

L'approccio degli italiani al cibo. La dimensione simbolica del cibo

Il cibo costituisce da sempre per gli esseri umani la fonte primaria di energia e di conseguenza il primo bisogno ed il primo obiettivo di ricerca. In origine il cibo è stato quindi l'elemento cardine della lotta per la sopravvivenza.

Nel corso della sua storia l'uomo è stato inizialmente raccoglitore di frutti. Era la fase del vagabondaggio alimentare, durante la quale ciascun essere umano si spostava di continuo alla ricerca di cibo ed affrontava quello di procurarselo come un problema personale. Successivamente l'uomo è diventato cacciatore, con la più importante conseguenza sociale che ne è derivata: l'inizio della collaborazione con gli altri individui per catturare, uccidere e trasportare le prede ed in seguito spartirle. L'alimentazione è divenuta un'attività sociale dando origine al commensalismo.

Un altro momento cruciale nel rapporto tra l'uomo ed il cibo va individuato nella nascita dell'agricoltura, circa 10.000 anni fa, quando l'essere umano ha assunto una posizione attiva rispetto alla natura. L'agricoltura permette l'orientamento ad una produzione alimentare specializzata, in cui gli agricoltori hanno il compito di procurare il cibo e gli altri individui possono dedicarsi ad altre attività. L'organizzazione agricola permette inoltre di fare scorte di cibo.

Oltre a rispondere ad un bisogno umano primario, il cibo abbraccia d'altra parte anche dimensioni simboliche e culturali. Quello del cibo è un tema con ricadute economiche, sociali, ambientali, demografiche.

Il cibo è il primo collegamento tra l'essere umano e la terra, è connesso con i cicli ambientali ed inserisce l'uomo all'interno della catena alimentare. L'alimento, inoltre, è storicamente lo specchio dei tempi. Lo è in modo evidente nella sua dimensione sociale, espressa dalla condivisione e dalla convivialità. Il cibo ieri come oggi è il centro del focolare, in contrapposizione con l'esterno, meno sicuro, meno ordinato.

L'uomo è l'unico essere vivente a cuocere gli alimenti ed a condividere il pasto come momento di convivialità. Il momento della condivisione del cibo sancisce la connessione tra organismo biologico ed individuo sociale.

I pasti sono i moderni rituali di spartizione del cibo e possiedono un evidente valore simbolico: offrire, accettare, condividere cibo comporta l'affermazione ed il riconoscimento di precisi legami. I pasti condivisi, con le loro regole espresse ed inesprese, sono indicatori delle relazioni sociali e confermano un'appartenenza culturale.

Attraverso la convivialità e le sue tradizioni l'alimentazione è anche espressione socio-culturale dell'individuo e della comunità, diversa in relazione al tempo ed ai luoghi. L'antropologia ha largamente dimostrato la connessione tra le modalità di condivisione del cibo e le strutture sociali vigenti, i rapporti tra le classi sociali, le dinamiche del potere. L'organizzazione dei pasti rispecchia l'organizzazione dei rapporti all'interno di un gruppo sociale: i rapporti gerarchici, quelli tra i sessi, quelli tra genitori e figli nel nucleo familiare. Ieri come oggi i pasti celebrano i momenti rilevanti nella storia della famiglia ma anche della comunità, scandiscono i momenti del giorno ed i diversi giorni, distinguendo le giornate feriali da quelle non lavorative, scandendo le diverse festività.

Fin dall'antichità il pasto, nato come funzione biologica primaria, assume dunque le forme di un rituale elaborato regolato da precise norme e dall'alto valore simbolico, rappresentativo della società in cui è in

uso. Il pasto può essere visto come un rituale suddiviso in momenti simbolici – ad esempio l’inizio con la preghiera di ringraziamento; il taglio della carne da parte del membro più autorevole del gruppo, ecc.

Se il pasto condiviso ribadisce il senso di comunità – tra membri della famiglia, vicini, amici – come luogo sicuro entro i confini domestici, in era moderna si è assistito all’affermazione dei locali pubblici come ambienti per la consumazione dei pasti: luoghi d’incontro e di affari nei quali il cibo torna ad esprimere i propri significati simbolici.

In seguito arriva il pasto davanti a quel nuovo focolare che è la televisione.

Con l’ingresso delle donne nel mondo del lavoro, nella riconfigurazione dei ruoli e delle aspettative di ruolo all’interno del nucleo familiare si ridefinisce il rapporto col cibo e la sua preparazione: preparazione facile e veloce, ingresso nell’alimentazione dei cibi pronti e semipronti, pasti in confezioni pensate per il consumo individuale.

L’evoluzione delle dinamiche relative al consumo ed alla condivisione del cibo viaggia insieme ai più generali mutamenti delle società. Oggi un pasto può rappresentare la testimonianza della globalizzazione, dell’affermazione del villaggio globale.

Nei molteplici significati gradualmente assunti i cibi non sono solo fonti di benessere e nutrimento, ma anche portatori di uno “statuto sociale” (Jean Louis Flandrin) che significa idee, messaggi e valori, e che muta nei diversi periodi storici e nei diversi contesti geografici. Ad esempio la carne, che per secoli è stata in Occidente l’alimento a cui si associava valore, potere e prestigio sociale, l’alimento principe delle classi privilegiate (tanto che malattie dovute al suo consumo eccessivo, come la gotta, furono per anni un segno distintivo delle classi sociali elevate), oggi in molti ambienti viene quasi demonizzata. Il deterioramento della sua immagine è dovuto ad un insieme di fattori: valutazioni legate alla salute, alla sostenibilità ambientale ed alla cultura animalista, diminuzione del prestigio dovuta all’odierna accessibilità di carne, spesso scadente, anche alle masse. Il forte consumo di carne rossa è associato all’insorgenza di malattie cardiovascolari e tumori, per questo l’immagine diffusa di questo alimento è oggi molto più controversa.

I cambiamenti nella cultura e nell’etica modificano dunque la percezione degli alimenti. Non si tratta solo di reperibilità dei prodotti (legata, indirettamente, al loro prezzo), ma anche di sensibilità diffusa ed informazione. Una popolazione più attiva rispetto al passato nella ricerca e nella maturazione di informazioni sui prodotti e sulla salute opera scelte alimentari più consapevoli e complesse.

Il rapporto con il cibo è oggi l’intrecciarsi di diverse componenti: necessità, piacere del mangiar bene, socialità, consumo critico, sicurezza/insicurezza rispetto alla qualità degli alimenti, responsabilità sociale nei confronti dell’ambiente. Il rapporto con il cibo è espressione dell’identità e di uno stile di vita.

Le contraddizioni legate al cibo

L’aspetto puramente biologico del legame tra uomo e cibo, che inquadra quest’ultimo come fonte di sostentamento e frutto della lotta quotidiana per la sopravvivenza, conserva ancora oggi la propria centralità per una parte molto estesa della popolazione mondiale. Si stima che circa 870 milioni di persone sulla Terra ancora muoiano di fame. Una cifra altissima, nonostante il significativo calo registrato negli anni.

Secondo la Fao la diminuzione del numero degli esseri umani bisognosi di sostentamento (erano un miliardo nel 1990) è soprattutto effetto della globalizzazione, ed in particolare dello sviluppo dei paesi del Sud-Est asiatico. Tuttavia, si stima che persino nei paesi sviluppati circa il 5% della popolazione

abbia difficoltà a procurarsi il cibo necessario al sostentamento (stima Fao). Sono coloro che mangiano per sfamarsi più che per nutrirsi davvero.

L'alimentazione è stata e continua ad essere nel mondo, ma anche nel nostro Paese, uno degli indicatori più evidenti delle sproporzioni economiche e sociali. Nei paesi che godono di benessere da decenni è radicata la logica degli sprechi. Si produce cibo per 12 miliardi di esseri viventi, ma gli abitanti mondiali sono solo 7 ed un miliardo praticamente non si sfama. Il resto è spreco.

La contrapposizione tra morti per fame e malnutrizione e morti e malati per eccessiva e scorretta alimentazione rappresenta uno dei paradossi della modernità. Nel mondo 1,5 miliardi di individui sono in sovrappeso o obesi, con malattie legate all'eccesso di alimentazione; 500 milioni sono gli obesi. In Italia le persone in sovrappeso sono 20 milioni, pari al 33% della popolazione complessiva; 6,5 milioni sono obesi patologici (il 10,8%). Il 23,6% dei bambini è in sovrappeso. 52.000 sono i morti ogni anno per malattie legate all'obesità. I costi sanitari pubblici per malattie legate all'obesità ammontano a 23 miliardi di euro.

Queste evidenze hanno prodotto nel corso dei decenni successivi al Secondo Dopoguerra un cambiamento culturale nell'atteggiamento nei confronti del cibo, sempre più spesso associato in alcuni ambienti ad un vero e proprio nemico. Questo cambiamento ha conosciuto negli ultimi anni un'impennata, soprattutto negli Usa, dove l'emergenza sanitaria è più diffusa. Come spesso viene ricordato, negli Stati Uniti il cibo uccide più delle armi. Negli Usa più che altrove, ad esempio, mangiare sano ha un costo elevato e molti non possono permetterselo. Mangiare cibo spazzatura, al contrario, costa poco. Snack, merendine e bibite gassate sono economiche oltre che gustose (appagano il palato più di frutta, verdura, legumi e pesce).

È così anche in Italia, come conferma l'indagine svolta alla fine del 2012 dall'Università Cattolica di Campobasso: seguire la dieta mediterranea risulta più facile a chi ha un reddito alto (la segue il 72%), mentre la quota di obesi è più elevata nelle fasce di reddito basso (36%, a fronte del 20% dei benestanti). Anche il Child's Measurement Programme ha calcolato una percentuale del 12,3% di obesi tra i bambini indigenti, a fronte di un più contenuto 6,8% dei bambini benestanti.

Molti cibi a basso costo ed alto contenuto calorico vengono acquistati dai giovani e da chi ha scarse disponibilità economiche, con effetti deleteri sulla salute e l'instaurarsi di abitudini pericolose.

A fronte di dati che testimoniano un aggravamento della situazione, sono sempre più diffuse le campagne di denuncia e sensibilizzazione a favore di sane abitudini alimentari. Fra le più note c'è senza dubbio la campagna a favore dell'alimentazione sana portata avanti negli States dalla *first lady* Michelle Obama, in particolare contro l'obesità ed il *junk food*, cui contrappone il consumo di frutta e verdura provenienti dall'orto casalingo.

Permangono però fortissimi interessi economici, abitudini radicate e difficoltà economiche a contrastare l'impegno di chi promuove stili alimentari salutari. L'ex sindaco newyorkese Bloomberg avrebbe voluto ridurre la dimensione standard delle bibite gassate in vendita ma la sua proposta è stata bocciata dai giudici. Si tratta di un episodio della battaglia contro le bibite gassate e ricche di zuccheri (e contro le bevande energetiche) che sta dividendo gli Stati Uniti, tra lobby dei produttori, media, famiglie, studi medici, politica.

Anche in Italia si propose un provvedimento per la tassazione delle bevande zuccherate che poi non venne attuato soprattutto a causa della pressione delle lobby. Questi temi sono al centro, anche nel nostro Paese, di una crescente attenzione politica e sociale. Sulla scia del dibattito americano, anche in Italia la politica ha, qualche tempo fa, espresso l'intenzione di tassare il *junk food* (superalcolici, bevande gassate, succhi). Altra misura di contrasto alle malattie legate all'eccessiva e cattiva

alimentazione è quella, voluta dal Ministero della Salute, che prevede che entro il 2014 i produttori di snack e merendine riducano il contenuto di zuccheri, grassi e sodio. È anche prevista una riduzione delle dimensioni delle merendine, e quindi delle relative calorie, e dal 2016 l'etichettatura nutrizionale obbligatoria.

Provvedimenti simili sono stati attuati in Danimarca e Ungheria, ma iniziative affini a tutela della salute vengono proposte anche negli Stati Uniti, in Francia, in Gran Bretagna.

Film come *Super size me* e *Fast food nation* evidenziano e denunciano come soprattutto negli Stati Uniti i consumatori siano spesso vittime di una sorta di dipendenza dai cibi ipercalorici. Il recentissimo libro *Salt sugar fat* di Michael Moss spiega come le lobby alimentari studino accuratamente i metodi migliori per rendere i loro prodotti irresistibili per i consumatori, innescando forme di dipendenza simili a quelle tipiche del tabacco e di alcuni stupefacenti. Gli effetti maggiori sono quelli prodotti su specifiche categorie: i meno abbienti, i meno scolarizzati, i bambini. Cioè coloro che possono contare su minori difese e minore consapevolezza nelle scelte alimentari.

Queste forme di denuncia e le iniziative sopra citate sono riuscite a coinvolgere finalmente anche la società civile. Si è creata così una contrapposizione tra mercatini, menù a km zero, aziende biologiche e "Big Food" (i colossi industriali dell'alimentazione), a cui rimane tuttora assuefatta la maggioranza della popolazione nordamericana. È il *mainstream* alimentare. Una commistione di moda, facile reperibilità, condivisione sociale ed assuefazione.

Il movimento "del cibo", a differenza di quello ambientalista o dei diritti umani è ancora "giovane" e scarsamente organizzato, ma in rapido sviluppo.

Il dibattito globale sul cibo e su una nuova cultura dell'alimentazione si è già diffuso. Sotto queste pressioni persino i Big Food sono stati costretti a muoversi migliorando l'offerta per i consumatori e sostenendo il biologico, almeno come mossa di marketing.

L'impatto della crisi economica sui consumi alimentari

L'industria alimentare italiana vale 6,8 miliardi di euro (dato 2012), che equivalgono a 10 volte il mercato delle più ambite tecnologie del momento – computer, tablet, smartphone – e tre volte il business del calcio.

Il settore alimentare, tradizionalmente anticiclico e quindi impermeabile ai periodi di crisi economica, negli anni più recenti sta invece facendo registrare una battuta d'arresto. Con il calo dei consumi interni, anche la produzione ha segnato una diminuzione. Nel 2012 il calo dei volumi prodotti dall'industria alimentare è stato dell'1,4%; il fatturato (130 miliardi) è cresciuto complessivamente del 2,3% solo grazie all'export (+8%). E se il numero delle imprese del settore è rimasto stabile (6.250), gli addetti sono invece diminuiti del 4% (406.000). Il comparto ha quindi in parte subito le conseguenze della crisi economica, pur mantenendosi decisamente più solido rispetto agli altri settori industriali.

A differenza dell'export, i consumi alimentari interni mostrano una flessione. Il calo del 7,7% dei consumi alimentari dal 2007 al 2012 (dati Istat), suggerisce che oggi i beni alimentari rientrano tra i principali ammortizzatori delle crescenti spese delle famiglie e del loro ridotto potere d'acquisto. Il consuntivo 2012 delle vendite alimentari fa segnare -0,6% sui dati grezzi e -0,4% sui dati destagionalizzati. Nel 2013 si registra un ulteriore calo: -4% della spesa alimentare nei primi 9 mesi dell'anno (dati Ismea), -1,7% degli acquisti in volumi (si spende meno soprattutto perché si sceglie più spesso il low cost). I tagli riguardano anche i beni di prima necessità. Accanto all'accentuarsi della crisi non va dimenticato l'aumento dei prezzi alimentari al consumo.

I dati dell'indagine dell'Eurispes del 2014, all'interno di questo stesso Rapporto, parlano di una riduzione generalizzata di quasi tutti i tipi di spesa, indice di una condizione di sofferenza delle famiglie. Si compra meno e di minor qualità. Nell'ultimo anno l'81% degli italiani ha ridotto le spese per i pasti

fuori casa, il 75,9% ha cambiato marca di un prodotto alimentare se più conveniente. Il 58% ha cercato punti vendita più economici per l'acquisto di prodotti alimentari.

In un contesto di crisi tangibile gli ambiti nei quali la quasi totalità degli italiani si sono impegnati per risparmiare sono in primo luogo quelli del superfluo – regali, pasti fuori casa, tempo libero. Anche se in misura leggermente minore, gli italiani hanno rinunciato anche ad una parte delle spese per trattamenti estetici e di benessere, per i viaggi e per le tanto amate apparecchiature tecnologiche. Rispetto a tutti questi ambiti, per i prodotti alimentari si riscontra una maggiore resistenza a risparmiare a scapito della qualità, tuttavia la maggioranza afferma di averlo fatto.

Gli intervistati che hanno affermato di aver ridotto le proprie spese per i pasti fuori casa e per il tempo libero riferiscono nel 66,8% dei casi di sostituire sempre più spesso la pizzeria/ristorante con cene a casa tra amici. Il 42,7% degli italiani ha preso l'abitudine di portarsi il pranzo da casa nei giorni lavorativi, mentre il 41% va più spesso a pranzo/cena da parenti/genitori.

Le difficoltà economiche sembrano aver modificato molte abitudini della vita quotidiana degli italiani, anche in ambito alimentare, inducendo la maggioranza a prestare attenzione ai propri comportamenti di spesa ed adottare accorgimenti per limitare gli sprechi, anche in ambiti apparentemente poco rilevanti.

In questo quadro di contrazione generalizzata delle spese, al campione è stato domandato, limitatamente all'ambito delle spese non indispensabili, a quale di queste non vorrebbe rinunciare. La spesa a cui agli italiani costerebbe di più rinunciare sono i prodotti alimentari di qualità (37,2%). Al secondo posto si collocano gli spostamenti su mezzo privato (automobile, motoveicolo), indicati dal 12,6% del campione.

Questo risultato conferma come la cultura degli alimenti di qualità e della buona cucina sia ancora fortemente radicata, come da tradizione, nel nostro Paese.

Condotte ed abitudini si stanno tuttavia ridefinendo in relazione alla congiuntura economica. I dati Federalimentare indicano che negli ultimi 5 anni gli acquisti di prodotti alimentari hanno subito una flessione complessiva del 10%, pari a 20 miliardi di euro in meno. Diminuiti anche gli scarti alimentari: dal 30% al 7%.

Esaminando le tipologie di prodotto, emerge un aumento nell'acquisto di pasta – bene economico che consente di mettere in tavola un pasto soddisfacente –, cioccolato e gelati. In calo invece carne, salumi, frutta fresca, pesce, latticini, olio, prodotti decisamente più costosi. La carne, che 5 anni fa pesava nella composizione del paniere alimentare il 2,90%, è ora scesa al 2,59%. La pasta, al contrario, è aumentata dallo 0,58% allo 0,61%, tornando al centro dei consumi degli italiani come nei difficili anni del Dopoguerra (per oltre 10 milioni di italiani la pasta viene messa in tavola tutti i giorni).

La crisi economica ha quindi imposto agli italiani una ridefinizione del proprio paniere alimentare, con un taglio della quantità ed una selezione diversa rispetto al passato. La spesa è più ragionata, consapevole e prudente (da qui anche la riduzione degli sprechi). In questa congiuntura la flessione appare più di lungo periodo rispetto alle crisi del passato. Secondo Federalimentari le abitudini degli italiani si stanno modificando sotto diversi punti di vista: la spesa si fa più spesso (meno frequente la grande spesa settimanale al supermercato) ma comprando meno, limitando quindi lo spreco. Risulta in aumento la vendita dei prodotti più economici e di quelli di alta qualità, in calo quella di tutti i prodotti di fascia intermedia.

La contrazione della spesa nel settore alimentare è quindi in evidente collegamento con la crisi. Anche prendendo come riferimento gli ultimi 10 anni, nel quadro di una spesa complessiva delle famiglie a valori concatenati sostanzialmente stabile (0,4%), i beni alimentari rientrano tra le voci in flessione

(soprattutto negli ultimi 5 anni) – insieme a vestiario e calzature, arredamento, trasporti. In crescita invece telefonini, computer, alberghi e ristoranti.

Un'indagine realizzata da Coldiretti nel 2013 conferma i cambiamenti nei comportamenti alimentari degli italiani come conseguenza della crisi. Un italiano su tre rinuncia al pasto completo a pranzo e si ferma al primo piatto; solo il 18% fa un pasto completo, il 9% si limita ad un panino. Oltre alla razionalizzazione della spesa, all'attenzione per il rapporto qualità-prezzo e per la data di scadenza dei prodotti, le famiglie si orientano anche sulla preparazione di sempre più alimenti in casa, con conseguente aumento nell'acquisto di farina, uova, pasta. Per le fasce di popolazione in maggiore difficoltà, d'altra parte, si osserva un innegabile abbassamento della qualità dei cibi consumati. Ne è prova la fioritura nelle città italiane di negozi di frutta e verdura gestiti da egiziani, caratterizzati da prezzi bassi e qualità scadente. Aperti 24 ore su 24, con un'offerta di prodotti di seconda scelta, spesso sottoposti a controlli scarsi o con standard bassi, sostituiscono oggi molti piccoli negozi italiani.

L'attenzione all'alimentazione

In risposta a mutamenti culturali, ma anche a suggestioni di matrice eterogenea, l'approccio degli italiani all'alimentazione sta cambiando in modo evidente, benché talvolta contraddittorio.

Fattori come i canoni estetici condivisi, la diffusione della cultura del mangiar sano e della tutela della salute, la pressione della pubblicità e l'influenza dei messaggi mediatici, i ritmi di vita e la struttura della famiglia, le condizioni economiche contribuiscono a determinare gli stili alimentari adottati dagli italiani. Basti pensare a come è cambiato nei decenni il giudizio sul sovrappeso, un tempo positivo, ora demonizzato, ma anche alla diffusione delle scelte vegetariane.

L'indagine campionaria presente nel *Rapporto Italia* del 2012 attesta che oltre la metà degli italiani (53,7%) dichiara di seguire un'alimentazione abbastanza equilibrata, l'8,2% molto, ma il 30,9% poco ed il 5,7% addirittura per niente. Il 46,7% tiene abbastanza sotto controllo il peso, l'8,3% molto, il 32,3% poco, il 10,7% per niente. Il 26,1% segue qualche volta una dieta dimagrante (il 65,1% mai). Il 19,2% segue ogni tanto una dieta purificante (il 74,8% mai).

Nel determinare le scelte alimentari alle motivazioni prettamente legate alla salute si sovrappongono quelle legate a valori ed ideali.

La volontà di rispettare gli animali, impegnarsi a tutelarne i diritti e manifestare il proprio dissenso, ad esempio, contro l'allevamento industriale o la sperimentazione sugli esseri viventi, è alla base delle scelte di vegetariani o vegani (quest'ultimi escludono totalmente l'uso di prodotti animali e loro derivati). Si tratta del 7,1% degli italiani (6,5% vegetariani e 0,6% vegani), percentuale, in aumento rispetto al 6% della rilevazione dell'anno precedente (*Rapporto Italia* del 2014).

Osservando con maggiore attenzione le caratteristiche degli intervistati si può notare come la scelta di seguire l'alimentazione vegetariana riguardi soprattutto i giovani-adulti di età compresa tra i 25 e i 34 anni e sia originata dal rispetto nei confronti degli animali e dal fatto che fa bene alla salute. La maggiore attenzione a ciò che si mangia deriva dunque da una concomitanza di fattori tra cui vanno annoverati la crisi economica e gli scandali alimentari, ma anche la tutela della salute e dell'ambiente.

Nelle società ricche, che offrono non solo grande quantità ma anche grande varietà di alimenti, vige ormai sempre più spesso una sorta di terrorismo alimentare, alimentato dai numerosissimi scandali, in conseguenza del quale il cibo viene percepito più come minaccia alla salute che come un bene. Ogni tipo di alimento sembra una potenziale fonte di avvelenamento e la cerchia dei cibi "sicuri" si restringe continuamente.

Sebbene l'opinione pubblica si sollevi in corrispondenza degli scandali (l'ultimo, quello della carne di cavallo) ma col tempo l'indignazione e l'attenzione scemino ed i comportamenti della maggioranza

tornino alla normalità, la frequenza dei casi clamorosi sembra aver lasciato una traccia duratura nelle abitudini alimentari degli italiani. Diviene sempre più comune, dunque, raccogliere informazioni sul cibo che si mangia: provenienza, ma anche calorie, contenuto di grassi e zuccheri, valori nutrizionali.

In alcuni casi, in crescita rispetto al passato, le ansie rivolte alla sicurezza degli alimenti e l'attenzione alla loro affidabilità raggiungono estremi patologici. Nel 1997 è stata diagnosticata per la prima volta dal dietologo Steve Bratman l'ortoressia, l'ossessione per i cibi sani che porta ad eliminare moltissimi alimenti dalla propria dieta ed a controllare rigorosamente le etichette, alla ricerca dell'alimentazione perfetta. Nel 2009 il National Health Service ha inserito l'ortoressia tra i disturbi alimentari pericolosi. Il Ministero della Salute stima che fra i 3 milioni di italiani affetti da disturbi alimentari il 15% siano ortoressici. In molti casi l'ortoressia rappresenta l'estremizzazione delle scelte vegane o crudiste. Le categorie più a rischio sono gli sportivi, le donne in gravidanza e con bambini piccoli, le donne al di sotto dei 30 anni e gli uomini al di sopra dei 30 anni con alto livello di istruzione.

A scatenare le maggiori ansie, che poi conducono ad un approccio ossessivo nei confronti del cibo, sono stati soprattutto casi come quello della "mucca pazza", l'aviarica, le intossicazioni da mercurio presente nei pesci, i timori legati agli Ogm. Con l'ortoressia si supera la giusta consapevolezza di ciò che si mangia per sconfinare in un approccio che vede il cibo come un nemico. Ne sono caratteristiche la negazione del piacere ed il rigore quasi ascetico, la demonizzazione della maggior parte dei cibi, un pericoloso impoverimento della dieta, il controllo ossessivo dell'alimentazione come espressione di ansia, la mortificazione del corpo.

Per circa mezzo milione di italiani si può oggi parlare di vera e propria ortoressia, come semplice moda, mania passeggera o sindrome alimentare.

I comportamenti alimentari hanno significati consci e inconsci. Il cibo che un individuo sceglie di mangiare costituisce per molti versi una carta d'identità, un segno di appartenenza (alla propria terra, ad esempio, o ad una categoria etica, come molti vegetariani, vegani, fruttariani) e di distinzione, una presa di distanza da condotte che non si condividono. Le scelte alimentari possiedono una componente affettiva e culturale, in alcuni casi fortemente etica.

I fruttariani mangiano solo frutta e verdura senza danneggiare le piante, ad esempio.

Più in generale, il cibo etico costituisce sempre più spesso una moda. L'*Eat what you kill* è diventata una tendenza in voga soprattutto negli Stati Uniti e consiste nel mangiare solo ciò che si uccide personalmente, ponendosi così – secondo i seguaci della disciplina – in modo responsabile nei confronti del cibo che si mangia, con una forma di rispetto verso la natura.

Il confine tra doverosa attenzione alla dieta ed alla salute, libere scelte alimentari guidate da un approccio etico, mode o addirittura condotte ossessive appare in molti casi labile.

La ricerca della qualità

In alcuni casi la maggiore attenzione all'alimentazione rappresenta anche una riscoperta del valore culturale del cibo. Lo dimostrano il crescente interesse nei confronti del rapporto tra cibo e territorio e la diffidenza verso l'industrializzazione eccessiva del settore agroalimentare.

La diffusa esterofilia che ha caratterizzato buona parte della popolazione italiana negli anni relativamente recenti dell'invasione dei fast food sul modello americano prima e dell'etnico generico poi – indefinito e spesso di scarsa qualità, simboleggiato dal kebab – sembra ora in ribasso rispetto alla predilezione per il *Made in Italy*. Benché le diverse mode portino molti italiani alla sperimentazione culinaria e si affermino con innegabile successo – si pensi alla sushi-mania degli ultimi anni –, la maggioranza dei nostri connazionali appare propensa ad affidarsi ai sapori nazionali, locali, regionali, come più certa garanzia di qualità e di affidabilità.

Gli ultimi anni raccontano una innegabile diffusione della cultura del mangiar sano, amplificata dallo spazio su Tv e giornali dei consigli dei nutrizionisti. Se i consumi alimentari rimangono fermi in questa difficile congiuntura, quelli di nicchia (biologici, di origine controllata e protetta, equo solidali ecc.) segnano invece un incremento: nelle scelte di molti italiani la qualità prevale sulla quantità. Il 70% degli italiani afferma di acquistare almeno il 20% degli alimenti biologici. Tra questi, il 71% acquista cibi bio per tutelare la salute, il 46% per la tutela dell'ambiente, il 40% per il gusto, il 20% per il benessere degli animali. Più del 70% si dice "molto preoccupato" dall'inquinamento dell'aria e dell'acqua e dai pesticidi nel cibo (fonte Ocse).

L'indagine contenuta nel *Rapporto Italia* del 2012 indica che il 77,6% degli italiani nell'acquisto di prodotti alimentari privilegia il *Made in Italy*. Il 46,4% compra spesso prodotti con marchio Dop-Igp-Doc. Il 76,8% controlla l'etichettatura di provenienza dei prodotti. Sono una minoranza (30,7%) coloro che indipendentemente dalla provenienza scelgono i prodotti più economici. Acquistando prodotti alimentari un decimo degli italiani (10,7%) preferisce il mercato di vendita diretta; il 56,1% la grande distribuzione, il 16,6% i discount, il 15,3% i negozi del vicinato.

Nell'ambito di questa tendenza va letta anche la crescita dei *farmer markets* e della spesa a km zero, il cui successo testimonia la sensibilità verso il rispetto della stagionalità dei prodotti. Lo dimostrano gli 8.400 punti vendita in Italia che aderiscono alla Campagna Amica promossa da Coldiretti ed i Mercati della terra di Slow Food. Queste iniziative rappresentano il tentativo di riavvicinare città e campagna, di accorciare la filiera, di riscoprire prodotti di stagione e territorio, di promuovere consumi alimentari consapevoli e responsabili.

I principi cardine sono il rispetto della stagionalità e la volontà di sfruttare le peculiarità del territorio. Non è un caso se questo settore dell'alimentare risulta meno in crisi rispetto agli altri. Nel 2012 gli acquisti diretti di prodotti alimentari dai produttori hanno conosciuto un incremento del 40%. Circa 21 milioni di persone hanno frequentato i mercati nel 2012.

Come la maggiore attenzione al biologico, in parte ciò può essere conseguenza dei frequenti scandali alimentari che tanto risalto hanno avuto sui media. Sta quindi emergendo una rinnovata cultura del cibo. È una mentalità che si può definire *Slow food* – come l'associazione internazionale fondata in Italia da Carlo Petrini in contrapposizione allo stile alimentare del *Fast food*, la cui filosofia si basa sull'educazione al gusto, al piacere del cibo, alla difesa delle tradizioni agricole locali dall'omologazione e dalle manipolazioni genetiche. I consumatori Slow food sono la parte più istruita ed esigente della popolazione, con una buona percentuale di giovani: consultano le guide cartacee ed online ai locali di ristorazione, praticano il turismo enogastronomico, si interessano ai percorsi del gusto, partecipano a degustazioni, mangiano cibo biologico con una buona frequenza. Prestano inoltre attenzione alla dimensione etica e dimostrano fiducia nelle associazioni dei consumatori.

Lo dimostra anche il successo di *Eataly*, supermarket degli alimenti di alta qualità, legati al territorio, che continua a moltiplicare i propri punti vendita.

Ma i segnali della crescente attenzione nei confronti del cibo di qualità e dell'alimentazione sono molteplici. L'edizione 2012 di *Cibus*, Salone Internazionale dell'alimentazione, a Parma, sui temi dell'alimentazione equilibrata e genuina e sul *Made in Italy*, ha fatto registrare un grande successo: 63.000 visitatori, 1.000 giornalisti accreditati, 2.300 aziende espositrici (tra cui ben 350 aziende di prodotti biologici).

Va poi segnalata *Terra madre*, la rete mondiale che riunisce soggetti impegnati nella salvaguardia della qualità delle produzioni agroalimentari locali e la biodiversità, creata da Slow Food nel 2004.

Altrettanta vivacità si segnala intorno al Salone del gusto (prima edizione nel 1996), anch'esso organizzato da Slow Food in collaborazione con il **Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali**, prestigiosa vetrina per i produttori dell'agroalimentare internazionali.

Tutte espressioni che favoriscono lo sviluppo di un processo culturale oltre che commerciale.

Questa diffusione anche presso le masse di una più consapevole cultura dell'alimentazione trova espressione anche nel rinnovato interesse verso i mercati in città, nel successo degli itinerari enogastronomici in cui il turismo sposa sempre più spesso il piacere della buona tavola (con i prodotti locali) e dell'agriturismo.

Anche sul fronte dell'offerta ristorativa si possono osservare tendenze coerenti con questa crescente ricerca di qualità. Nascono e si moltiplicano i locali di ristorazione multifunzione, in grado di offrire dalla colazione all'ultimo drink serale, diversificando l'offerta a seconda dell'orario. Dall'altro lato si diffondono i *concept food*, locali estremamente specializzati che offrono un unico tipo di alimento (hamburger, pesce, baguette, ecc.), in ogni versione e con l'obiettivo della massima qualità. Si moltiplicano persino i "panini d'autore", in una commistione tra vecchi fast food e slow food all'insegna della qualità, di qualunque prodotto alimentare si tratti. E divengono sempre più frequenti in questi locali le indicazioni, in evidenza per i consumatori, delle materie prime con la loro origine geografica, il marchio, l'etichetta che ne richiama l'eccellenza.

Il piacere del cibo, tra moda e ossessione

L'Italia è agli occhi del mondo il Paese del buon cibo, quasi universalmente identificata con esso, al punto che un indubbio punto di forza rappresenta oggi persino un luogo comune abusato. A rafforzare lo stereotipo che ci vede come la nazione perennemente impegnata a coltivare il piacere della tavola – si pensi a come ci rappresentano libri, pellicole cinematografiche e telefilm stranieri – concorre senza dubbio una tendenza osservata negli anni più recenti. Sempre più programmi televisivi, pubblicazioni e siti Internet hanno al centro il cibo, con un'attenzione che talvolta sembra sconfinare nell'esagerazione se non nell'ossessione – in questi casi si arriva a parlare di *food porn*: pornografia del cibo.

Anche in passato esistevano numerose trasmissioni che davano spazio al cibo ed alla gastronomia nostrana (*Lineaverde, Melaverde, La domenica del villaggio, Fornelli d'Italia* ecc.), ma la nuova tendenza si caratterizza non solo per la pervasività dei programmi di cucina nei palinsesti, ma anche per la spettacolarizzazione che li accompagna. Sposano in molti casi il genere televisivo d'intrattenimento per eccellenza di questi anni, il *talent show* tanto di moda. I nuovi divi mediatici sono i cuochi (Carlo Cracco, Joe Bastianich, Gordon Ramsey, Alessandro Borghese, Benedetta Parodi), ma anche il fondatore della catena di gelaterie Grom Guido Martinetti, l'inventore di Slow food Carlo Petrini, Oscar Farinetti di Eataly. Non solo autorevoli opinionisti ed esempi positivi, ma in molti casi veri e propri personaggi dello spettacolo.

La nuova dilagante tendenza della "cucina spettacolo" è protagonista dei palinsesti delle reti generaliste rivolte al grande pubblico come delle reti tematiche. Non si tratta di un fenomeno tutto italiano, si può anzi dire che la moda è iniziata all'estero e molti programmi ora noti in Italia derivano direttamente da format stranieri. Ma l'invasione che ha travolto l'Italia è non solo sorprendente, ma anche in linea con una tendenza culturale e sociale facilmente percepibile nel Paese.

La Prova del Cuoco, in onda già dal 2000, è stato uno dei programmi pionieri. Poi sono arrivati Cotto e Mangiato, I Menu di Benedetta, il talent show Master Chef – fenomeno delle ultime stagioni televisive e consacrato dall'onore di una imitazione da parte del comico Maurizio Crozza – La terra dei cuochi, addirittura in prima serata su Raiuno, i tantissimi programmi di cucina proposti da Real Time (Cucine da Incubo, Cucina con Ale, L'Ost, Cortesie per gli Ospiti, Il Boss delle Torte, Bake off Italia), Hell's kitchen, Cuochi e fiamme, e addirittura serie tv come l'italiano Benvenuti a tavola e gli stranieri Kitchen Confidential e Masseria Sciarra sulle reti satellitari. Su Gambero Rosso Channel diventano chef persino i bambini.

In televisione ma anche in radio si moltiplicano non solo i programmi di cucina, ma anche le rubriche all'interno di altre trasmissioni contenitore e persino dei Tg.

I libri best seller sono spesso libri di cucina, basti pensare al numero di copie vendute dalle ricette dichiaratamente semplici e veloci – per tutti – di Benedetta Parodi.

Pentole e fornelli dilagano comunicando la centralità del cibo come piacere da coltivare e della cucina come attività per tutti, ma anche raffinata, creativa, divertente, espressione di talento e personalità, di una cultura locale e nazionale. Il coinvolgimento abbraccia tutte le fasce d'età e tutte le classi sociali, come testimonia il recente boom dei corsi di cucina. Dalle casalinghe ai professionisti, dai giovani ai pensionati, si osserva un rinnovato interesse non solo per i corsi di cucina base, ma anche per corsi specializzati alla moda, come il dilagante *cake design*, l'arte della decorazione dei dolci.

Questa tendenza è probabilmente favorita dal fatto che si mangia di più in casa e meno al ristorante a causa della crisi.

Altre prove dell'attenzione nei confronti del cibo arrivano dall'aumento dei lettori non solo delle classiche guide ai ristoranti, alle trattorie, ai vini, ma anche dalla grande vivacità dei siti Internet dedicati al tema: Blog, forum, siti tematici offrono segnalazioni, commentano l'offerta gastronomica delle strutture ristorative e dei punti vendita sparsi sul territorio nazionale (ed internazionale) ed ospitano commenti degli utenti, confronti, valutazioni e scambi di suggerimenti. Si sono così create vere e proprie comunità virtuali animate dai cosiddetti "gastrofanatici". A questi si affiancano i numerosissimi siti di ricette e videoricette, ormai più consultati dei libri di cucina tradizionali e scenario di una partecipazione attiva ed assidua da parte degli utenti.

Proprio la Rete è divenuta il contesto privilegiato per le manifestazioni più fanatiche di questa tendenza: quello che viene ormai battezzato come il fenomeno del Foodstagram (dal nome della applicazione fotografica Instagram), cioè l'invasione, soprattutto sui Social Network, delle fotografie dei piatti che si mangiano e si cucinano.

Una condotta in alcuni casi compulsiva, tanto che il reparto psichiatrico del Women's College Hospital all'Università di Toronto ha denunciato il rischio che si tratti della spia di un disturbo alimentare.

Senza arrivare ad eccessi palesemente patologici, questo tam tam mediatico determina mode e nuove abitudini – alimenti e tipi di cucina diventano più in voga rispetto ad altri, ricette ed approcci culinari prevalgono su quelli del passato, la presentazione e la componente estetica dei piatti assumono un ruolo più centrale.

In conclusione, verrebbe da dire che oggi il cibo si presenta sempre più spesso non solo come un piacere ed un hobby, ma come un nuovo oppio per dimenticare i problemi.

Raffaella Saso