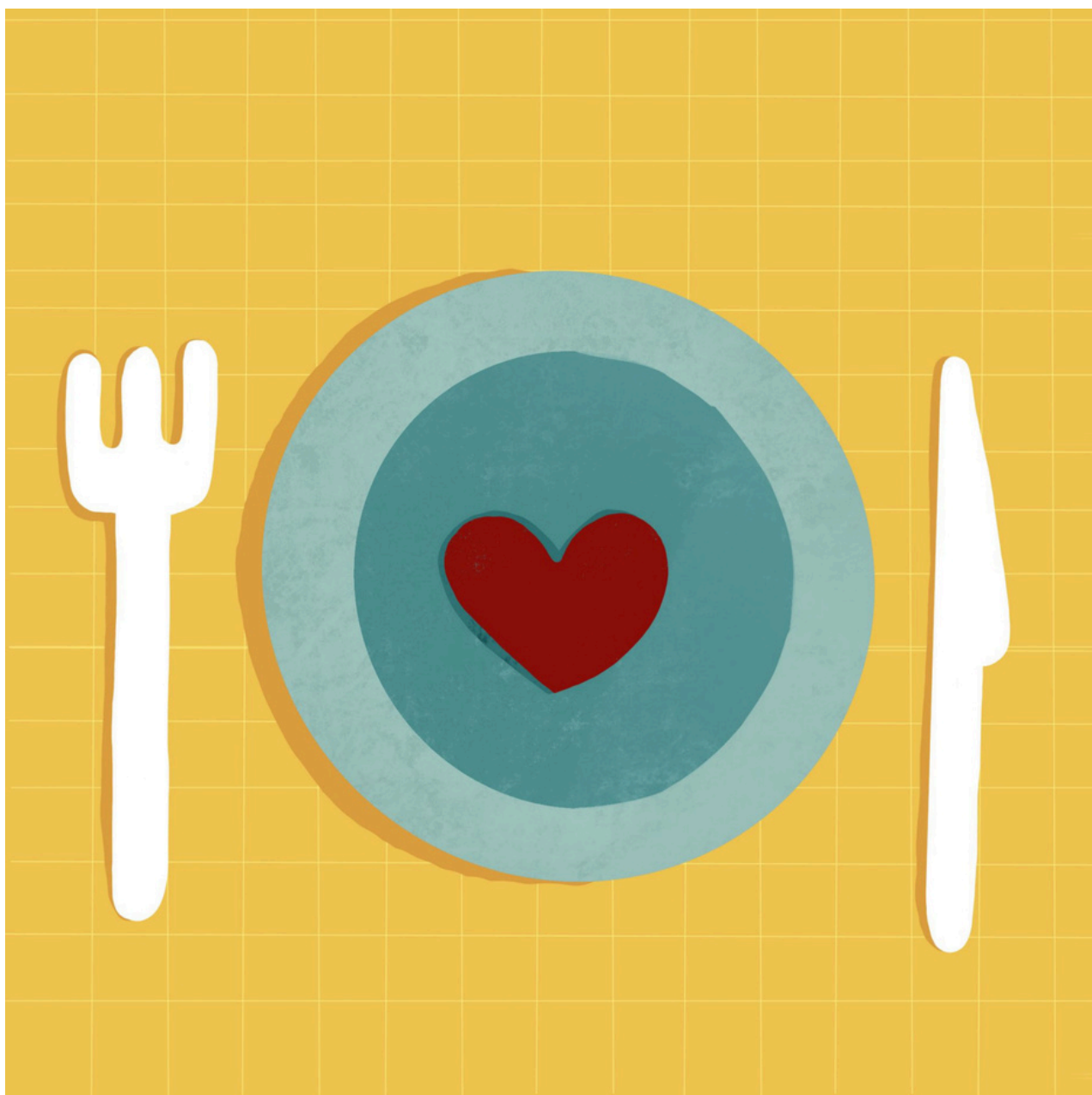


Italia a tavola

Il cibo come simbolo di storie, territori e legami: ogni piatto italiano racconta molto più di un sapore

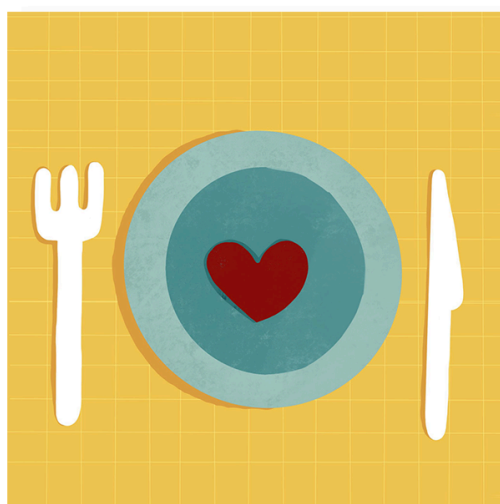
Hanno collaborato a questo numero:

G. Sapelli, M. Magatti, P. Manfredi, G.M. Giovannelli, E. Quintavalle



Cibo e cultura: le logiche simboliche dell'alimentazione

Di Giulio Sapelli
27.05.2023



E' stata la rivoluzione francese che ha creato la ristorazione moderna. Decapitati gli aristocratici, i loro famosi cuochi rimasero disoccupati e diedero allora vita a quel fantastico strumento della modernità che è il mangiare in pubblico usando una cucina per un certo tempo e per taluni cibi. Si creò in tal modo un circuito virtuoso tra mercato, alimentazione, costumi e modi di vivere. Nutrirsi con cura e scegliendo volta a volta con che cosa nutrirsi cessava di essere un privilegio di pochissimi e diveniva una possibilità per molti. In tal modo, nel XIX* secolo, tutto cambiò nell' alimentazione sociale: dalla disposizione dei cibi sulle tavole al modo di vestire mentre si pranzava: le culture del mangiare mutarono profondamente. Solo la borghesia poteva far ciò, disponendo, sì, di denaro, ma non in misura così ampia come l' aristocrazia, che poteva permettersi un cuoco tutto per sé. Ma anche la borghesia, allora, e, oggi, invece, tutta l' umanità nei paesi affluenti, instaura con il mangiare in pubblico una ritualità complessa e stratificata: ci si veste in un certo modo se si va da McDonald e quel modo è assai diverso da quello che usiamo se si va da Simpson sullo Strand a Londra. Si mangiano in pubblico cibi che spesso non si mangiano nella propria casa, o per mancanza di materia prima o per incapacità nella preparazione. Il ristorante è un'invenzione possibile perché unisce la

dimensione di scala che consente il magazzino di alimenti di cui una famiglia non può disporre con una technicalità professionale che fonda, appunto, la ristorazione moderna. Dall' aristocrazia francese siamo giunti alla ristorazione di massa... Cibarsi, dunque, è un fatto sociale. Lo sappiamo e non abbiamo più dubbi: è una verità incontestabile. Cibarsi è un atto transitivo, una logica d'azione che mi pone in relazione con gli altri, una cultura in senso antropologico, ossia un attribuire significati alle cose e trasformarle in tal modo in simboli che riempiono di senso la nostra vita.

Quello che voglio dimostrare in questo mio breve contributo è che anche il cibo è un fatto culturale e sociale, ricco di significati

Quello che voglio dimostrare in questo mio breve contributo è che anche il cibo è un fatto culturale e sociale, ricco di significati.

Anzi, voglio dimostrare che ciò che ho nel mio piatto vive una vita che va oltre il suo manifestarsi nella forma fisica: il cibo ha una *sua* vita, il cibo è un simbolo che mi lega e mi collega a un evento, a un luogo, a una storia. E tanto più colui che si nutre di esso comprende tutto questo, tanto più soddisfa il desiderio che costituisce il nostro mondo vitale più forte e potente: quello del piacere sensuale che è tipico di una nutrizione colta e della consapevolezza dell' essere nella storia anche attraverso il cibo.

Cibo da popoli: un altro brand. Discorrendo di pizza

Perché si può sostenere questa tesi? Perché il cibo è una filiera di eventi e di processi sociali, non è un fatto naturale, ma artificiale e storico. Il cibo inizia dalla materia prima naturale. Poi essa viene manipolata e costruita attraverso una lunga serie di pratiche che si sono accumulate nel tempo storico e che sono il frutto dell'invenzione. Dell' invenzione o di popoli o di solitari produttori che dai popoli si distaccano: i cuochi aristocratici, per esempio, i cuochi che ho prima ricordato e che oggi sono ritornati agli onori del mondo con la nascita, circa trent' anni or sono, della ristorazione di marca. Ossia la ristorazione da chef come brand: Bocuse e Marchesi ne sono gli archetipi essenziali. Volete un esempio, invece, della ristorazione e del cibo che nasce dal ventre dei popoli? Pensate alla pizza. L'Italia è famosa per la pizza. Essa nasce dalle viscere del popolo napoletano,

quello cantato da innumerevoli poeti e sublimato da innumerevoli scrittori. È un cibo semplice che non spezza il legame della materia prima: il grano è la natura, nel nostro immaginario, ora e sempre, quali che siano, invece, le tecniche raffinatissime con cui lo si coltiva. Il grano: basta trasformarlo in farina e condirlo, durante la lievitazione e la cottura, con il pomodoro e con un alimento tra i più complessi che esista al mondo: la mozzarella. La pizza è, quindi, da un lato il prodotto del grano che cresce dietro le spalle di Napoli, a Sud, nel tavoliere delle Puglie e giunge nella città e assieme a esso giunge il pomodoro. Ma il pomodoro inizia a unirsi alla pizza solo dopo la scoperta dell'America, perché prima esso era sconosciuto in Europa. Ma la pizza "napoletana" si accompagna anche con un prodotto frutto di pratiche secolari di allevamento del bufalo mediterraneo e di lavorazione del suo latte: la mozzarella, appunto. La pizza è, dunque, il frutto di un passato agrario antichissimo che affonda le sue radici nella romanità. Ma è anche il frutto della scoperta dell'America e quindi di un evento che fonda la nostra modernità. Ma ecco che ritorna la tradizione, e che tradizione: una tradizione millenaria: quella dell'allevamento su larga scala di un tipo di ruminante che poteva vivere nelle pianure paludose che danno un tratto singolarissimo al Mezzogiorno d'Italia. La pizza è tutto ciò, tra modernità e tradizione. Ma per divenire tutto ciò occorre che queste pratiche e queste culture si ricomponessero continuamente attraverso una specializzazione professionale: i pizzaioli. Essi sono una specializzazione professionale tipicamente urbana. Sono tra gli emblemi della città un tempo grande capitale e grande incunabolo di una cultura popolare immota e silente rispetto alla grande storia, ma sempre presente nella vita quotidiana del popolo.

La pizza è Napoli e lo è in tutto il mondo. Quando la mangio ricordo Napoli e il suo popolo ovunque io sia nel mondo

La pizza è Napoli e lo è in tutto il mondo. Quando la mangio ricordo Napoli e il suo popolo ovunque io sia nel mondo. Volete una prova di ciò? Pensate al fatto che una specie di pizza senza pomodoro e senza mozzarella, e che quindi non è più pizza... esiste in tutto il mondo. In Turchia ovunque e in ogni piatto, sulle Ande insieme alla manioca, in Cina quando mangiate l'anatra laccata, trovate degli alimenti costituiti da un foglio di pasta di grano più o meno sottile che riempiate di altri cibi e di altri ingredienti. Ogni volta che a diverse latitudini e longitudini voi farete questo capirete che quell'atto vi fa condividere nell'alimentazione le culture storico-concrete dei popoli che quelle "pizze non napoletane" vi offrono... Ebbene, ogni volta voi incontrerete una materia prima, più materie

prime, diversi modi di manipolarle e di renderle appetibili e diverse strategie di alimentazione a esse legate: tutto ciò corrisponde a diverse storie che quei popoli, cibandosi in quel modo, raccontano a se stessi e a gli altri.

In questo senso la "pizza napoletana" è anch'essa un brand, ma un brand impersonale e collettivo, che funziona nel sistema di significati come una sorta di archetipo junghiano: finiamo per appartenere noi a tale sistema di segni e di valori, ovunque ci troviamo nel mondo. Funziona in modo così perfetto, questo brand impersonale, da diventare il modello per brand molto meno ricchi di storia: pensate alla catena Starbuck e capirete cosa voglio dire: nei suoi locali non si vende caffè, ma un modo di riposarsi, di incontrarsi, di porsi in contatto con gli alimenti all'interno di una rete di servizi che fonda il brand e lo fa divenire un mito collettivo.

È la "pizza napoletana" che fonda il significato: se la consumo, consumo anche i racconti che sono in essa e che con essa io incontro quando mi accingo a cibarmene. Se lo so gusto ancor più la pizza ed entro nel giardino del desiderio appagato, che in tal modo diviene un mio arricchimento personale e migliora la mia vita. Tanto quella di relazione quanto quella interiore.

Il cibo ha una sua vita, insomma e ha un suo racconto. Occorre saperlo leggere. Se lo si sa fare si vive molto meglio.

Il brand familiare. Discorrendo di amor di sé

Vi siete mai svegliati con nelle narici il profumo di un piatto che vostra nonna preparava quando eravate bambini e che ora vostra moglie o il vostro partner hanno imparato a cucinare e che, ogni anno, nel giorno del vostro compleanno vi si offre, come un regalo e come un atto d'amore? Penso di sì. Penso che un'esperienza simile sia successa a ciascuno di noi. Proust si svegliava al mattino ricordando la *madeleine* che sua madre gli offriva appena sveglio. Negli anni ne avrebbe fatto un simbolo personalissimo, l'emblema di un amore straordinario e fantastico. In ognuno di noi vive un'esperienza proustiana, quale che sia la nazione, la città, il paese in cui siamo nati e in cui siamo cresciuti. E quel cibo, quel piatto, diviene un elemento della nostra storia familiare, un archetipo di una giovinezza e di una educazione così come lo sono un libro prediletto o un'amicizia che non ci abbandona più sin dall'infanzia. Per me questo cibo prediletto è costituito dalle cotolette di coniglio che la mia nonna paterna mi preparava il giorno del mio compleanno in campagna, in un piccolo paese del Monferrato, dove si coltiva da sempre il vitigno della barbera e dove i grandi vini si sposano con il gusto per la cacciagione e per l'allevamento degli animali domestici, tra cui il coniglio. Mia nonna lo preparava in un modo antichissimo,

quasi arcaico. Lo uccideva lei stessa, con grande naturalezza. Lo appendeva appena ucciso a un palo appositamente costruito e ne tagliava la gola per raccoglierne il sangue, che impastava con la mollica di pane. Di quell'impasto avrebbe fatto un flan che cuoceva a bagno maria nell'angolo del camino, divenendo un antipasto con i fiocchi. Il coniglio veniva poi disossato in parte e ridotto in due tipi di preparazioni alimentari. Da un lato lo si cuoceva in umido con il vino barbera, dopo averlo fatto marinare per una intera notte. Dall'altro lato lo si consumava subito in forma di cotoletta impanata con l'uovo e con il pane grattugiato: cotolettine caldissime, buonissime che si divoravano in un battibaleno e che diffondevano per la casa un profumo meraviglioso, che si mescolava con quello del vino in cui marinava il coniglio rimasto, che si sarebbe mangiato il giorno dopo. Si mescolavano in quelle preparazioni riti antichissimi. Riti sacrificali pre-crisitani, quando si offrivano agli dei gli animali sgozzati raccogliendone il sangue. Riti di purificazione con la lavanda delle carni e delle pelli. E, infine, riti moderni come quello dell'amalgama dell'uovo e del pane per mangiare le carni: un'abitudine da società affluente e ricca, che lambiva anche l'universo contadino e che si preparava, appunto nei giorni di festa. Questo piatto, questa preparazione del coniglio, è un elemento importante della mia storia personale. Non so vivere senza di essa: mi ricorda l'infanzia e un periodo felicissimo della mia vita, passato nelle campagne del Piemonte in modo spensierato e sublime.

Anche questo, quindi, è il cibo e la nutrizione: un momento del nostro autoriconoscerci e del nostro amor di sé.

Mi auguro che tutti voi ne abbiate uno, di questi piatti famigliari che migliorano la nostra vita. La migliorano perché possiamo raccontarci con gioia, ricordando i nostri cari, i nostri affetti.

Bibliografia essenziale

C.Lévi-Strauss, *L'origine delle buone maniere a tavola*, Il saggiatore, Milano, 1971

J.Goody, *Food and Love. A Cultural History of East and West*, Verso, New York-London, 1998

C.M.Counihan, *The Antropology of Food and Body. Gender, Meaning and Power*, Routledge, London-New York, 1999

E.N.Anderson, *Everyone Eats: Understanding Food and Culture*, New York University Press, New York, 2005

Una riflessione sull'alluvione in Emilia Romagna

Di Giulio Sapelli e Mauro Magatti
27.05.2023



La solidarietà di migliaia e migliaia di giovani, nel novembre del 1966 fu un evento eminentemente significativo e indimenticabile. Per una serie di straripamenti del fiume Arno si scatenò l'alluvione di Firenze e dell'intero bacino idrografico. Mutò, nel corso dei secoli, il volto della città di Firenze. Nelle prime ore di venerdì 4 novembre 1966, iniziò uno dei più gravi eventi alluvionali in Italia. Una eccezionale ondata di maltempo causò forti danni non solo a Firenze, ma

anche a Pisa, in gran parte della Toscana e, più in generale, in tutta l'Italia.

La partecipazione giovanile fu elevatissima. E il mondo delle subculture giovanili del tempo era ancora profondamente contrassegnato dall'appartenenza ideologica e partitica: la guerra fredda non risparmiava nessuno. Neppure coloro che tentavano di sottrarsi a essa rivendicando una fragilissima autonomia dal tempo storico. Firenze e la Toscana mutarono il loro volto e le tracce politiche di quel moto collettivo solidale in cui rifulsero le comunità. Le solidarietà che fanno tacere gli interessi prevalsero sulle logiche dello scambio politico: nessuno minacciò di sottrarre la pace sociale e il consenso al governo. Una unità prepolitica di intenti si affermò e le polemiche tacquero o furono superate immediatamente. L'Italia cattolica segnò il suo apogeo nella città di La Pira e di Don Milani e come lo toccò l'Italia dei comunisti, dei socialisti, degli azionisti e dei repubblicani e dei radicali come dei monarchici e dei fascisti.

Siamo convinti che oggi, dinanzi al disastro emiliano romagnolo rimarrà la stessa tensione emotiva di solidarietà vittoriosa.

L'Emilia Romagna delle virtù civili e comunali chiama tutti a raccolta ma anche alla meditazione operosa e autocritica: manutenzione innanzitutto, pianificazione urbanistica e non libero mercato che si alimenta di una rendita fondiaria

L'Emilia Romagna delle virtù civili e comunali chiama tutti a raccolta ma anche alla meditazione operosa e autocritica: manutenzione innanzitutto, pianificazione urbanistica e non libero mercato che si alimenta di una rendita fondiaria. Controllo delle acque con una orografia virtuosa e non burocratica, istituzionalizzazione e non burocratizzazione dei controlli. Ossia controlli dal basso, compiuto dalle popolazioni operose del territorio che trovano nello stato unitario l'interlocutore essenziale: i fiumi scorrono tra le regioni, i comuni, le provincie. Non si fermano sui confini delle competenze amministrative. Così come le frane o lo straripamento dei ruscelli.

Sono troppi ormai i segnali che occorre raccogliere: la crescita economica da sola non basta più. Il Pil non è una dimensione sufficiente se non si accompagna a uno sviluppo culturale e sociale che educi ogni cittadino a prendersi cura del mondo in cui vive senza dimenticare le generazioni che verranno. Perché è questo il vero contenuto della questione della sostenibilità: non una mera (seppur necessaria) efficientizzazione, ma un cambio di paradigma culturale che ci faccia passare dall'incuria alla cura, dalla irresponsabilità all'obbligazione, da un individualismo becero a una solidarietà fattiva.

Un cambio di paradigma che deve investire anche le nostre istituzioni. Non c'è dubbio infatti che i tanti drammi di questi ultimi anni ci dicono che la privatizzazione non è il toccasana per tutti i mali

Un cambio di paradigma che deve investire anche le nostre istituzioni. Non c'è dubbio infatti che i tanti drammi di questi ultimi anni ci dicono che la privatizzazione non è il toccasana per tutti i mali. E che anzi, talora essa costituisce solo un modo per mercificare ciò che non è mercificabile. Come la sicurezza territoriale che costituisce un bene collettivo di cui le istituzioni devono farsi carico.

Il senso di comunità, che pure come vediamo in questi giorni una manifestazione luminosa, costituisce una cifra costitutiva della nostra vita sociale. E tuttavia, essa non può essere continuamente collassata da istituzioni ancora troppe volte inadeguate. Al contrario le istituzioni devono finalmente imparare a sviluppare un approccio integrato e prospettico perché l'Italia, animata da una straordinaria iniziativa privata, non può più permettersi di vivere in un paese disorganizzato. Che si parli di scuola, di fisco, di demografia, di territorio il problema ritorna sempre allo stesso modo. Ma è venuto il momento di realizzare quel salto di qualità che viene continuamente annunciato ma mai realizzato. I cittadini e le imprese lo chiedono a gran voce.

I valori della solidarietà e della sussidiarietà che si stanno manifestando in questi giorni nella Romagna colpita dall'alluvione non debbono più essere contendibili. Non devono e non possono dividere. Ma debbono piuttosto unire, raccogliere e sostenere quel genius loci dell'Italia delle cento città dei mille e mille borghi che consentono la crescita dell'alimento primario di questa ricchezza e che ora dobbiamo riportare alla luce: le

imprese che durano perché dura lo spirito, la cultura, la persona , la famiglia. A cominciare dall'impresa artigiana su cui nemmeno il fango di questi giorni la può avere vinta.

Akrai, dove si distillano miele e storie antiche

Di La redazione
27.05.2023



La forza della piccola impresa italiana sta nelle capacità e nel talento di tanti italiani, oltre che nel legame di questi uomini e di queste donne con il proprio territorio. La storia che vi stiamo per raccontare è un esempio di questa relazione, che fa della cultura e della tradizione di un luogo la forza stessa di una piccola impresa: la **Distilleria Monterbe di Palazzolo Acreide**, in provincia di Siracusa.

Qui, Paolo Rametta e sua moglie Patrizia producono l'*Aphrodision*, un distillato di miele e storie antiche, di sapori puri e vecchie tradizioni greche. *“La ricetta appartiene alla nostra terra da più di 2500 anni, per almeno 200 anni è stata prodotta in clandestinità”*, inizia a raccontare Paolo Rametta, un siciliano simpatico e ospitale, entusiasta della sua terra e di **un distillato che racchiude tradizione e antichi saperi**, fatto soltanto *“di acqua e miele, due materie prime che la nostra terra ci offre in abbondanza. Questa zona è ricca di sorgenti naturali e di timo ibleo, un arbusto che dà un miele dolce e profumato”*, aggiunge Rametta aprendo le porte di una distilleria moderna e organizzata, dove un alambicco a colonna svetta tra barili di miele puro e decine di bottiglie pronte per accudire una vera e propria delizia alcolica.

"Il nostro distillato di miele è un prodotto assolutamente biologico e sano: è naturalmente dolce, ha un ph alcalino e tutte le proprietà del miele con cui è fatto, puro al 100%".

"Dopo venti anni di esperienza nel campo dell'erboristeria artigianale – spiega Patrizia Arrabito – abbiamo deciso di lanciarci in questo progetto legato alla cultura e alle tradizioni degli Iblei e di Palazzolo. Oggi, la nostra distilleria produce due distillati, l'Aphrodision 4.18 e l'Aphrodision 6.64, che prende il nome dall'anno di fondazione dell'antica Akrai. A breve vogliamo lanciare sul mercato anche l'idromele, più leggero del distillato, che nella tradizione è la bevanda delle tesmoforie di Demetra e il cui consumo era rivolto alle donne. Per adesso, però, ci dedichiamo al nostro Aphrodision", chiude con un sorriso questa donna simpatica e dai modi gentili.

Una ricetta antica, millenaria, come le storie che accompagnano la vita del distillato della Monterbe di Palazzolo Acreide, città patrimonio dell'umanità per l'UNESCO. "La cultura e la storia di Akrai sono alcuni dei valori che promuoviamo con il nostro distillato e con l'attività quotidiana della nostra impresa. Con la bottiglia dell'Aphrodision, che prende il nome dal tempio di Afrodite a cui Akrai era devoto, doniamo anche una delle 12 storie di miti e leggende di ninfe a cui la nostra millenaria tradizione si ispira, narrate e rielaborate da Barbara Crescimanno. È il nostro "messaggio nella bottiglia" affinché anche lontano si conosca bene la cultura della nostra terra", aggiunge Paolo Rametta.

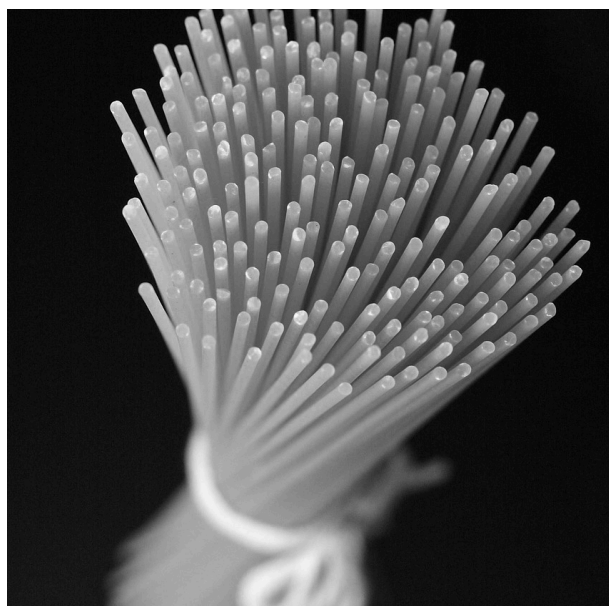
L'Aphrodision è capace di rievocare storie e tradizioni, popoli che si sono alternati nel corso dei secoli, dando vita a miti, leggende e a quella cultura che i libri di storia ricordano come Magna Grecia. Qui hanno vissuto Dionisio, il terribile tiranno di Siracusa, e Archimede, *"qui sono state fondate le prime città siciliane – racconta con orgoglio Rametta – Akrai è una città che ha vissuto una civilizzazione importante con l'espansione della Magna Grecia, dando vita ad un patrimonio storico-culturale che la città sta riscoprendo negli ultimi anni. Noi vogliamo contribuire a questa riscoperta con un distillato che fa parte della nostra tradizione enogastronomica, strettamente legato alla cultura di questo territorio".*

Un impegno per la propria terra che ogni giorno la Monterbe distilla in un alambicco a colonna a ciclo discontinuo, tra acqua purissima e miele in fermentazione.

Foto di I Ritratti del lavoro/Confartigianato.it ©

La polifonia degli stili alimentari italiani

Di Massimiliano Valerii
27.05.2023



Se volessimo esibire la carta d'identità della produzione italiana di alimenti e bevande dovremmo innanzitutto elencare i dati fondamentali del valore economico generato. Eccoli: un fatturato pari nell'ultimo anno a 179 miliardi di euro, 60 mila imprese di dimensioni grandi, medie e piccole, 464 mila addetti, più di 50 miliardi di export. Il settore si colloca al primo posto tra i comparti manifatturieri italiani per volume del fatturato e al secondo posto per numero di imprese, per addetti e per valore delle esportazioni. Anche i dati relativi all'andamento del settore nell'ultimo decennio sono lusinghieri: il fatturato è cresciuto del 24,7% in termini reali, il valore dell'export è salito del 60,3%, gli addetti sono aumentati del 12,2%. A dimostrazione della forte integrazione della cultura artigiana nella filiera del cibo, bisogna sottolineare che il 62% delle imprese del settore è costituito da imprese artigiane (più di 37 mila) e che il 31% dell'occupazione è riferibile proprio a imprese artigiane (più di 145 mila addetti).

Se poi si allarga lo sguardo all'intera filiera del cibo italiano, dai campi alla tavola (considerando quindi nell'insieme i diversi attori della filiera: l'agricoltura, la produzione di macchinari, l'industria di trasformazione, la distribuzione e la commercializzazione dei prodotti, la ristorazione e gli altri servizi collegati) si raggiunge la ragguardevole cifra di 607 miliardi di euro di fatturato nell'ultimo anno, con 1,3 milioni di imprese e 3,6 milioni di

addetti. Nell'ultimo decennio il fatturato della filiera è cresciuto del 12,0% in termini reali, gli addetti sono aumentati del 10,8%. Sono grandezze tali da poter considerare la filiera alimentare italiana un patrimonio nazionale, e la sua tutela e valorizzazione una questione senza dubbio di interesse nazionale.

Ma oltre alla contabilità economica, emerge con tutta la sua forza il valore sociale della filiera alimentare, che non è soltanto un colosso produttivo che genera valore economico e occupazione; né è soltanto un campione dell'export nazionale, capace di conquistare, come un alfiere del made in Italy, i mercati globali. La filiera incorpora, infatti, anche un prezioso valore sociale, perché i suoi prodotti rispondono a una molteplicità di bisogni – di tipo materiale e di tipo immateriale – dei consumatori. E così contribuisce al benessere psicofisico e alla qualità della vita degli italiani.

Se ci guardiamo indietro, possiamo constatare come in passato la produzione alimentare abbia svolto un ruolo storico determinante per il nostro Paese

Se ci guardiamo indietro, possiamo constatare come in passato la produzione alimentare abbia svolto un ruolo storico determinante per il nostro Paese. Ha accompagnato la corsa al benessere di massa di un ceto medio che si stava allargando sempre più, segnando la fine della scarsità e il raggiungimento dell'abbondanza, garantendo un'alimentazione nutriente e sicura per tutti, contribuendo (insieme alla diffusione delle norme igienico-sanitarie, ai progressi della medicina, alla sperimentazione di farmaci efficaci) all'innalzamento dei livelli di salute e all'allungamento dell'aspettativa di vita.

Un capitale reputazionale costruito nel tempo, dunque: un legame con gli italiani antico, profondo e duraturo, capace però di rigenerarsi nel tempo. Perché oggi la produzione alimentare garantisce la disponibilità di cibi che rispondono alla crescente articolazione soggettiva degli stili di vita e dei valori di una società che non è più la società semplice di ieri.

Si tratta innanzitutto di un volume rilevante della domanda interna: in Italia la spesa alimentare è pari al 16,6% della spesa per consumi complessiva delle famiglie: un dato superiore a quello che si registra in Germania (13,4%), in Francia (15,7%) e nella media dei Paesi europei (16,1%). E parliamo di un mosaico articolato della domanda. Certo, la dieta degli italiani è la versione nostrana della dieta mediterranea – non ci siamo fatti

colonizzare da ondate omologanti provenienti dall'estero –, ma all'insegna della pluralità degli stili alimentari, della segmentazione soggettiva delle preferenze, della libertà di scelta del consumatore – fino a contemplare quel 7% di italiani che si dichiarano vegetariani e il 4% di vegani. Una composizione della domanda sfaccettata e pluralista, dunque, che disegna una mappa molto variegata, se poi aggiungiamo anche il segmento dei salutisti, ovvero coloro che, invece di sperimentare gastronomie nuove, pietanze e cucine differenti, invece di privilegiare il piacere della tavola e la ricerca della convivialità, sono attenti soprattutto agli impatti sulla salute di ciò che mangiano, e dunque nelle loro scelte si fanno guidare da questa regola. C'è chi segue una specifica dieta prescritta da un nutrizionista; c'è chi sospende, per un periodo limitato di tempo o in modo permanente, l'assunzione di qualche alimento, di propria iniziativa o su indicazione di un medico, perché risultato intollerante. E si pensi poi agli alimenti "plus", addizionati di principi nutritivi (cereali arricchiti con le vitamine, latte con più calcio, yogurt con omega 3), e a quelli "senza" (senza zucchero, sale, lattosio, glutine). Si pensi ai prodotti biologici e a quelli a "km 0", acquistati direttamente dalle aziende produttrici.

Alla polifonia degli stili alimentari corrispondono criteri soggettivi di acquisto all'insegna, ancora una volta, della personalizzazione

Alla polifonia degli stili alimentari corrispondono criteri soggettivi di acquisto all'insegna, ancora una volta, della personalizzazione. È il capitolo dell'accessibilità economica: l'articolazione dei prezzi dei prodotti alimentari consente infatti ai diversi gruppi sociali – ai diversi portafogli – l'approvvigionamento dei cibi, che continuano ad affluire puntualmente nei carrelli della spesa, nelle dispense e sulle tavole degli italiani. Pure nelle fasi di crisi, come nell'attuale congiuntura di alta inflazione, che causa l'erosione del potere d'acquisto dei ceti meno abbienti, la gamma differenziata dei prezzi favorisce l'inclusione, attraverso i consumi alimentari, dei gruppi sociali più vulnerabili, costituendo un sostegno di fatto al reddito reale delle famiglie di fronte alla fiammata inflattiva – in definitiva, si potrebbe parlare di una sorta di "welfare dei consumi".

Va sottolineato, infine, il valore identitario incorporato dalla filiera del cibo, secondo un'accezione non meramente funzionalista dell'alimentazione. Siamo sempre più quello che mangiamo, potremmo dire. In una fase storica in cui le tradizionali leve di identità e appartenenza (ideologiche, politiche, religiose) hanno meno presa che nel passato, il cibo

è diventato uno dei principali veicoli di espressione identitaria. Attraverso le scelte alimentari, milioni di italiani esprimono il modo in cui desiderano essere visti e riconosciuti dagli altri, e come vorrebbero che fosse il mondo. Sulla produzione alimentare si trasferisce allora anche un carico di aspettative che richiamano valori etici, immateriali, simbolici, con un'attenzione crescente per gli impatti non soltanto sulla salute, ma anche sull'ambiente. La reputazione sociale di un'azienda alimentare o di un prodotto è oggi esposta a uno scrutinio severo dei cittadini, che hanno accesso a una infinità di informazioni (a cominciare dalle etichette, che si pretendono trasparenti, con informazioni chiare e complete).

Che cos'è allora la filiera alimentare oggi per il nostro Paese? È la sintesi di tradizione e contemporaneità

Che cos'è allora la filiera alimentare oggi per il nostro Paese? È la sintesi di tradizione e contemporaneità. Tiene insieme una memoria enogastronomica forte e riconoscibile, la qualità delle materie prime e le eccellenze delle produzioni tipiche locali, il forte radicamento territoriale delle produzioni – espressione della straordinaria biodiversità dei territori italiani –, marchi prestigiosi e ritenuti affidabili, una ristorazione di successo, la capacità di portare l'italianità nel mondo (se si pensa al suo ruolo come ambasciatore all'estero del made in Italy e dello stile di vita italiano). La filiera alimentare ha fatto dell'italianità un valore indiscusso. E il cibo (di qualità, sicuro, salutare, che piace, accessibile economicamente) è la bandiera dello stile di vita italiano: un patrimonio identitario di cui essere orgogliosi, che ricade a pieno titolo nel perimetro dell'interesse nazionale.

La ristorazione come artigiano 4.0

Di Paolo Manfredi

27.05.2023



La tradizione e la storia alimentare sono uno straordinario veicolo di conoscenza di un territorio e di un popolo. Quello che si mangia, dove, come e con chi lo si mangia racconta tantissimo della società, dell'economia, della politica di qualunque comunità. Le differenze tra la cucina nazionale francese, sviluppata attorno alla Corte di Versailles e ai cuochi di casata reinventatisi ristoratori dopo la rivoluzione (con il risultato che si trovano le stesse pietanze dalla Bretagna alla Costa Azzurra) e la cucina familiare e diversissima del nostro Paese, dove l'insularità è stato un valore difeso con le unghie, sono un saggio di storia politica. Se ne è occupata molto la storia sociale e l'antropologia, guardando alla microstoria della cultura materiale, meno la storia economica e d'impresa.

La ristorazione italiana è, fino a poco fa, stata microimpresa per eccellenza, se possibile familiare.

Ingenua nel suo fare del “mestiere” artigiano di fare da mangiare impresa

Perché la ristorazione italiana è, fino a poco fa, stata microimpresa per eccellenza, se possibile familiare. Ingenua nel suo fare del “mestiere” artigiano di fare da mangiare impresa.

Forse qualche storico o sociologo un giorno capirà quando e perché l'ingenuità del mestiere di fare da mangiare è diventata moda e un po' ossessione, oltre che punto di riferimento per chiunque voglia cambiare la narrazione del mestiere artigiano.

Qui ci interessa però un altro aspetto, che non è del tutto disgiunto dal cambio di immagine di cui sopra, ma che racconta la profonda trasformazione produttiva del settore nell'epoca del 4.0. Le cucine dei ristoranti, che per decenni sono stati una versione grande di quella che ognuno di noi ha nella propria casa, oggi sono laboratori con dotazioni tecnologiche di tutto rispetto, che hanno profondamente modificato anche i processi produttivi.

L'acronimo magico che ha favorito il cambiamento è HACCP

L'acronimo magico che ha favorito il cambiamento è HACCP, una serie di protocolli di sicurezza per i consumatori introdotti anche in Italia a fine anni '90, che hanno profondamente modificato il modo di conservare i cibi prima e poi anche di prepararli.

L'esigenza di evitare che i cibi venissero in contatto con i batteri, con massimo rischio quando il cibo cotto si raffredda, ha portato all'introduzione del cosiddetto abbattitore, una macchina in grado di portare i cibi a temperatura da frigorifero (+4°) o da surgelatore (-18° e oltre), o viceversa, abbattendo oltre alla temperatura il rischio di contaminazioni. Il pesce crudo che consumiamo abitualmente, per intenderci, deve essere abbattuto a -20° per almeno 24 ore per uccidere alcuni parassiti assai nocivi per l'uomo. Ma non ce ne accorgiamo, perché la tecnologia dell'abbattimento rapido consente, proprio in virtù della rapidità, di prevenire la formazione di molecole di acqua all'interno dei tessuti del cibo, che rimane così totalmente integro, senza la spiacevole sensazione di surgelato che

appartiene ai cibi estratti dai vecchi freezer casalinghi. Dunque sicurezza alimentare, vale per il pesce e per tutte le preparazioni destinate al frigorifero e al surgelatore, che permette anche una conservazione a lungo del cibo in condizioni organolettiche perfette.

Compagna inseparabile dell'abbattitore è la tecnologia del sottovuoto, anch'essa gravida di conseguenze e possibilità. Contenitori, ma soprattutto sacchetti che possono ospitare il cibo in assenza di aria, e dunque di pericoli di contaminazione, allungandone decisamente la vita. E consentendo una piccola rivoluzione dei processi produttivi. I cibi abbattuti e messi sottovuoto possono essere crudi o cotti, possono anche contenere ad esempio una marinatura, che fa evolvere il prodotto mentre lo conserva, o possono essere cotti direttamente nel sacchetto, così da mantenere intatte le caratteristiche organolettiche e i nutrienti.

Posso dunque prendere un polpo, un trancio di salmone, un petto di pollo, insacchettarlo con una marinatura di olio e spezie a scelta, cuocerlo in acqua o in forno per il tempo necessario, quasi sempre molte ore, a una temperatura controllata anche molto inferiore a 100°, abbattere il risultato e conservarlo per settimane, aprire il sacchetto, passarlo sulla griglia per ultimare la cottura, impiattare aggiungendo un condimento e servire una pietanza che anche ai palati più raffinati risulterà deliziosa (se non si sbagliano la ricetta e i tempi e se la materia prima è di qualità, ovviamente). Parlo di 4.0 perché i macchinari di cottura e i sistemi che gestiscono le catene del freddo possono essere tutti programmati, interconnessi e controllati da remoto. Se considero un roastbeef cotto quando la temperatura al cuore sarà di 54°, posso impostare il mio forno trivalente (che cuoce normalmente, a vapore e a bassa temperatura) dotato di sonda a controllo remoto inserita nella carne perché si spenga al raggiungimento di quella temperatura e passi al mantenimento, col risultato che il mio roast beef cuocerà alla perfezione mentre dormo (e l'elettricità costa meno) e lo troverò pronto al mattino.

Quello che interessa anche chi non è appassionato di cucina sono le implicazioni di questa rivoluzione produttiva per il business della ristorazione, che sono essenzialmente due. La prima è un deciso spostamento dei pesi del processo produttivo e della sua organizzazione: se prima a garantire la qualità (stiamo sempre parlando di ristorazione di qualità, non di ristorazione industriale) era l'accento sul carattere espresso dei piatti, che dovevano essere fatti tutti al momento, ora la preparazione dei piatti è in qualche modo preponderante rispetto alla sua finitura, quello che viene fatto prima del servizio è quasi più importante di quello che viene fatto durante. In secondo luogo, se posso preparare la più parte di piatti anche gourmet molto prima di servirli, posso anche prepararli in un luogo e servirli in molti altri luoghi. Qui sta il cuore di una rivoluzione di cui si saranno accorti anche i più distratti: la moltiplicazione delle catene e dei punti di ristorazione anche legati a grandi chef.

Che certamente è conseguenza anche della liberalizzazione delle licenze e del boom del turismo nelle città, ma non sarebbe stata possibile senza i nuovi processi di preparazione in cucina consentiti dalle tecnologie. Che oggi si vanno sempre più diffondendo, anche perché consentono un risparmio in termini di capitale umano formato, ormai difficilissimo da reperire.

Cambia anche il mercato della fornitura, che oggi si estende sempre più a prodotti semilavorati, ad esempio porzionando e insacchettando sottovuoto tagli di carne o filetti di pesce. Si risparmia lavoro e, se è vero che si alzano i costi (dacché la materia prima semilavorata costa molto di più di quella grezza), si abbatte lo spreco avendo aumentato la conservabilità dei prodotti.

Anche nel mondo del cibo, la tecnologia trasforma il prodotto, aggiungendogli sempre una componente molto rilevante di servizio

Questo significa, anche nel mondo del cibo, che la tecnologia trasforma il prodotto, aggiungendogli sempre una componente molto rilevante di servizio. Se voglio fare arrivare il mio agnello, i miei broccoli o la mia 'nduja sulle tavole di un ristorante a Roma o a Milano devo assolutamente considerare la filiera di distribuzione e la forma del prodotto, altrimenti posso vendere materia prima grezza a chi la trasforma, ma i margini saranno molto bassi. Allo stesso tempo, utilizzando quelle tecnologie, posso lavorare le mie verdure in minestrone a pochi metri dal campo e distribuirlo ovunque.

Significa anche, più in generale e per chi osserva l'evoluzione dei settori produttivi attraverso la lente dell'innovazione tecnologica, che bisogna guardare con grande attenzione, possibilmente predittiva, alle opportunità, e ai rischi di ogni innovazione. Per navigare quando il vento è a favore e prendere le contromisure quando è avverso.

È comunque necessario stare sempre di vedetta.

Foto di Kindel Media

Il cibo italiano tra qualità ed imitazione

Di Giuseppe Maria Giovanelli

27.05.2023



Uno dei settori di vertice del nostro sistema produttivo è certamente il comparto agroalimentare.

Noto per la sua qualità, il cibo italiano contribuisce a costituire la nostra identità di Paese e la nostra immagine insieme a come vengono percepiti gli abitanti, la cultura ed il nostro stile di vita.

L'accezione *Made in Italy* promuove un messaggio di eccellenza e di qualità, riconosciuto in tutto il mondo, capace di generare attrattività nei confronti dei prodotti cui viene apposta, in quanto, agendo sulla qualità percepita della merce, può arrivare ad orientare le scelte di acquisto.

Questo avviene tanto sul mercato interno quanto su quello estero.

L'approccio comunitario alla sicurezza alimentare

Nel primo assistiamo ormai ad una legislazione comunitaria orientata da decenni alla tutela del consumatore, dapprima con il tema della sicurezza alimentare diventato, dopo l'esperienza inglese degli anni '80 con la c.d. mucca pazza, il primo requisito per le aziende agroalimentari: fornire la garanzia circa l'assenza di possibili effetti negativi sulla salute dei processi di produzione e dei prodotti finiti.

Negli anni il focus si è ampliato e, oltre a rispondere alla (legittima) preoccupazione dei consumatori rispetto al tema della sicurezza alimentare, sono stati affrontati dal legislatore europeo gli aspetti legati alla certificazione e rintracciabilità del prodotto, alla etichettatura (Reg. UE n.1169/2011), al monitoraggio e al controllo, fino alla configurazione della responsabilità dei produttori.

Cosa accade all'estero: contraffazione e Italian sounding

Sul mercato estero la ricerca del prodotto alimentare italiano, noto per le sue caratteristiche e perché legato ad uno stile di vita, come detto, ne ha determinato una crescente domanda. Tuttavia, tale domanda non ha solo aperto nuovi mercati ma ha anche dato vita a quel fenomeno negativo rappresentato dal c.d. *italian sounding*, fenomeno che consiste nell'attribuire ai prodotti agroalimentari un marchio, una immagine o una denominazione geografica che ne evoca l'origine italiana senza però avere alcun legame con l'Italia. Attraverso tale escamotage il pubblico si trova ad associare erroneamente il prodotto locale avente un marchio evocativo a quello autentico italiano (sono note le vicende legate al *Parmesan* (USA), al *Parmesao* (Brasile) e al *Regianito* (Argentina).

Per dare contezza del fenomeno, bastano alcuni numeri: il mercato dell'imitazione dei prodotti alimentari italiani all'estero vale oltre 60 miliardi di euro, di cui 6 miliardi di giro d'affari della contraffazione e 54 miliardi di fatturato dell'*italian sounding* e look alike.

Lo spazio occupato dai prodotti imitativi concorre a sottrarre valore al settore alimentare italiano ma allo stesso tempo dimostra il suo grande potenziale di crescita.

Da qui l'esigenza di evitare la commercializzazione di prodotti che possono indurre in inganno l'acquirente (con specifico riguardo alla riconducibilità di determinati prodotti a luoghi diversi rispetto a quelli di origine) e che hanno un impatto negativo sui produttori locali (in termini di concorrenza sleale circa la qualità e i prezzi).

La contraffazione e l'*Italian Sounding* costituiscono, infatti, una grave minaccia per la competitività e lo sviluppo del Paese procurando perdite economiche per il sistema

produttivo e per lo Stato, danni all'immagine dei prodotti autenticamente *Made in Italy*, rischi per la salute e per la sicurezza dei consumatori, perdita di posti di lavoro e una riduzione degli investimenti in ricerca e innovazione.

Tralasciando in questa sede i diversi interventi legislativi succedutisi negli anni, giova concentrarsi sulla assoluta rilevanza del fenomeno e delle sue implicazioni, tali da portare ad istituire con L. n.99 del 23 luglio 1999 il Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all'Italian Sounding (CNALCIS), organismo interministeriale con funzioni di *"indirizzo, impulso e coordinamento delle azioni strategiche intraprese da ogni amministrazione, al fine di migliorare l'insieme dell'azione di contrasto della contraffazione a livello nazionale e della falsa evocazione dell'origine italiana"*, ai sensi dell' art. 145 del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30 Codice di Proprietà Industriale (CPI), modificato dalla Legge 28 giugno 2019, n.58 di conversione del D. L. 30 aprile 2019, n. 34 recante misure urgenti di crescita economica e per la risoluzione di specifiche situazioni di crisi, c.d. "Decreto Crescita".

Nonostante le meritevoli azioni ed indirizzi (legislativo, repressivo e preventivo) indicati dal Consiglio, resta la dimensione di un fenomeno che non accenna ad arretrare.

Dalla tecnologia arriva un freno alle contraffazioni

Probabilmente, una risposta di contrasto concreta possiamo trovarla nel grande tema della **innovazione**, nel quale va annoverato, per quanto qui d'interesse, l'uso della **tecnologia nel settore alimentare**, che permette di raggiungere un duplice obiettivo per il produttore: la razionalizzazione della propria attività e della organizzazione; la possibilità di mostrare trasparenza verso il consumatore, con notevoli implicazioni positive anche sotto l'aspetto concorrenziale.

Infatti, con la tecnologia (si pensi, ad esempio, alla blockchain) è possibile **tracciare** i prodotti dall'origine (materie prime) fino alla loro consegna; avere maggiore facilità e celerità in caso di richiamo dei lotti; una migliore gestione della filiera e della logistica, ecc. Quanto al consumatore (oggi attento ed informato) far valere – anche con una comunicazione diversa, implementata rispetto al contenuto obbligatorio dell'etichetta prescritto dal Rg. UE n.1169/2011 – la qualità (tracciata) ed unicità di un prodotto alimentare, magari artigianale, così differenziandosi dagli altri concorrenti.

Foto di Negative Space

I lineamenti dell'offerta del food a vocazione artigianiana

Di Enrico Quintavalle
27.05.2023



In Italia la creazione di prodotti alimentari e bevande si caratterizza per un'impronta artigianale che la contraddistingue nel mondo. Nel sistema imprenditoriale del food italiano operano in modo diffuso **imprese ad elevato valore artigiano**: 71.682 imprese artigiane di alimentare, bevande e ristorazione danno lavoro a 263 mila addetti, delineando un cluster che rappresenta un decimo (10,4%) degli addetti dell'artigianato nazionale.

Il valore artigiano è caratterizzato dalla **predominanza di alcuni caratteri specifici**. La rielaborazione delle materie prime secondo differenti matrici tecnologiche conduce a prodotti artigianali caratterizzati da creatività, sperimentazione, innovazione ed originalità. La realizzazione dei prodotti combina la chimica degli alimenti con le conoscenze della tradizione ed è sostenuta da identità, continuità nel tempo e un legame forte con le risorse umane e naturali del territorio.

La **produzione sostenibile** delle imprese è caratterizzata da un'elevata propensione all'investimento *green*. Nel settore della produzione alimentare, tra il 2017 e il 2021, il 35,3% delle imprese ha investito in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e minore impatto ambientale, una quota di quasi dieci punti superiore alla media (26,2%).

Anche nei servizi del food la quota di imprese che realizzano investimenti green (28,3%) rimane superiore alla media.

La sostenibilità economica è delineata da una costante crescita dell'occupazione anche in fasi cicliche avverse. Nell'arco di un decennio, caratterizzato dalla successione della crisi del debito sovrano, una pandemia e una fiammata inflazionistica per energia e materie prime, gli occupati nelle micro e piccole imprese dell'alimentare e bevande sono saliti dell'8,3%, a fronte del ristagno (-0,2%) registrato nel totale economia.

La filiera in esame ha mostrato una elevata **reattività e resilienza** nel biennio post-pandemia. Nel 2022 la produzione alimentare è stata del 2,8% superiore ai livelli del 2019, facendo meglio del +0,6% della Francia e il -2,7% della Germania mentre quella della bevande recupera addirittura il 9,8%, un ritmo di crescita doppio del +4% della Francia, e in controtendenza con l'attività del comparto che in Germania segna un ritardo dell'1,1%.

La **biodiversità delle produzioni artigianali** si innesta su un patrimonio di 319 **prodotti agroalimentari di qualità** con marchio Dop (Denominazione di Origine Protetta), Igp (Indicazione Geografica Protetta) e Stg (Specialità Tradizionale Garantita), 526 **vini Doc, Docg e Igt** e 5.450 **prodotti agroalimentari tradizionali** caratterizzati da metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura consolidate nel tempo. Il 40,1% dei prodotti si concentra nel Mezzogiorno, che ne conta 2.188, seguito da Nord-Est con 1.173 prodotti (21,5%), Centro con 1.143 (21,0%) e Nord-Ovest con 946 (17,4%). A livello regionale primeggia la Campania con 580 prodotti, seguita dalla Toscana con 464 prodotti, dal Lazio con 456 prodotti, dall'Emilia-Romagna con 398 prodotti, dal Veneto con 387 prodotti, dal Piemonte con 342 prodotti, dalla Puglia con 329 prodotti e dalla Liguria con 300 prodotti.

L'ampia gamma di prodotti alimentari realizzati in Italia conquista il mondo, con **esportazioni** che nel 2022 salgono del 19,7% a fronte di prezzi all'esportazione che aumentano del 13,7%. Il dinamismo delle vendite all'estero mette bene in evidenza la **ricchezza dei territori**: un trend di crescita superiore al 30% dell'export alimentare traccia una linea ideale che, partendo da Trieste, passa per Ravenna, Vicenza, Trento e Pavia, per scendere a Firenze ed arrivare nei distretti meridionali del food made in Italy di Bari e Napoli.

La produzione artigianale interpreta in modo originale la **tradizione**: lavorazioni a regola d'arte che garantiscono un prodotto ben fatto e di elevata qualità, grazie alle abilità e al talento delle persone che lavorano nelle imprese artigiane. L'attività dell'imprenditore a valore artigiano poggia su competenza, riconoscimento, reputazione, prestigio, fiducia e corredata la vocazione con una crescente professionalità, sulla quale fonda la creazione di valore e la competitività dell'impresa.

Questi caratteri dell'impresa si associano ad un sapiente utilizzo delle tecnologie e della comunicazione, decisiva in un settore che offre beni di consumo. Una caratteristica dominante nelle imprese artigiane consiste nella flessibilità produttiva associata alla tempestività, necessaria in un settore che offre prodotti ad elevata deperibilità. Al carattere dell'artigianalità – fondato su una prevalenza dell'intelligenza e del lavoro dell'uomo – si associa una elevata capacità di ascolto del cliente finalizzata alla personalizzazione del prodotto e abbinata ad un dominante senso del bello e del gusto. Il sistema delle imprese è punto di riferimento per la comunità e accompagna cerimonie e momenti importanti della vita delle famiglie.

Last but not least, nell'epoca caratterizzata dalla più elevata inflazione degli ultimi 37 anni, il valore artigiano si declina in una **minore traslazione delle spinte inflazionistiche sul consumatore**. La combinazione della crisi energetica e della carenza di materie prime, accentuata dopo l'invasione dell'Ucraina da parte della Russia, hanno ribaltato effetti pesanti sui costi aziendali, in particolare nel comparto dolciario e nelle pasticcerie artigianali, le quali reagiscono con un incremento dei prezzi che, però, è dimezzato rispetto alla tendenza di prodotti alimentari e inferiore alla media europea. Nel 2022 le quotazioni internazionali dei cereali in euro, hanno registrato una crescita del 36,4% su base annuale e risultano superiori del 79,7% al livello del 2019. Tuttavia, in questo comparto ad alta vocazione artigiana, la pressione dei costi non si accompagna ad un eccessivo ricarico dei prezzi di vendita e alla dilatazione dei profitti aziendali: ad aprile 2023 i prezzi al consumo dei prodotti alimentari salgono del 12,0% mentre quelli dei prodotti di pasticceria fresca, tipici della produzione artigiana, registrano un ritmo di crescita dimezzato, fermandosi al +5,9%, in decelerazione rispetto al +6,3% di marzo e al +6,5% di febbraio, un tasso di crescita che è circa un terzo del +17,8% registrato dai prezzi della pasticceria confezionata.

Il solido legame tra artigiano e alta cucina

Di La redazione
27.05.2023



“Sono un artigiano ossessionato dalla qualità”. Non serve aggiungere altro. In questa frase c’è tutto. Se poi a pronunciarla è uno chef blasonatissimo come Massimo Bottura, ecco che il significato di queste parole, scandite con profonda convinzione, assume una portata ancor più rilevante.

Nel corso del premio Confartigianato Cultura 2023 (*organizzato da Confartigianato Emilia Romagna, tenutosi lo scorso 10 maggio*) nella sala Cubiculum Artistarum dell'Archiginnasio di Bologna, il noto chef (che ha ricevuto in dono un’opera in ceramica del grande artista Mimmo Paladino, che riprende la forma di un boccale decorato con vari simboli che rimandano al mondo della cucina) ha più volte ribadito questo concetto. Bottura, incalzato dal giornalista Rai Federico Quaranta, ha avuto modo di ribadire – con tratti anche romantici – il suo essere un artigiano della cucina. **Un’arte? Più che altro, artigiano.**

“Spesso e volentieri – così lo chef – i nostri ospiti a tavola ci guardano e dicono: questa non è cucina, è arte. Con assoluta normalità rispondo che c’è una differenza sostanziale: un artista è libero di fare ciò che vuole, io invece sono un artigiano ossessionato dalla qualità, in ogni cosa che faccio.

Come un ingegnere della Ferrari deve costruire una macchina veloce, così un artigiano deve cucinare del cibo buono

Come un ingegnere della Ferrari deve costruire una macchina veloce, così un artigiano deve cucinare del cibo buono. Io mi rispecchio nella categoria degli Artieri, che nella letteratura sta ad indicare colui che esercita un’arte. Un artigiano lavora con queste mani, accumula dentro di sé secoli e secoli di storia e trasforma quello che è la nostra conoscenza, il nostro senso di responsabilità in qualcosa che diventa unica e irripetibile e questo in Italia è l’esempio di ciò che rappresenta l’arte artigianale». Una tradizione, insomma, che è foriera della nostra straordinaria cultura. In tre parole: Made in Italy. E il blasone più prezioso è senz’altro quello che contraddistingue e rende unica proprio la nostra cucina. Cultura, storia, artigianato. «L’artigiano fa cultura e la tiene viva ogni giorno – rimarca Bottura – . La cucina è cultura, ora sembra che in tanti se ne stiano accorgendo, infatti la cucina italiana è al vaglio per diventare Patrimonio dell’Umanità. La cultura sviluppa conoscenza, dalla conoscenza si arriva alla coscienza di ciò che hai fatto, di come l’hai fatto e di come l’hai raggiunto. Il duro lavoro nella quotidianità e il senso di responsabilità sono le leggi della mia vita. Amo tutto ciò che è arte e bellezza, cucinare è un gesto d’amore che trasporto in tutti i miei progetti, che siano per i primi del mondo o per gli ultimi, per me è la stessa cosa». Ma la cultura è anche rispetto, prima di tutto per il cibo. In questo senso Bottura ha sottolineato il suo grande impegno contro lo spreco alimentare. «L’anno scorso – racconta – abbiamo trasformato 950 tonnellate di cibo, che altrimenti sarebbe stato sprecato, in 2.550.000 pasti per persone in difficoltà, coinvolgendo 105.000 volontari e chef di tutto il mondo perché la rivoluzione lo si fa insieme, perché assieme siamo più forti.

Combattere lo spreco alimentare significa combattere anche il cambiamento climatico. Non ho fatto altro che agire come avrebbe fatto mia nonna: non ti alzi da tavola senza avere finito ciò che è nel tuo piatto, non si butta via nemmeno il pane secco

Combattere lo spreco alimentare significa combattere anche il cambiamento climatico. Non ho fatto altro che agire come avrebbe fatto mia nonna: non ti alzi da tavola senza avere finito ciò che è nel tuo piatto, non si butta via nemmeno il pane secco». Artigianato è cultura. E le parole di Bottura, che riecheggiano anche concetti ribaditi a più riprese anche dalla nostra organizzazione, ne sono una chiara dimostrazione. Un vaso in ceramica, un cancello in ferro battuto, un pezzo lavorato al tornio, un paio di scarpe, un abito sartoriale, un piatto della cucina italiana sono arte. E come tale fanno parte di quel patrimonio culturale di cui l'Italia è maestra. L'Italia è il laboratorio della bellezza e della bontà. Un'alchimia perfetta fra tradizione e innovazione. Fra radici e futuro. In due parole, si potrebbe dire che Bottura, attraverso il suo lavoro di "artigiano ossessionato dalla qualità" è a pieno titolo un ambasciatore del 'Valore Artigiano'.

«Arte e Artigianato – aggiunge Renzi, *segretario regionale emilia romagna* – sono ingredienti di un ricetta che unisce la qualità delle materie prime, il saper fare, la passione, la cura per il dettaglio, il rispetto delle tradizioni unito all'innovazione. Il rispetto delle persone e dei territori. Tutti elementi distintivi di quello che la nostra associazione chiama 'Valore Artigiano'. Quel 'Valore Artigiano' che abbiamo celebrato nella figura di un grande chef, Massimo Bottura. In un Paese ricco di tradizioni gastronomiche l'alta cucina rappresenta un elemento prestigioso del made in Italy nel mondo. Chef Bottura domina l'Arte con la sapienza dell'Artigiano, creando piatti che sono un'interpretazione contemporanea della cucina italiana e che ci regalano un'esperienza gustativa unica e inimitabile, diventando di fatto ambasciatore del 'Valore Artigiano' nel mondo». A Bottura, Confartigianato ha dato in dono un'opera in ceramica del grande artista Mimmo Paladino, che riprende la forma di un boccale decorato con vari simboli che rimandano al mondo della cucina.

Foto tratta dal sito Osteria Francescana di Massimo Bottura