

Colantonio / Corbino / Di Bon Pelliccioli  
Monaco / E. Quintiliani / M. Quintiliani

# expo.eat

IL CIBO AI TEMPI DELL'EXPO

*"Mangiare è una necessità.*

*Mangiare intelligentemente è un'arte"*

*(F. De La Rochefoucauld)*

Il comparto agroalimentare è uno dei pochi settori in crescita della nostra economia, ed è il primo, per numero e fatturato, davanti a meccanica e tessile. Apripista nelle esportazioni e autorevole ambasciatore italiano nel mondo, è un settore dove non ci mancano le materie prime, di cui molte rappresentano vere e proprie eccellenze, né le capacità di dare un altissimo valore aggiunto ai prodotti agricoli. Qualità e territorio sono i punti di forza del cibo made in Italy.

Temi del libro sono anche sicurezza, rintracciabilità, etica aziendale e consapevolezza dei nuovi consumatori, senza tralasciare mode e tendenze attuali di una realtà sempre più interconnessa e proprio per questo spesso sfuggente. Cibo come nutrimento e cibo come esperienza sensoriale.

Se è vero che siamo (anche) quello che mangiamo, capire cosa mangiamo e cosa mangeremo è un elemento importante della nostra identità, un fattore aggregante di altre energie positive. E su questi temi, sul mangiare sano e buono, "con un nome e cognome", il Mondo è ben disposto ad ascoltarci.

Expo Milano 2015 ci dà la voce che forse prima mancava e dice che è ora il momento. Prendiamoci il palcoscenico.



isbn 9788897776628 | iemme edizioni | euro 9,90

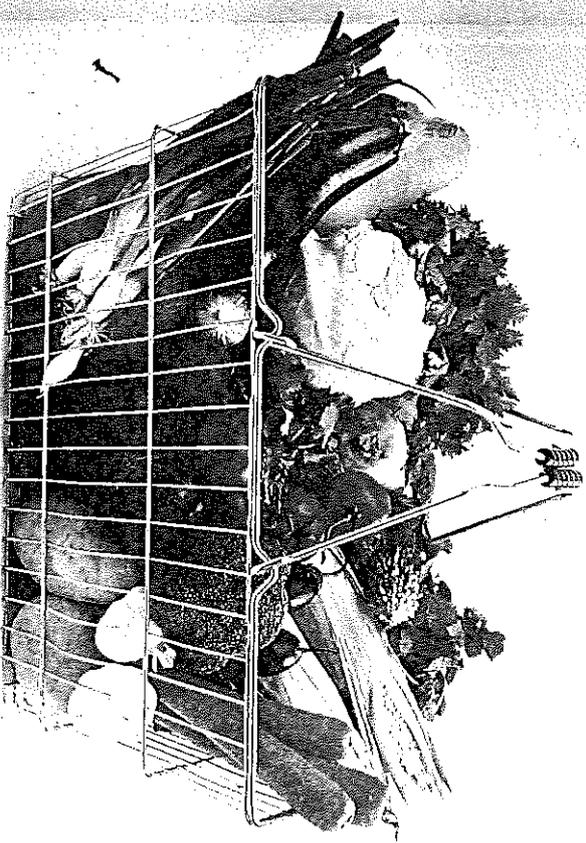
expo.eat IL CIBO AI TEMPI DELL'EXPO

Colantonio / Corbino / Di Bon Pelliccioli  
Monaco / E. Quintiliani / M. Quintiliani

# expo.eat

IL CIBO AI TEMPI DELL'EXPO

- La crescita dell'agroalimentare
- Il "ritorno" di qualità e territorio
- Cibo made in Italy e le esportazioni
- Alimentazione sostenibile, stili di vita e nuove tendenze
- Tutela del consumatore e sicurezza alimentare



iemme edizioni

collana PIANO B



**Colantonio / Corbino / Di Bon Pelliccioli  
Monaco / E. Quintiliani / M. Quintiliani**

# **expo.eat**

**IL CIBO AI TEMPI DELL'EXPO**

---

Colantonio / Corbino / Di Bon Pelliccioli  
Monaco / E. Quintiliani / M. Quintiliani  
**expo.eat**

ISBN 9788897776628  
© Iemme Edizioni 2015

Iemme Edizioni  
Via Costantinopoli, 53 | 80138 Napoli  
tel. +39 081 451358 | info@iemmedizioni.it

Progetto grafico e impaginazione: Luca Mercogliano | luca@manifatturedigitali.it

*I diritti di traduzione, riproduzione e adattamento totale o parziale e con qualsiasi mezzo  
(compresi microfilm e copie fotostatiche) sono riservati per tutti i Paesi.*

**iemme** edizioni

# Indice

## MAPPA DEL LIBRO

NOTA INTRODUTTIVA di Vincenzo Borrelli

pag. 7  
9

## 1. IL CIBO AI TEMPI DELL'EXPO

Expo Milano 2015 e l'agroalimentare:

un'occasione davvero unica

I numeri sciaciacrisi del settore Agroalimentare

Case study: Azienda Manifatturiera Italia,

da oltre 150 anni sulle nostre tavole

pag. 11

12

13

## 2. QUALE NUTRIMENTO PER IL PIANETA?

Global food

L'Altro Commercio

Comprare insieme

pag. 19

28

33

## 3. ITALIANS DO IT BETTER

La geografia delle eccellenze italiane

La battaglia per il made in Italy

Case study: Italy vs France

pag. 39

44

48

## 4. NON SOLO DOP E IGV

I Distretti agroalimentari italiani

I Distretti e l'export agroalimentare

Case study: il pomodoro, il nostro oro rosso

pag. 53

58

60

## 5. DAL CARRELLO DELLA SPESA AL FOOD MARKETING

Consumi alimentari

Verso il food marketing sensoriale

Virtual food

pag. 65

73

74

## 6. L'ERA DEL POST FAST-FOOD

La scelta del cibo. *The rise of the selectarians*

Alimentazione sostenibile. Noi e il cibo

Cibo. Posizioni contro

pag. 81

92

97

## 7. L'AZIENDA VIRTUOSA

L'immagine etica aziendale e "il gorilla invisibile"

Il metodo organizzativo e il Codice Etico

Case study: l'orientamento sessuale come criterio

di classificazione del consumatore?

pag. 105

106

108

## 8. LA TUTELA DEL CONSUMATORE

L'informazione al consumatore

I controlli alimentari e la difesa del cibo

Case study: come leggere un'etichetta

pag. 113

118

122

## 9. CIBO SICURO. CIBO CHE EMOZIONA

Seguire il cibo passo passo:

la questione della rintracciabilità.

Trendy food: le nuove tendenze dei consumi alimentari

Le emozioni del cibo.

pag. 129

135

149

## 10. LE FRODI ALIMENTARI

La difesa del consumatore. Profilo civilistico

Profilo amministrativo

Profilo penale

pag. 167

169

170

## 11. DOPO IL BANCHETTO

Smaltimento dei rifiuti

I nuovi reati ambientali

Case study: la terra dei fuochi

pag. 177

183

185

## 12. ITALIA DA ESPORTARE:

GLI INGREDIENTI DI UNA BUONA RICETTA

Export: l'offerta eccellente di cibo eccellente

I prodotti italiani più apprezzati dagli stranieri

e quelli con maggiore potenzialità inespresse

Case study: l'origine del prodotto alimentare

Made in, questo sconosciuto

Focus: i Paesi Arabi e l'agroalimentare

pag. 189

200

205

209

pag. 213

INDICE

## QUALE NUTRIMENTO PER IL PIANETA

Alberto Corbino

### GLOBAL FOOD

#### Brevissima storia del global food

Sul finire del secondo conflitto mondiale, il mondo inaugurò una nuova stagione per l'agricoltura, poi definita "rivoluzione verde", e il cui protagonista fu lo scienziato americano Norman Borlaug, incaricato nel 1944 dalla fondazione Rockefeller di trovare il modo per aumentare la produttività agricola in Messico.

*"Mentre le bombe scuotevano i campi di battaglia, venivano poste le fondamenta per l'industrializzazione delle campagne".* Paradossalmente "i mezzi per produrre esplosivi dal nulla erano stati scoperti tre decenni prima da due scienziati tedeschi che, nel 1910, erano riusciti a convertire l'azoto atmosferico in ammoniaca, un ingrediente essenziale sia nei fertilizzanti artificiali che nel tritolo".<sup>2</sup>

Fu così che, incrociando frumenti bassi e frumenti altamente produttivi, Borlaug ottenne frumenti di taglia contenuta capaci di grandi produzioni e il Messico passò dal dover importare la metà del frumento nel 1956 a esserne esportatore nel 1964. Un indiscutibile successo.

La locuzione *rivoluzione verde* è stata coniata quindi per indicare un approccio innovativo ai temi della produzione agricola che, attraverso l'impiego di varietà vegetali geneticamente selezionate, fertilizzanti, fitofarmaci, acqua e altri investimenti di capitale in forma di mezzi tecnici, ha consentito un incremento significativo delle produzioni agricole in gran parte del mondo tra gli anni Quaranta

2. Quale nutrimento per il pianeta

1. <http://borlaug.tamu.edu/>.

2. P. Lymbery, I. Oeckeshott "Farmageddon", Ed. Nutrimenti, 2015, pagg. 11 e ss.

e gli anni Settanta del secolo scorso. Dopo le sperimentazioni degli anni Quaranta, le tecnologie furono esportate all'estero, trovando applicazione in tutto il mondo. La crescita dei rendimenti era tale da consentire all'agricoltura di tener testa alla crescita della popolazione: la produzione pro capite aumentò ogni anno dopo il 1950.

Se la matematica non è un'opinione, la denutrizione non avrebbe dovuto più essere un problema della società contemporanea.

Ancora oggi, secondo la FAO - Food and Agriculture Organization delle Nazioni Unite -, nel mondo vi sono oltre 805 milioni di persone denutrite,<sup>3</sup> su un totale di 7 miliardi e 300 milioni circa, quindi l'11% della popolazione. Certo un buon successo se si pensa che nel 1990 erano poco più di un miliardo. Ma francamente, la diminuzione del 20,6% in oltre 20 anni non è poi un risultato eccezionale, soprattutto con la tecnologia e le risorse economiche che ha oggi a disposizione l'umanità.

Il risultato è ancora più deludente qualora si consideri che, mentre alcuni Paesi, oggi grandi potenze, hanno fatto dei passi in avanti notevoli - la Cina dal 1992 ha quasi dimezzato la sua popolazione denutrita (oggi 150 milioni), altri sono andati molto a rilento (India 9,5%, Sri Lanka 2,6%) mentre in molti altri Paesi la situazione è addirittura peggiorata.

Analizzando attentamente il report sulla sicurezza alimentare 2014 della FAO, contiamo ben 30 Paesi in cui la percentuale di popolazione denutrita è aumentata anziché diminuire, e nella maggior parte dei casi con percentuali preoccupanti: + 39,7 % in Pakistan, + 63% in Guatemala e Namibia, + 134% in Uzbekistan, + 167 % in Tanzania.

Che la guerra (+460% in Iraq) o i dittatori (+ 94% in Corea del Nord) creino la fame, è un dato abbastanza scontato. Ma dietro quegli 805 milioni di denutriti che popolano le campagne, i deserti, le periferie urbane del mondo c'è altro che un problema di governance legati a singoli paesi o a regioni.

3. Le cifre di seguito riportate sono tratte da: UN - FAO/IFAD/WFP "The state of food insecurity on the World - 2014"; e UN - FAO "The State of Food and Agriculture", 2013.

Un suggerimento lo diede, oltre cinquant'anni fa, un'altra scienziata americana, Rachel Carson,<sup>4</sup> una biologa marina che nel 1962 scrisse il libro "Silent Spring" (Primavera silenziosa) che per la prima volta metteva in dubbio le pratiche agricole maggiormente adottate in quegli anni, in particolare l'uso dei pesticidi, incontrando una feroce opposizione dall'industria chimica statunitense, che faceva uso in agricoltura di tecnologie ritrovate durante la guerra. "Svilupparono agenti per guerra chimica, alcune sostanze prodotte in laboratorio risultarono letali per gli insetti, largamente usati per testare le sostanze mortali sull'uomo", come ricorda la stessa Rachel Carson: "la scena era pronta perché armi di distruzione di massa diventassero mezzi di produzione di massa in agricoltura".<sup>5</sup>

La rivoluzione verde, lo sfruttamento intensivo della terra e dell'acqua, la maggior produzione ad ogni costo, supportata dalla chimica a briglia sciolta (era in voga l'uso del DDT, poi bandito), avevano degli effetti ambientali devastanti, tanto da ridurre al silenzio la primavera, privata di grilli e uccellini, a simboleggiare l'interruzione della catena alimentare e quindi del ciclo della natura e del millenario rapporto uomo-agricoltura.

Ma il problema, secondo molti osservatori non è solo nella questione ambientale.

A quanto pare, il modello di agricoltura e allevamento intensivi non sta nutrendo il pianeta, né i suoi abitanti. Almeno non come dovrebbe, non come potrebbe. Piuttosto pare ne stia facendo arricciare pochi, ridurre sul lastrico molti (piccoli contadini, allevatori, pescatori, trasformatori) denutrendo ancora troppi, ingrassando con cibo spazzatura tantissimi.

Secondo la FAO,<sup>6</sup> nel mondo, il 25,7% dei bambini soffre di arresto della crescita dovuto a denutrizione, mentre l'11,7% della popolazione è obesa. Quindi il 37,2% della gente che abita questo

4. <http://www.rachelcarsoncouncil.org>.

5. Farmageddon, pag. 11, op. cit.

6. UN - FAO - Report: The State of Food and Agriculture, 2013. Le osservazioni su deficit di crescita fanno riferimento all'anno più recente (quindi anni vari), mentre quelli sull'obesità al 2008.

planeta (ben oltre un terzo) è ufficialmente malata a causa di malnutrizione o da poco cibo (e poco nutriente) oppure da troppo cibo (e di cattiva qualità).

Ovviamente, nel mondo la percentuale di denutriti è inversamente proporzionale alla ricchezza del Paese, mentre la percentuale di obesi è direttamente proporzionale.

Le statistiche della FAO sono chiare come chiaro è anche un altro dato: nel 1990 le Nazioni Unite avevano lanciato la sfida degli Obiettivi del millennio:<sup>7</sup> in 25 anni avrebbero dovuto raggiungere 8 traguardi riguardanti le più grandi emergenze del pianeta. La prima: stradicare fame e povertà, dimezzando il numero di persone che vivono con meno di un dollaro al giorno (il che presuppone l'incapacità a nutrirsi adeguatamente); entro il 2015. Nonostante alcuni progressi, questo obiettivo è molto lontano dall'essere raggiunto, in tutte le macro regioni della FAO, con eccezione delle "regioni sviluppate": I paesi in via di sviluppo, i paesi a basso reddito, 23 paesi africani,<sup>8</sup> 27 paesi asiatici, 7 paesi latino americani e 1 in Oceania, non sono riusciti a raggiungere l'obiettivo. In molti casi, come abbiamo visto, la situazione è addirittura peggiorata.

Di seguito proveremo a descrivere, in maniera rapida, lo stato del cibo nel mondo, esaminando sia numeri e fatti del cibo-merce scambiata sui mercati globali sia quei tanti movimenti di consumatori, coltivatori, commercianti che vivono un rapporto alternativo col cibo e che oggi costituiscono nicchie di mercato importanti.

### Il global food oggi

"Troppo cibo in poche mani", recita il titolo di uno degli speciali che *Valori*, rivista di economia sociale, finanza etica e sostenibilità, nel gennaio 2014<sup>8</sup> dedica alla situazione agroalimentare globale. Una manciata di multinazionali dell'agroindustria hanno oggi il controllo sulla produzione agroalimentare globale, dai semi ai

7. MDGs: Millennium Development Goals (<http://www.un.org/millenniumgoals/>).

8. Nel 2014 la rivista *Valori* ha dedicato una serie di numeri monografici per descrivere il fenomeno del cibo globale da cui sono tratte le informazioni che seguono.

prodotti trasformati. Un po' di dati, che aiutano a capire dimensioni e proporzioni del fenomeno.

Secondo quanto riporta *Valori*, le dieci sorelle del cibo nel mondo sono:

- CPF - Charoen Pokpham Food. Fondata a Bangkok nel 1921, è la più grande azienda alimentare in Asia e il maggior produttore di alimenti per animali nel mondo (fatturato 2012: 11,4 miliardi di dollari USA).

- Monsanto. Compagnia USA fondata nel 1901, leader del mercato dei semi, controlla il 90% del mercato OGM. È tra i più grandi produttori al mondo di agenti chimici (fatturato 2011: 11,8 miliardi di dollari).

- Yare. Compagnia norvegese leader mondiale nella commercializzazione e commercio di fertilizzanti, ma anche fornitore di CO2 e prodotti azotati per l'industria degli esplosivi. Fatturato 2012: 84,8 miliardi USA.

- Sygenta: Fondata nel 2000 dalla fusione tra le sezioni agro-alimentari di due società farmaceutiche, la svizzera Novartis e la britannica Astra-Zeneca - è leader del mercato dei pesticidi. Fatturato 2012, 14,2 miliardi di dollari.

- Cargill, ADM, Bunge, Louis Dreyfus si spartiscono gran parte del commercio di soia e cereali. Cargill è il più grande commerciante di grano al mondo (nel 2013: 136,7 miliardi di fatturato) Bunge della soia, Louis Dreyfus di soia e cotone.

- Nestlé: società svizzera leader assoluta di prodotti alimentari trasformati. Controlla il 60% del mercato di alimenti per l'infanzia in America latina e in Brasile fino al 91% di quello del latte in polvere. Fatturato 2013: 103 miliardi USA.

- Walmart: leader mondiale della vendita al dettaglio di prodotti alimentari. Fatturato 2013: 469 miliardi di dollari USA.

### Cibo di animali di allevamento

È un giro di affari di 350 miliardi USD, e le dieci maggiori corporation del settore ne controllano il 15,5%.

Quattro corporation controllano il 99% del pollame di allevamento.

Sementi. Le dieci maggiori corporation (le stesse del settore pesticidi) controllano il 75% del mercato delle sementi, per un giro di affari di 34,5 miliardi USD. Di queste, la Monsanto (USA) ne detiene il 26% m seguita dalla Du Pont (Pioneer, USA) con il 18,2%. Due sole compagnie detengono oltre il 44% del mercato.

Fertilizzanti. Le dieci maggiori corporation controllano il 55% del mercato dei fertilizzanti, per un giro di affari di 90,2 miliardi USD. La Yara (Norvegia) ne detiene il 12 %, la Mosaic e la Agrium, entrambi USA, rispettivamente l'11,4 e il 10,1%.

Pesticidi: le dieci maggiori corporation controllano il 97,8% del settore, per un giro di affari di 44 miliardi USD. La prima risulta essere la Sygenta (Svizzera) con il 23,1% e le tedesche Bayer e BASF con il 17,1 % e il 12,3 %.

L'agricoltura italiana fa ricorso a pesticidi in maniera massiccia (5,6 kg per ettaro coltivato), molto più rispetto agli Stati Uniti (2,2), la Francia (2,9) o il Regno Unito (3), ma meno di Nuova Zelanda (9,5), Cina (10,3) Giappone (13,1).

Un discorso più approfondito meritano altre 10 sorelle, ovvero le multinazionali con decine di marchi e sottomarchi che identificano gran parte del cibo trasformato e confezionato che acquistiamo quotidianamente. Secondo la Ong inglese OXFAM, ABF - Association British Food, Coca - Cola, Danone, General Mills, Kellogg's, Mars, Mondelez International (ex Kraft Foods), Pepsi-Co, Unilever e la già citata Nestlé "generano collettivamente entrate superiori a 1,1 miliardi di dollari al giorno"<sup>9</sup>.

La situazione di oligopolio mondiale la ritroviamo per tutto ciò che riguarda il cibo, in particolare per i prodotti più richiesti e commercializzati: latte, frutta, carne, pesce.

Per continuare a portare esempi, su cui invito tutti a fare una propria ricerca di approfondimento, il mercato mondiale delle banane, una dei prodotti più diffusi al mondo, è detenuto per circa il 45%

9. OXFAM le ha classificate tutte in base a sette parametri etici e tutti punteggi e le relative informazioni sono visualizzabili sul sito della campagna [www.behindthebrands.org](http://www.behindthebrands.org).

da 5 sole compagnie: Chiquita (Usa) 13% (fatturato 2013 di oltre 3 miliardi di dollari), Del Monte (USA) 12%, Dole (USA) 11%, Fyffes (Irlanda) 6% e Gruppo Noboa SA (Ecuador) 2% .

È facile ipotizzare che la carne, prodotto ad alto valore aggiunto, sia oggetto di grande attenzione da parte delle corporation.

Nel 2013, stima un report della Henrich Boll Foundation di Berlino e di Friends of Earth of Europe, i Paesi emergenti e in via di sviluppo hanno registrato un consumo procapite di carne pari 33,3 chili all'anno, arrivando a raddoppiare i consumi del 1950. All'epoca la produzione mondiale di carne era pari a 44 milioni di tonnellate l'anno, oggi siamo a 308,2 milioni di tonnellate, e il consumo per persona viaggia sui 43,3 chili (quasi 80 su mercati consolidati). A beneficiare di queste nuove opportunità di business saranno le grandi corporation del settore, concentrate in poche aree chiave: Stati Uniti, Brasile, Europa, Cina e Giappone.

La JBS (Brasile) è la più grande corporation del settore (38,7 miliardi di dollari nel 2012), seguita da altri colossi come Cargill (USA - 32,5 miliardi) che controlla da sola oltre un quinto del mercato statunitense della carne, il maggiore in termini di consumo procapite. O la TysonFood (USA), 33,5 miliardi, il secondo più grande operatore nella lavorazione di pollame, maiale e carne bovina. La WH group (Cina) è in forte ascesa, dopo aver acquisito la statunitense Smithfield Foods (USA) ed è attiva anche in Europa.

#### Latte

Nel 2012, nelle mani delle prime dieci multinazionali del settore latte e latticini, è passato 1/6 del latte prodotto su scala globale.

#### Pesce

E per finire, il pesce, un settore in crescita nel quale si registra un boom dell'acquacoltura, quindi del pesce allevato rispetto al pescato.<sup>10</sup> Dal 1960 a oggi, dice la FAO, il consumo annuale pro-capite

10. Valori 125, 2015. Pag. 10 e seguenti.

di prodotti ittici è passato da 9,9 a 19 chili, con l'Europa a guidare la classifica per continenti. Il dato più rilevante è proprio la crescita quasi esponenziale dell'aquacoltura, che rappresenta oggi circa il 42% della produzione di prodotti ittici (oltre 66 milioni sui 157 milioni di tonnellate totali), e cresce a un ritmo di circa il 5% all'anno dal 2006 al 2012, un vero miracolo economico specie in tempo di crisi economica, mentre la pesca è cresciuta solo di uno 0,5% nell'intero periodo.

A ciò va aggiunta la pesca illegale che, secondo il Dipartimento del Commercio degli Stati Uniti, è stimabile tra le 11 e le 26 milioni di tonnellate (quindi 1 pesce su 61).

La Cina si conferma come primo produttore mondiale, con un'incidenza pari al 37% del totale globale, di cinque volte superiore al 1961; dagli allevamenti cinesi esce oltre il 60% del prodotto mondiale, mentre altri 4 paesi asiatici (India, Thailandia, Indonesia, Vietnam) sono responsabili per un ulteriore 17% circa.

Anche gli oceani hanno i loro padroni del vapore, ovvero grandi compagnie multinazionali che si dividono la grande torta della pesca. Unimed Glory, compagnia greca che conta 50 navi peschereccio; Parleviet Et Van Der Plas, compagnia danese con oltre 1550 dipendenti e navi peschereccio battenti bandiera danese, tedesca o lituana;

Cornelis Vrolijk, compagnia olandese con 600 addetti (100 a terra e 500 in mare), divisi su una flotta di pescherecci frigoriferi registrati oltre che nei Paesi Bassi anche in Francia e in Inghilterra. Willem Van der Zwan en Zonen, compagnia olandese con controllate in Nigeria, Perù, Ghana.

Albacora, compagnia spagnola che ha 18 navi pescherecci, e che si occupa in tutti gli aspetti della cattura del tonno, dalla pesca alla trasformazione. La flotta naviga anche in Oceano Indiano e Pacifico e il suo fatturato è di circa 340 milioni di euro (2012).

Baltanta: il dossier di Valori lo definisce "un intreccio di paradisi fiscali... prima detenute da imprese registrate in Liechtenstein e a Panama."

### Caffè

E, dulcis in fundo, come ad ogni buon pasto, il caffè.

"L'80% del caffè prodotto su scala globale viene esportato all'estero, generando un giro d'affari di 33 miliardi di USD, che diventano 100 sul mercato retail (bancone del bar o scaffale del negozio). Il settore resta piuttosto concentrato col dominio di pochi mega gruppi alimentari, come Nestlé, DE Master Blenders, Mondelez (queste ultime due in attesa del via libera dell'antitrust per la fusione) e quattro grandi operatori del settore torrefazione: Smucker's, Strauss, StarBuck's e Tchibo. Si stima che il 40% di tutto il caffè consumato nel mondo sia processato da appena 10 multinazionali. Ne bastano appena tre, la tedesca Neumann Gruppe e le svizzere Volcafe e Ecom, per coprire il 50% del trading sulla materia prima"<sup>11</sup>

Tutto ciò è il quadro, sostengono in molti, di un mercato in cui prevale il concetto di cibo-merce, oggetto di ingenti speculazioni finanziarie, di competizione spietata dove le fette di mercato si conquistano a colpi di costi al ribasso, in cui i piccoli produttori sono fagocitati o tagliati fuori.<sup>12</sup>

Questi numeri sono così abnormi che anche il mondo dell'informazione ne viene più o meno volontariamente condizionato, fino ad arrivare alla costruzione di un modello culturale in cui il piccolo produttore, l'artigiano, il locale vengono ignorati. E invece esiste, ed in alcune aree del mondo è fondamentale per il benessere delle comunità locali, quindi di svariati milioni di persone, perché il mondo non è fatto solo di megalopoli ma anche di piccolo villaggi.

Ad esempio, ci dice la Fao in uno suo recente report su pesca e acquacoltura,<sup>13</sup> "dappertutto i piccoli pescatori sono un'importan-

11. Fonte: Valori, 126/2015 su dati Coffee Barometer e USDA, pagg. 36 e ss.

12. Il concetto è così riassunto da Carlo Petrini: "Nel sistema agro-alimentare che domina il Pianeta, il cibo è diventata una merce come tutte le altre (...). In questo mondo di valori coprovolti, è il cibo che ci mangia (...). Il cibo sarà la chiave per riprenderci le nostre vite" ("Terra Madre. Come non farci mangiare dal cibo", Giunti - Slow Food Editore, 2010).

13. Fonte: UN - FAO, Committee on World Food Security, High Panel of Expert "Sustainable fisheries and aquaculture" for food security and nutrition", June 2014.

te, ma spesso sottovalutata, fonte di occupazione, cibo sicurezza alimentare e reddito, in particolare nel mondo in via di sviluppo e nelle aree rurali. Quasi il 90% di quelli che si stima siano i 34 milioni di pescatori (full time o part time) ottengono il loro sostentamento dalla piccolo pesca. Si stima che essi contribuiscano all'80% del pescato totale, incluso nelle acque interne, che è destinato al consumo umano. Ma queste cifre è molto probabile che siano sottovalutate perché derivano da statistiche ufficiali dove i piccoli operatori sono difficilmente considerati".

In sintesi, gli esperti della FAO dicono due cose: l'importanza dei piccoli pescatori potrebbe essere ancora più rilevante di quel 90% e, nonostante questo, le statistiche ufficiali hanno la tendenza a contabilizzare solo le medie e grandi aziende (il mondo dei grandi).

Ma allora, sono in tanti a chiederselo, esiste un altro modo di coltivare, allevare, trasformare, vendere e consumare cibo in maniera che le cose si possano riequilibrare? Una rivoluzione contagiosa, che conquisti sempre più consumatori e coinvolga sempre più produttori, che riporti la dignità di mestieri antichi e di attività redditizie nella mani di chi lavora e ama la terra, trasformi e rispetti il cibo, teme e vive il mare, restituendo loro il potere di decider cosa e quando coltivare, a quale prezzo vendere.

Un sistema che riporti al centro il cibo e le donne e gli uomini che lo fanno, dove chi lo trasporta e lo commercia diventi invece marginale, anche nei profitti; un sistema nuovo e insieme antico, che ci restituisca la fiducia nel cibo.

A livello micro, in maniera lenta e costante, una piccola rivoluzione è già in atto. Un mosaico di tante esperienze più o meno visibili, tutte perfettibili che, in ogni parte del mondo, ci dicono che è possibile fare agricoltura di qualità, rispettando l'ambiente e i diritti dei lavoratori e facendo al contempo seriamente impresa.

## L'ALTRO COMMERCIO

### Il cibo chilometro zero

In principio fu il vasetto di yogurt alla fragola. Questo benedico alimento millenario, compagno fedele di tante sane prime colazione e spuntini portatore sano di byfidus e liberazioni varie, era improvvisamente diventato l'incarnazione di tutti mali del mondo. E si, perché per percorrere la strada dalle stalle e le serre di fragole in Trentino ed arrivare su una tavola siciliana doveva percorrere migliaia di chilometri di autostrade, su camion inquinanti, contenuto nella plastica dura e poi protetto in confezione di cartone. Quanto spreco per un po' di latte acido e qualche traccia di fragola, pensavano tutti quelli che, come chi scrive, si dilettavano allora a calcolare l'impatto ambientale di questo o quel prodotto.

Tant'è che, da ormai quindici anni, la locuzione chilometro zero è diventata lo slogan preferito di cui vuole mangiare locale, stagionale, nostrano, tradizionale, minimizzando anche gli impatti ambientali dovuti allo stoccaggio, al trasporto e alla commercializzazione del cibo. Salvo poi fare un salto sulla sedia quando arriva la domanda: ma va bene anche il chilometro zero che proviene dai campi coltivati intorno ai grandi impianti industriali, inceneritori, discariche più o meno legali, grandi infrastrutture varie?

Salti sulla sedia a parte, il chilometro zero è oggi la parola d'ordine (a volte scopiata) di tanti piccoli produttori e ristoratori che riscoprono e propongono prodotti tipici del territorio.

L'associazione Slow Food è stata di certo la paladina e il motore stesso della cultura chilometri zero e del cibo "buono, pulito, giusto". I Presidi (cioè i prodotti tipici riconosciuti) sono oggi oltre 200 e coinvolgono consorzi di oltre 1600 piccoli produttori: contadini, pescatori, norcini, pastori, casari, fornai, pasticceri. Oggi Slow Food è presente in 150 Paesi, e tramite il coinvolgimento di piccole comunità di produttori, di ristoratori e la sensibilizzazione dei consumatori cerca di intaccare il mono-pensiero del fast food, del cibo-merce, del cibo senza storia né anima.

Quale nutrimento per il pianeta

2.

Molti ristoratori, quando vogliono offrire al cliente un prodotto di alta qualità, propongono un Presidio Slow Food. Il che avviene anche quando un Presidio non è esattamente a chilometri zero dal ristorante!

Ma poco importa, ciò che conta è l'educazione dei consumatori al cibo di qualità. La voglia, la domanda di chilometro zero è tangibile in tante altre esperienze. Nelle città italiane la rinascita degli orti urbani (anche a scuola) è ormai una realtà, animata da famiglie disposte a dedicare un po' di tempo ai campi, pur di avere la garanzia di un cibo fresco e sano. Da diversi anni, le due maggiori organizzazioni del settore, Coldiretti e Confagricoltura, organizzano la vendita diretta dei prodotti dei loro associati nelle piazze italiane.

La Fondazione Campagna Amica (CA) di Coldiretti<sup>14</sup> ha, tra i suoi slogan "cibo, cultura e relax a Km zero", e si è fatta promotrice di una rete a chilometro zero, che comprende: mercati, cooperative, botteghe, vinerie, agrigelaterie, fattorie, agriturismo, ristorante CA nel piatto, orti, pescatori, i gruppi di offerta, etc.

In collaborazione con la Fondazione Campagna Amica, il Touring Club pubblica da diversi anni una guida in cui sono indicati oltre "5.000 indirizzi tra fattorie e mercati per organizzare la spesa a chilometri zero".

I ristoranti di qualità (con o senza stelle), senza dubbio la migliore vetrina del nostro cibo, sono diventati attrattori di turismo in aree lontane dai soliti circuiti, anche perché offrono prodotti a chilometro zero, garanzia di qualità e unicità. Mentre nelle città o nei centri turisticamente più maturi continuano ad aumentare il numero di piccoli ristoranti (anche cibo da strada) che servono piatti preparati esclusivamente con prodotti locali o biologici.

14. Fondazione Campagna Amica nasce nel 2008 per "realizzare iniziative volte ad esprimere pienamente il valore e la dignità dell'agricoltura italiana, rendendo evidente il suo ruolo chiave per la tutela dell'ambiente, del territorio, delle tradizioni e della cultura, della salute, della sicurezza alimentare, dell'equità, dell'accesso al cibo ad un giusto prezzo, dell'aggregazione sociale e del lavoro" ([www.campagnamica.it](http://www.campagnamica.it)).

### Il commercio equo e solidale

Il commercio equo e solidale (ComEs) è una pratica di commercio internazionale che la leggenda vuole essere nata circa 60 anni fa per un patto di solidarietà economica tra un gruppo di acquisto olandese e dei produttori di arance siciliani ridotti alla fame da mafia, ritardi infrastrutturali e siccità.

*"La terza rivoluzione industriale riparte da dove era cominciata la prima: nei campi di cotone e di caffè. È la rivoluzione del fair trade: il commercio equo e solidale. Un giro d'affari da 6 miliardi di dollari. Un tasso di crescita del 27 per cento annuo. Oltre 1 milione e 150 mila contadini dei paesi più poveri strappati alla miseria"*<sup>15</sup> queste le notizie riportate dai quotidiani al tempo di piena crisi economica. Successo che è testimoniato anche dell'ingresso del ComEs nella GDO (Grande Distribuzione Organizzata) di molti Paesi: in Inghilterra un terzo della banane vendute è Fair Trade, in Svizzera il 50%.<sup>16</sup>

I principi del ComEs sono semplici: mentre nel commercio tradizionale il produttore iniziale non ha molti margini di contrattazione con l'intermediatore, cui va la maggior parte del profitto, nel ComEs compratore (centrale di importazione) e produttore pattuiscono un giusto compenso. Il costo iniziale più alto viene compensato con l'eliminazione di tanti anelli della catena dell'intermediazione.

Inoltre il ComEs comporta una serie di misure integrative del rapporto commerciale quali: a) pagamento anticipato per il raccolto successivo; b) rapporto fiduciario con i fornitori, cui viene garantita continuità se rispettano le regole, quali c) rispetto delle leggi sul lavoro minorile e del lavoro in genere, rispetto dell'ambiente, reinvestimento di parte dei profitti e del premio<sup>17</sup> (una quota fissa stabilita di anno in anno su ogni tonnellata venduta ed esportata, oltre

15. Fonte: Micro mega online, Angelo Aquaro da Repubblica, 2 gennaio 2012.

16. Valori, n° 120/2014.

17. Il meccanismo, adottato da tutte le organizzazioni di Commercio Equo, è stato chiamato Premium da Fair Trade, una dei leade mondiali del settore, il quale già nel 2010 aveva distribuito premi per 50 milioni di euro, con un aumento del 22% rispetto al 2008 (fonte: Fairtrade.net e Valori 101/2012 - supplemento).

il prezzo di vendita) che deve essere utilizzata per migliorare la vita della comunità (scuole, centri comunitari, formazione...).

Come ogni realtà in espansione, anche il ComES deve interogarsi sul proprio futuro, per esempio se debba agire come nicchia di mercato o aprirsi alla GDO, ivi inclusa la partnership con colossi come Nestlé, WalMart, Starbucks. La misura del successo del "modello ComEs" e di come la diversificazione dei prodotti, l'attenzione all'ambiente e ai diritti umani siano elementi oggi molto considerati dai mercati, viene testimoniata dai progetti di solidarietà economica attuati dai giganti del settore agroalimentare. Progetti che in realtà vengono visti con un certo sospetto da parte della società civile internazionale, che li taccia di essere solo operazioni di green o rain-bow washing, ovvero di facciata.<sup>18</sup>

Un esempio è dato dal progetto della Nescafé, colosso del gruppo Nestlé, denominato AAA (Qualità, Sostenibilità, Produttività),<sup>19</sup> in collaborazione con la nota ONG ambientalista Rain Forest Alliance (la stessa è partner anche della Twinings, colosso del tè), per premiare gli agricoltori che ottengono prodotti di altissima qualità, abbandonando ad una particolare cura per l'ambiente circostante e ai diritti dei lavoratori.

La stessa star americana Goerge Clooney,<sup>20</sup> nel 2013 ha accettato di fare parte del Nespresso Sustainability Advisory Board (NSAB), una sorta di Comitato sulla Sostenibilità, per poter verificare da vicino le pratiche agricole dei fornitori della multinazionale di cui è da tempo testimonial.

18. Si veda: A. Corbino "La schizofrenica incoerenza degli snack della Fao" sul blog labuonaeconomia.wordpress.com.

19. <http://www.nestle-nespresso.com/>.

20. <http://www.theguardian.com/environment/blog/2013/jul/17/>.

## COMPRIARE INSIEME

### Gas - Gruppi di acquisto solidale

Un gruppo d'acquisto<sup>21</sup> è formato da un insieme di persone che decidono di incontrarsi per acquistare all'ingrosso prodotti alimentari o di uso comune, da ridistribuire tra loro. Un gruppo d'acquisto diventa solidale nel momento in cui decide di utilizzare il concetto di solidarietà come criterio guida nella scelta dei prodotti. Solidarietà che parte dai membri del gruppo e si estende ai piccoli produttori che forniscono i prodotti, al rispetto dell'ambiente, ai popoli del sud del mondo.

La loro storia in Italia inizia nel 1994 con la nascita del primo gruppo a Fidenza, quindi a Reggio Emilia e in seguito in diverse altre località. Nel 1996 viene pubblicata dal Centro Nuovo Modello di Sviluppo la "Guida al Consumo Critico", con informazioni sul comportamento delle imprese più grandi per guidare la scelta del consumatore; l'ampio elenco di informazioni documentate sulle multinazionali accelera il senso di disagio verso il sistema economico e la ricerca di alternative. Nel 1997 nasce la rete dei gruppi d'acquisto, allo scopo di collegare tra loro i diversi gruppi, scambiare informazioni sui prodotti e sui produttori, e diffondere l'idea dei gruppi d'acquisto.

Nella Finanziaria del 2008, all'art. 1 c. 266, i Gruppi di Acquisto Solidale venivano definiti come "i soggetti associativi senza scopo di lucro costituiti al fine di svolgere attività di acquisto collettivo di beni e distribuzione dei medesimi, senza applicazione di alcun ricarico, esclusivamente agli aderenti, con finalità etiche, di solidarietà sociale e di sostenibilità ambientale, indiretta attuazione degli scopi istituzionali e con esclusione di attività di somministrazione e di vendita".

21. Non è una coincidenza che nello stesso periodo si diffonda in Italia l'operazione "Bilanci di Giustizia", che chiede alle famiglie di verificare sul bilancio familiare l'incidenza delle loro modifiche allo stile di vita. Dove possibile, le famiglie si ritrovano in un gruppo nel quale affrontano temi di interesse comune e si organizzano per praticare comportamenti equi nella loro zona. Spesso i gruppi dei Bilanci di Giustizia praticano gli acquisti collettivi tra le loro attività. Fonte: elaborazione dai siti internet: retegas.org, gasbo.it.

Il numero di famiglie che partecipa ad un Gas può variare molto da gruppo a gruppo, da 10 ad alcune centinaia per i gruppi più grossi. Mediamente si stima che ad un Gas partecipino 25 famiglie, corrispondenti a 100 consumatori.

La spesa media per famiglia all'interno di un Gas è stimata intorno ai 2.000 euro all'anno. In questo modo i Gas sostengono diverse migliaia di produttori.

Il biologico è uno dei criteri con cui si sceglie cosa acquistare, ma non l'unico: ci sono tra gli altri il sostegno alle cooperative sociali, la quantità di imballaggio impiegata, la vicinanza territoriale, la stagionalità, le dimensioni del produttore.

Non è facile sapere oggi quanti Gas esistono, perché molti sono piccoli ed estremamente informali ma, nel 2012, anno del boom dei GAS, secondo Coldiretti/Censis<sup>22</sup> "quasi 7 milioni gli italiani hanno partecipato a gruppi di acquisto formati da condomini, colleghi, parenti o gruppi di amici che decidono di fare la spesa insieme per ottenere condizioni vantaggiose. Un fenomeno di rilievo che ha contagiato il 18,6% degli italiani. Quasi 2,7 milioni di persone fanno la spesa con questo sistema in modo regolare".

Due le evoluzioni interessanti dei GAS:  
 La creazione di Distretti di Economia Solidale, quindi il coinvolgimento di produttori (non solo di cibo) e comunità di interi quartieri, piccolo comuni, con la filosofia di supportare l'economia locale  
 Il passaggio dal ruolo di consumatori a consum-attori, ovvero consumatori che condividono col produttore rischi e scelte strategiche della produzione. Il caso probabilmente più noto, che riportiamo a titolo esemplificativo, è quello di Spiga Et Madia, un progetto del 2006 per ricostruire la filiera del pane biologico interamente gestita in un territorio (la Brianza monzese). In pratica nel ciclo S&M i consumatori si impegnavano a pianificare i propri consumi (in farina e o pane) nell'arco di un anno. In funzione della richiesta effettiva la cooperativa si impegnavo alla semina di una equivalente superficie di terreno capace di produrre (biologicamente) il frumento tenero necessario a soddisfare i bisogni. Il gruppo di consumatori si impe-

22. Fonte: [repubblica.it/economia](http://repubblica.it/economia), del 29 ottobre 2012.

Colantonio / Corbino / Di Bon Pelficelli II / Monaco / E. Quirtiliani / M. Quirtiliani

gnava inoltre alla copertura di parte dei costi anticipati per la semina, subordinandoli al raggiungimento delle rese attese per ettaro; si costituiva così un fondo di rischio e mutualità tra consumatori e produttori. La cooperativa si impegna alla costruzione di un "prezzo trasparente"<sup>23</sup>

Il caso S&M può essere considerato un esempio italiano di "agricoltura supportata dalla comunità", che è una pratica economica molto diffusa in numerosi Paesi.

### La Community Supported Agriculture

Sul sito del MIPAAF / Sinab<sup>24</sup> leggiamo che "la Community Supported Agriculture (CSA) è un canale diretto di commercializzazione di prodotti agricoli, la maggior parte delle volte biologici.

Le prime CSA sono nate in Svizzera e Giappone negli anni '60. Si sono diffuse negli USA a partire dalla metà degli anni '80. Oggi negli Stati Uniti ce ne sono circa 400 localizzate nelle vicinanze dei centri urbani del New England, nella regione dei Great Lakes, negli stati del medio-atlantico e della costa occidentale.

La CSA consiste in un gruppo di individui, membri della comunità, che assume la responsabilità della gestione di una azienda agricola insieme ai produttori. La proprietà dell'azienda di produzione è ripartita tra tutti i membri della comunità. L'elemento che contraddistingue la CSA è una profonda considerazione della cooperazione dei singoli individui all'interno dell'azienda agricola in quanto sentita parte della comunità.

I membri della comunità acquistano una quota (share) della produzione agricola pagandone anticipatamente il contro valore. Il prezzo della quota si determina ripartendo il totale dei costi previsti per la realizzazione del programma colturale tra tutti i membri. Una parte del prezzo della quota può essere compensata con una prestazione di lavoro.

23. Fonte: G. De Santis, in "Il Capitale delle relazioni", Altra Economia edizioni, 2010.

24. Fonte: Ministero Politiche Agricole, Alimentari e Forestali - Sistema d'informazione nazionale sull'agricoltura biologica - <http://www.sinab.it/>.

Nella CSA il rischio di produzione, in caso di mancato raccolto, di rese inferiori a quelle stimate, malattie, danneggiamenti..., è a carico dei consumatori. Tra i benefici a loro favore, vi sono la garanzia della qualità e della freschezza del prodotto, nonché la soddisfazione di contribuire al benessere della comunità. I benefici per i produttori consistono nella ripartizione del rischio di produzione, miglioramento della situazione finanziaria aziendale, sicurezza del mercato e conseguimento di prezzi remunerativi.

La maggior parte delle CSA offre una notevole varietà di prodotti: ortaggi, frutta, piante officinali, uova, carne, latte e prodotti da forno, tipicamente ottenuti con applicazione del metodo di produzione biologico o biodinamico<sup>25</sup>.

A ciò va aggiunto che spesso, in USA come in Italia, i prodotti comprati così, senza intermediazione, costano meno di quelli (meno sicuri) che si trovano in negozi e supermercati.

#### Agriturismo e Fattorie didattiche

Agriturismo e fattoria didattica sono due strumenti di integrazione di reddito per l'imprenditore agricolo, previste dal legislatore italiano. Essi costituiscono inoltre un'importante occasione per avvicinare studenti e famiglie al mondo agricolo, e per realizzare promozione vendita dei prodotti agricoli prodotti in loco.

**Agriturismo.** L'attività agrituristica è stata prevista e disciplinata da una legge del 2006. Da allora questa forma di ricettività alternativa ha fatto molti passi in avanti, ed è stata anche l'apripista per la riscoperta della campagna come luogo di villeggiatura, anche se per periodi brevi, e quindi affiancata da altre tipologie di alloggi come il Bed&Breakfast. Ad oggi in Italia si contano, oltre 17.228 alloggi agrituristici,<sup>25</sup> quindi quasi l'11% del totale di 157.228 esercizi ricettivi del Paese.

25. Fonte: Istat, Italia in cifre, 2014.

**Fattorie didattiche.**<sup>26</sup> In Italia sono le singole amministrazioni regionali a decidere quali fattorie possono diventare "didattiche". Di norma la decisione si basa sul rispetto di alcuni parametri definiti da un documento chiamato "Carta della qualità".

La Regione Emilia-Romagna è la prima in Italia ad aver stilato una carta della qualità semplice, completa e chiara. La nascita della prima rete di fattorie avviene nel 1997 con la "Rete delle fattorie didattiche romagnole".

Dall'ultimo censimento realizzato (2010) risulta che in Italia sono attive oltre 1.936 Fattorie Didattiche. La maggior parte sono concentrate soprattutto in Emilia-Romagna, Lombardia, Veneto, Piemonte e Puglia.

In tutta la penisola si moltiplicano i progetti di sviluppo della didattica agro-ambientale da parte di istituzioni governative e di privati. Il settore è dunque in costante crescita. In molte regioni, con o senza il supporto delle istituzioni, è nata infatti una rete di aziende agricole attrezzate per accogliere scolaresche, gruppi, famiglie e tutti coloro che sono interessati a scoprire il mondo rurale.

Questo progresso nel mondo delle aziende agricole che offrono animazione didattica è ben rappresentato dalla nascita di eventi importanti su scala nazionale o regionale. Tra quelli più riusciti segnaliamo "Educazione alla Campagna Amica", "PrimaveraBio", "Fattorie Didattiche a porte aperte" e "Campagna Amica".

#### Cooperative antimafia

Il riutilizzo sociale dei beni confiscati alla mafia, prevista dalla legge 109/96 è un esempio cui molti Paesi e le Nazioni Unite stesse guardano con interesse, visto che i capitali Mafiosi non hanno più confine ed hanno inquinato le economie legali di tutto il mondo.

Purtroppo tra circa l'85% delle aziende sequestrate alle mafie ed affidate a dei curatori falliscono<sup>27</sup>, ma non mancano gli esem-

26. Fonti: fattoriedidattiche.biz.

27. Fonte: inchieste.repubblica.it/, del 18/09/2014.

pi virtuosi che producono vino, olio, pasta, prodotti sott'olio, miele, provenienti da agricoltura biologica. Nonostante i numeri siano poco rilevanti rispetto al panorama complessivo dell'agricoltura italiana, riteniamo importante ricordarne l'esempio di "buona economia", che va oltre il senso di costruire speranza e legalità nei feudi della mafia: una partnership pubblico privata trasparente, efficace ed efficiente, in cui un ente pubblico affida a un privato un bene confiscato, ed altri privati (sponsor) supportano le fasi di ristrutturazione e avvio del progetto, dando così lavoro alla manovalanza locale da subito; il coraggio di giovani che cambiano totalmente vita e si dedicano all'agricoltura pulita, nonostante le minacce e le ritorsioni dei clan; il loro valore e la fierezza di fare qualcosa di utilità, di pieno, di vivo, che compensa la fatica, i magri stipendi; la solidarietà dei compratori, botteghe di commercio equo, gruppi di acquiresto e cooperative di tutta Italia: il valore educativo per i volontari e dei progetti col Ministero di Giustizia che affidano alle cooperative il recupero di giovani destinati alla vita di carcere; la partecipazione di volontari che da tutta Italia che affollano i campi delle cooperative e rendono più unita la Penisola; i locali stessi delle cooperative, che diventano spesso anche centro culturale, luogo di incontro in un territorio che è il deserto sociale; il valore della legalità come elemento distintivo, perché qui l'evasione fiscale e contributiva non sono di casa: il desiderio di migliorarsi, di produrre qualità e non solo solidarietà e mai solo quantità, rinunciando a parte del profitto.

## ITALIANS DO IT BETTER

Roberto Colantonio, Fiammetta Monaco

### LA GEOGRAFIA DELLE ECCELLENZE ITALIANE

Mangiamo quello che siamo

Un prodotto di eccellenza rappresenta, di per sé, "in natura", prima e al di là di un riconoscimento formale, un qualcosa che emerge dalla produzione di massa della sua categoria.

Una Ferrari è senz'altro, sotto ogni caratteristica, un'automobile, ma a nessuno verrebbe in mente di chiamarla così. Una Ferrari è una Ferrari.

Un'eccellenza, come detto, è un qualcosa che si distingue e che distingue, il luogo di origine o il suo processo di produzione, innanzitutto e il suo acquirente/fruttore/consumatore. Per sua natura non è disponibile e non può essere reperita in grandi quantità.

Diversamente potrebbe comunque essere un buon o anche ottimo prodotto, non una vera e propria eccellenza.

È questo suo carattere distintivo che accosta le eccellenze a quello che, con inevitabile gioco di parole, è il segno distintivo per eccellenza: il marchio, registrato o di fatto. Come marchio deve rispettare i requisiti di originalità, verità, novità e liceità. Un pomodoro San Marzano - per non allontanarci dal colore "rosso" nella nostra esemplificazione - non sarebbe "eccellente" se in Spagna o in Australia crescessero pomodori dalle stesse caratteristiche organolettiche e con la caratteristica forma allungata. Come per tutti i marchi, la cd. *volgarizzazione* è uno dei casi invocabili di decadenza, assieme al non uso.

Ma che tipo di marchio è un'eccellenza, nel caso particolare, un'eccellenza agroalimentare?

## L'ERA DEL POST FAST FOOD

Alberto Corbino

### LA SCELTA DEL CIBO. THE RISE OF THE SELECTARIANS

Il fast food è uno dei protagonisti indiscussi del palcoscenico planetario del cibo da oltre cinquant'anni,<sup>1</sup> vuoi per moda, per cultura, per praticità, o anche perché in alcuni contesti economici rappresenta non tanto una scelta consapevole, quanto l'unica scelta possibile per permettersi un pasto a costi accessibili.

Nelle nuove economie emergenti il fast food è il riflesso dei nuovi stili di vita veloci imposti dalla recente industrializzazione ed è quindi un fenomeno in espansione.<sup>2</sup> La Mc Donald's (McD), leader mondiale del settore, dal 2007 al 2012 è arrivata in alcuni casi a raddoppiare i suoi ristoranti: Cina da 876 a 1.705; India, da 128 a 300; Russia da 189 a 356; Brasile da 551 a 731 (qui è forte anche la Burger King, con 224 ristoranti); Sud Africa da 110 a 177; Sud Corea da 233 a 292 (anche qui forte la presenza di Burger King, con 139 ristoranti).

Nel 2014 la McD era presente in 118 paesi con quasi 36.258 ristoranti, 30.766 nel 2005), Burger King in 75 Paesi con 14.382 ristoranti, Yum! Brands (Taco Bell, KFC, Pizza Hut) ha oltre 39.000 ristoranti in 125 Paesi.<sup>3</sup>

Tanto per avere un termine di paragone della potenza di questi gruppi, Jamie's Italian, la catena di ristoranti fondata nel 2008

1. Sebbene il Fast Food, cioè il mangiare veloce esista da secoli, risale agli anni '60 l'affermarsi del fenomeno di un cibo veloce e standardizzato, prodotto totalmente in maniera industriale, se non per l'ultima parte di assemblaggio front office, davanti al cliente. Nel 1965 la McDonald's si quota in borsa, nel 1968 apre il suo millesimo ristorante.

2. Fonte: McMap of the World - The Guardian.com, 17 luglio 2013.

3. Fonte: [www.statista.com](http://www.statista.com).

da una delle più talentuose e ricche chef-star del mondo – l'inglese Jamie Oliver – conta "solo" 30 ristoranti.<sup>4</sup>

Si sta affermando l'idea che i fast food debbano essere chiamati punti vendita, passando così da ristoranti a store, in quanto il processo produttivo assomiglia a quello di una industria di abbigliamento casual. La materia prima, prodotta in pochi grandi punti sparsi nel mondo, arriva dappertutto nella forma più standardizzata possibile, ed è solo abbinata, assemblata si potrebbe dire, davanti al cliente, magari dopo una rapida passata sulla piastra o nella friggitrice. Non c'è creatività, non sono ammesse variazioni, il rapporto col territorio circostante si riduce a quello banconista – cliente, la cui fiducia è riposta in un marchio e non più verso una persona, chef o titolare del ristorante che sia. Il punto di forza dei fast food è l'organizzazione a monte del punto vendita, quello di un vero ristorante è invece nel luogo in cui al cliente viene servito un piatto che dovrebbe nascere la mattina nei mercati locali, e viene via via lavorato e trasformato con passione.

Nonostante secondo alcuni l'invasione del cibo fast sta minacciando, complice la crisi economica, la stessa dieta mediterranea,<sup>5</sup> esistono segnali che ci dicono che qualcosa sta cambiando, almeno nella cultura di alcune fasce di consumatori.

Il detto "noi siamo ciò che mangiamo" è diventato un sentire comune a molte persone, ora più consapevole grazie anche a una maggior circolazione di informazioni, alcune delle quali di forte impatto emotivo. Alcuni allarmi sanitari hanno avuto risonanza mediatica mondiale e quindi una forte ripercussione sui relativi mercati di riferimento, senza considerare il più recente fenomeno della diffusione sul web di video girati di nascosto nei mattatoi o la preoccupazione legata all'inquinamento e alla cementificazione delle aree agricole.

4. Fonte: [www.jamieoliver.com](http://www.jamieoliver.com).

5. "Dieta mediterranea addio, la crisi cambia la tavola italiana", titolava Luciano Pignataro, decano dei giornalisti gastronomici italiani, in prima pagina de *Il Mattino di Napoli* del 15 marzo 2015.

I consumatori informati diventano domanda, potere d'acquisto critico e influenzano l'offerta, e quindi i produttori, che cercano di andare incontro alle nuove esigenze del mercato, per non lasciare spazi alla concorrenza.

Un ciclo virtuoso nel grande gioco del Risiko che è il mercato agroalimentare mondiale.

Per analizzare questi cambiamenti nel ricco mondo del fast food non vi è miglior esempio dell'americana Mc Donald's (McD), leader di un mercato che nei soli Stati Uniti d'America è arrivato a fatturare 191,2 miliardi di dollari nel 2014, con proiezioni di crescita di circa il 5% nei prossimi 5 anni.<sup>6</sup>

Nonostante le previsioni di crescita, il gradimento dei consumatori americani nei suoi confronti è oggi ben sotto la media di 21 grandi catene analizzate in un recente studio, mentre è addirittura arrivata ultima come gusto. Il che potrebbe non voler dire niente, visto che il consumatore medio americano non ha una cultura alimentare elevata e la mancanza di gusto nei panini McD potrebbe solo corrispondere a una minor presenza di esaltatori di sapidità e similari (quindi essere, paradossalmente, un dato positivo).

Ma almeno ciò indica, senza dubbio, che qualcosa sta cambiando e che il consumatore comincia a sviluppare un senso critico, e non si fa quindi solo guidare dalla pubblicità o dall'abbinamento con film e cartoni, dagli sconti.

Sarà forse per questo che l'utile netto di McD è calato nel terzo trimestre 2014 del 30% e che nel quarto trimestre il suo utile netto è calato del 21,4%. In realtà, a pesare molto sull'opinione pubblica mondiale e cinese in particolare, pare sia stato lo scandalo relativo alla carne avariata consegnata da uno dei suoi fornitori cinesi,<sup>7</sup> oltre la forte concorrenza sul mercato domestico, che ha offerto quindi ai

6. Fonte delle informazioni su McD: [www.statista.com](http://www.statista.com).

7. Lo scandalo, il secondo in due anni, si riferisce alla Shanghai Husi Food, accusata di aver fornito a Mc Donald's e alla Kentucky Fried Chicken (KFC) carne avariata anche di sei mesi e processata in condizioni igieniche non adeguate. Le autorità sanitarie di Shanghai hanno fermato la produzione della Husi Food, McD ha prontamente sospeso il fornitore (fonte: CCTV News, luglio 2014).

consumatori un'alternativa immediatamente disponibile e presumibilmente più sicura. I ricavi sono scesi del 7% a \$ 6,57 miliardi.

Un altro significativo esempio di esercizio del consumo critico che finisce per influenzare poi il fornitore / produttore, riguarda una grande realtà commerciale italiana e due delle maggiori multinazionali del settore frutta nel mondo.

Nel 2013 Coop Italia rifiutò la Del Monte come fornitore di banane, una delle commodity più scambiate, preferendole invece la Dole, perché quest'ultima aveva accettato nel contratto di sottoporsi a un controllo sulla filiera produttiva, in particolare per quanto concerne i diritti umani.

*"Per Coop Italia però sono indispensabili i controlli sulla condizione sociale e di lavoro dei produttori presso cui acquista. È probabilmente l'unica catena della grande distribuzione in Italia a fare questo lavoro. Fra le quattro multinazionali delle banane, qualcuna impediva letteralmente lo svolgersi dei controlli. La più flessibile e disponibile alle richieste di Coop è stata invece l'americana Dole. Adesso, secondo gli accordi sottoscritti, funziona così: Dole mette a disposizione di Coop la sua rete logistica, Coop si occupa del rapporto con i produttori, attraverso un progetto che ha sancito anche la nascita di Rsu aziendali locali".* Su Coop Italia ha ovviamente pesato la pressione di soci e di gruppi di opinione tra i consumatori.

Ciò detto, non vi è dubbio che dovunque l'agiatezza, la cultura e l'informazione consentano un minimo di senso critico rispetto al cibo, esiste un senso di rifiuto del fast - junk food, in quanto alimento poco sano, non nutriente e causa di forti impatti ambientali e sociali. Un cibo che, seconda questa visione, porta in sé tutta la negatività del cibo-merce e nessun valore positivo del cibo-vita, se non quello della bravura di chi sa realizzare mega reti commerciali e distributive molto efficienti.

Per questi consumatori, il cibo dovrebbe essere altro, e lo dimostrano con le loro scelte di spesa quotidiana.

8. Fonte: [www.coopfirenze.it](http://www.coopfirenze.it).

UCMed - Università della Cucina Mediterranea<sup>9</sup> -, sta svolgendo una ricerca su questi consumatori che ha definito Selectarian (selezionatore o selezionista se amate l'innovazione lessicale), termine rintracciato sul blog Schott's vocab, una periodica rassegna di neologismi del New York Times.

In un post del 2010 Ben Schott descrive la parola *selectarian*, attribuendole due possibili significati: a) "vegetariano che mangia occasionalmente pesce e derivati del latte; b) definizione che dà di se stesso lo yogi Bryan Kest, in quanto individuo che sceglie in modo molto consapevole tutto ciò che mangia".

Entrambe le definizioni non hanno avuto molto successo, perché a distanza di anni sul web sono praticamente inesistenti (a parte i casi sopracitati).

Premesso che appare molto riduttivo ridimensionare l'atto di selezionare alla sola scelta di pesce e derivati del latte, sono stati comunque individuati altri cacofonici neologismi ormai molto diffusi per questo tipo di diete (ovo-lacto vegetariano, pescetariano). UCMed ha provato ad ampliare la auto-definizione di Kest, che si riferiva unicamente alla scelta in base a motivi di benessere fisico, che invece rappresenta solo uno dei tanti criteri in base ai quali possiamo esercitare criticamente il nostro potere d'acquisto.

Il *selectarian* è colui che sceglie in maniera molto consapevole tutto il cibo, selezionandolo anche secondo nuove categorie, completamente diverse da quelle per così dire dominanti: moda, marchi di qualità, pubblicità, *packaging* (nei negozi di alimentari); moda, presentazione, estetica, gusto (nei ristoranti).

Il movimento (ad oggi inconsapevole) dei (food) *selectarians* è in grande crescita, deciso a far valere le proprie ragioni con i ristoranti e l'industria agroalimentare.

La ricerca di UCMed rappresenta quindi un primo tentativo di interpretazione e analisi sistemica di un fenomeno che interessa molto l'Italia per almeno tre motivi: a) nel nostro Paese vive un gran numero di *selectarians*; b) la cifra di chi cerca di acquistare cibo in maniera consapevole è destinata a crescere, se è vero che "il 16%

9. Ente privato di ricerca e formazione professionale con sede a Sorrento ([www.ucmed.it](http://www.ucmed.it)).

delle famiglie italiane si dice preoccupato per la qualità degli alimenti acquistati abitualmente, quasi il 70% si dichiara abbastanza preoccupato<sup>10</sup>; c) il nostro Paese, patria del buon cibo, è meta agognata per tanti selectarian-turisti, buyers e consumatori esteri.

La ricerca di UCMed ha preso spunto da alcuni dati, tra cui:

- In Italia si contano 4,2 milioni vegetariani, con un aumento del 15% in un anno (rapporto Eurispes 2014). Ma le associazioni stimano cifre più elevate: 7 milioni, di cui 700 mila vegani;<sup>11</sup>

- secondo i dati dell'Istituto Superiore di Sanità, circa l'8% dei bambini e il 2% della popolazione adulta soffre di "reazioni avverse ad uno o più cibi";<sup>12</sup>

- oltre il 68% delle famiglie consuma almeno un prodotto bio ogni giorno (il 25,57% ogni settimana e il 5,50% qualche volta al mese)... Questo settore si conferma in netta controtendenza con la crisi economica: con oltre 49,7 mila operatori impegnati nella produzione biologica per poco meno di 1,2 milioni di ettari di terreno, il mercato del biologico italiano vale 3,1 miliardi di euro;<sup>13</sup>

- da 10 anni il turismo "muslim friendly" cresce del 5% annuo contro il 3,8% del turismo internazionale. Sono turisti che hanno una grande capacità di spesa, basta considerare che il turista saudita è quello che nel mondo spende di più in assoluto in viaggi e vacanze. Ma lamentano l'assenza di servizi e pacchetti a loro dedicati, in particolar modo la possibilità di cibarsi secondo la loro regola alimentare *Halal* (in arabo "lecito") e per questo snobbano il Belpaese a favore di altri paesi europei più attenti.<sup>14</sup> Ancora, possiamo citare l'ingresso dei prodotti del Commercio equo e solidale nella GDO (grande distribuzione organizzata), il successo di iniziative come la Fondazione Campagna Amica, i Mercati Contadini organizzati dalle associazioni di categoria, dalle amministrazioni

10. Fonte: Indagine Accequiae Censis, citata da Carlo Petrini su La Repubblica, 2/12/2013.

11. Fonte: Il Sole 24 Ore, 22 aprile 2014.

12. Fonte: La Repubblica, 4 marzo 2014.

13. Fonte: Coldiretti.it, 6 ottobre 2013.

14. Fonte: Ansa.it, 26 novembre 2014.

locali e gli enti territoriali, oltre all'affermarsi della filosofia slow e solidale un po' dappertutto e non solo nel cibo.

Quali sono i criteri in base ai quali i selectarians esercitano il loro potere di acquisto? Tenendo presente che molti dei criteri si sovrappongono tra di loro, potremmo schematizzarli come segue:

• salute: chi adotta regimi alimentari "speciali" per curare problemi di salute (malattie, intolleranze) o per curarsi prevenendo (vegetariani, vegani), o chi ricorre a una dieta molto varia e ricercata (ad. esempio le farine da grani antichi) e con prodotti dalle qualità nutritive superiori (i cosiddetti super alimenti: quinoa, mirtili, ecc.);

• ambiente: chi vuole ridurre la propria impronta ecologica nel mondo, facendo cioè scelte di consumo che comportino un basso impatto sugli ecosistemi naturali e sul benessere animale. Tra le preoccupazioni più sentite vi sono:

- la deforestazione dovuta all'impianto di palme da olio, oggi l'olio vegetale più diffuso e largamente usato dall'industria dolciaria;

- la distruzione delle foreste di mangrove, per far posto agli allevamenti intensivi di gamberi;

- la scomparsa delle api a causa di pesticidi e deforestazione; - gli enormi impatti ambientali dell'allevamento intensivo, considerato responsabile di immettere dal 20 al 50%<sup>15</sup> dei gas serra (principalmente di metano, ammoniaca e protossido di azoto) dovuto ad attività umane e di enormi altri impatti,<sup>16</sup> quali, spreco di cereali utilizzati come mangime e altriimenti destinabili al consumo umano; spreco di acqua e impatti sulle risorse idriche; deforestazione, ecc.).

• animali: avere a cuore la vita o almeno il cosiddetto benessere animale (l'Unione Europea riconosce gli animali come esseri

15. La forbice varia tra le stime FAO e quella rivisitazione dell'autorevole World Watch Institute delle stesse stime FAO.

16. In estrema sintesi, gli animali degli allevamenti intensivi mangiano alimenti che l'uomo potrebbe consumare direttamente e la produzione di ogni chilogrammo di carne richiede il consumo di svariati chilogrammi di cibo per animali. Occorrono in media sei chilogrammi di proteine vegetali per produrre un solo chilogrammo di proteine animali. (Fonte: CIWF Italia e The American Journal of Clinical Nutrition, 2003). Inoltre, già nel 2006 la FAO - Food and Agriculture Organization nel suo rapporto del 2006 "Livestock's Long Shadow" stimava che il 18% di tutte le emissioni di gas serra erano causate dal settore zootecnico.

senzienti) è una preoccupazione di molti consumatori. Ad oggi si stima che circa 70 miliardi di animali da allevamento sono prodotti nel mondo ogni anno, di cui i due terzi in allevamenti intensivi.<sup>17</sup>

- etica: diritti umani, giustizia sociale, solidarietà. Chi sceglie prodotti liberi da lavoro minorile o sfruttamento dei lavoratori, arrivando anche a boicottare multinazionali con una cattiva reputazione; chi sceglie prodotti ad alto contenuto di solidarietà come quelli del commercio equo e solidale; delle cooperative sociali o antimafia, individua nel consumo anche un mezzo per sostenere cause sociali ed economie alternative, ed è persino disposto a spendere qualcosa in più per supportare tali cause.

- economia locale: provenienza, prossimità, artigianalità, tipicità, stagionalità. Chi sceglie questi principi è mosso dalla fiducia verso i produttori, a prescindere dai marchi, ed esprime così solidarietà economica alle comunità locali;

- religione: il cibo halal o kasher (lecito, permesso) per i consumatori osservanti musulmani o ebrei; il non consumare carni di animali sacri o proibiti da una religione.

Un selectarian può comporre una sua dieta e una catena di fornitura ideale, abbinando più criteri di scelta, e ciò dipende da un mix di vari fattori: informazione, coerenza nel seguire una visione etica olistica, disponibilità di tempo e, non ultima, economica.

Si potrebbe difatti argomentare che, oltre ad essere consapevoli ed informati, per essere selectarian bisogna essere benestanti. Di certo la qualità costa, però dobbiamo considerare che: a) non è il cibo buono che costa molto, ma è l'industria alimentare che ci ha abituati a prezzi molto bassi, vendendoci merce scadente quando non dannosa; b) andando ad acquistare direttamente dal produttore, come fanno i Gruppi di Acquisto Solidale, vi è un ottimo rapporto qualità/prezzo; c) in Italia, come ovunque vi sia benessere, si spreca

17. Fonte: Farmageddon, op. cit. . Secondo gli autori, di questi 70 miliardi, circa 55 sarebbero pollame; mentre i pesci sarebbero oltre 100 miliardi. Anche le Fonti FAO confermano grosso modo queste cifre (56 miliardi, escluse produzioni marine, al 2007).

molto cibo:<sup>18</sup> se ne comprassimo in minore quantità e di maggiore qualità, spenderemo approssimativamente la stessa cifra e staremo meglio in salute. Ancora una volta, salvo per quelle famiglie che versano in condizioni di indigenza, è più una questione culturale che non economica.

L'UCMed ha cercato di analizzare e di sintetizzare nello schema che segue, le tendenze, o meglio, le abitudini alimentari, in rapporto alle motivazioni da cui esse hanno origine.

Modello di consumo	Salute	Animali (ecologia)	Ambiente	Diritti umani (giustizia sociale)	Economia locale
Vegetariano	Molto forte	Identitario	Forte	-	Debole
Vegano /					
Vegetaliano	Forte	Identitario	Forte	-	Debole
Fruttariano	Molto forte	Identitario	Identitario	-	-
Reducterian	Molto forte	Molto forte	Molto forte	-	-
Gluten Free	Identitario	-	-	-	-
Consumatori di biologico	Molto forte	Forte	Identitario	-	Forte
Consumatori di ComES	Forte	-	Molto forte	Identitario	Identitario (nei PVS)
Consum-attori / G.A.S.	Molto forte	-	Molto forte	Molto forte	Identitario
Osservanti di Islam, Induismo, Ebraismo	-	Identitario (animali sacri)	-	-	-
UCMed selectarian	Molto forte	Molto forte	Molto forte	Molto forte	Molto forte

18. In Italia, secondo il Barilla Center for Food and Nutrition, ogni anno finiscono tra i rifiuti dai 10 ai 20 milioni di tonnellate di prodotti alimentari, per un valore di circa 37 miliardi di euro. Un costo di 450 euro all'anno per famiglia. Cibo che basterebbe a sfamare, secondo la Coldiretti, circa 44 milioni di persone. Quei 450 euro potrebbero essere investiti in qualità, il che equivale a dire: comprare meno quantità di cibo ma di maggior qualità, che fa bene alla salute.

Alcune di queste tendenze, oltre a corrispondere a stili di alimentazione, pongono un forte accento sui temi dell'economia locale e dei diritti dei lavoratori, oltre che su quelli dell'ecologia.

L'approccio di questi consumatori è quindi così riassumibile: non mettere solo se stessi e la propria salute al centro, ma proporre davvero un modello alternativo di produzione che restituisca qualcosa al pianeta, e quindi lo nutra.

Accanto alle abitudini alimentari più note,<sup>19</sup> emerge la nuova e interessante "pratica" Reducetarian,<sup>20</sup> la cui traduzione italiana potrebbe essere riduzionista. Esso muove da tre concetti che ormai fanno parte della cultura largamente condivisa e possiamo dire acquisita sul cibo: ridurre il consumo di carne fa bene alla salute e fa bene all'ambiente (sono necessarie molto più acqua, energia e materia organica per dare origine a un chilo di carne che a uno di

materiale vegetale).<sup>21</sup> Gli animali non sono trattati molto bene negli allevamenti intensivi (e noi dobbiamo invece nutrirci di animali sani e non pieni di ormoni e antibiotici). Sono sostanzialmente le stesse considerazioni dei vegani, ma un giovane ricercatore della Columbia University di New York, Brian Kateman, ha pensato a una maniera per eliminare quella barriera culturale che spesso divide i vegani e gli altri, una barriera che crea diffidenza e, a volte, come dice lo stesso Kateman, disagio.

La sua è un'intuizione di tipo comunicativo-pragmatico prima che filosofico - concettuale: trovare un neologismo per abbattere questa barriera tra due opposti e invogliare la gente a incamminarsi sulla strada della riduzione: il *reducetarianism* (riduzionismo), appunto. Anche se molti sono consapevoli che ridurre il consumo di carne ha degli effetti positivi su salute e ambiente, essere vegano o vegetarian è difatti un impegno troppo forte che molti non riescono ad assumersi. In questa maniera, impegnandoci solo a ridurre gradualmente, sostiene Kateman, faremo comunque la nostra parte.

Tuttavia è necessario ricordare che a oggi, a livello globale, i *selectarians* e tutto il movimento del consumo informato e critico rappresentano una percentuale trascurabile del mercato globale agro-alimentare. Prova ne sia che, nonostante una maggior diffusione di ristorante e punti vendita specializzati, i consumatori che manifestano questi bisogni speciali trovano spesso difficoltà a vederli soddisfatti. Ma è pur sempre un segnale di cambiamento per un'economia dall'alto valore aggiunto ed è una sfida di cui, secondo noi, l'Italia dovrebbe assumere la leadership, colmando in fretta lacune e ritardi.

È solo facendo crescere il livello di consapevolezza dei consumatori che si potrà avviare ad alcune distorsioni del mercato (agro-

19. Vegetariano: tutti i vegetariani sono accuminati dalla rigorosa esclusione della carne di qualsiasi animale dalla propria dieta; nel vegetarianismo si possono distinguere diverse pratiche alimentari, che si producono in abitudini dietetiche:

1a) latte-ovo-vegetarianismo: esclude gli alimenti che derivano dall'uccisione diretta di animali sia terrestri sia marini, quali carne, pesce, molluschi e crostacei; ammette qualunque alimento di origine vegetale, i prodotti animali indiretti, ovvero latte e derivati, uova e miele, oltre ad alghe funghi (di cui fanno parte i lieviti) e batteri (come i fermenti lattici).

1b) latte-vegetarianismo: come il latte-ovo-vegetarianismo, ma esclude anche le uova.

1c) ovo-vegetarianismo: come il latte-ovo-vegetarianismo, ma esclude anche latte e derivati

2) Veganismo: si basa su uno stile di vita fondato sul rifiuto - nei limiti del possibile e praticabile - di ogni forma di sfruttamento degli animali (per alimentazione, abbigliamento, e ogni altro scopo). Il termine è l'italianizzazione del neologismo inglese *vegan*, coniato nel 1944 da uno dei padri del veganismo, Donald Watson, membro della *Vegetarian Society*, che voleva accentuare il concetto di vegetarian. Ha un fondamento etico-filosofico molto forte, l'antispesismo: l'uomo non è una specie superiore e quindi non ha diritti sulle altre che popolano la terra.

3) Vegetalismo: il rifiuto dello sfruttamento degli animali, ma solo per l'alimentazione.

4) Il fruttarismo è un tipo di alimentazione vegetariana che prevede solo la frutta dolce, la frutta ortaggi e la frutta grassa, escludendo ogni altra parte delle piante (ad es.: radici, fusti, foglie e fiori) ed, in particolare, i semi. Vi sono interpretazioni diverse su cose mangiare.

20. Fonte: [www.reducetarian.com](http://www.reducetarian.com). Brian Kateman ha presentato il suo movimento nel novembre 2014.

21. ICA - Indice di Conversione Alimentare: in zootecnia il rapporto tra cibo ingerito e crescita dell'organismo, che misura la quantità di mangime (in chilogrammi) necessaria per l'accrescimento di un chilogrammo di peso vivo dell'animale. Ad esempio, in un manzo, l'indice di conversione va da 7 a 10: questo vuol dire che per crescere di un chilogrammo di peso corporeo, ad un manzo occorrono da 7 a 10 kg di cereali, leguminose. L'allevamento animale comporta anche un'enorme impronta idrica: per produrre 1 kg di manzo sono necessari 15.400 litri di acqua, per uno di grano 1.827, per uno di zucca 350 (fonte: <http://www.waterfootprint.org/>).

alimentare) da cui ci giungono invece segnali di allarme: coltivatori del Sud del mondo (e del Sud Italia) stremati dallo strapotere delle "grandi sorelle del cibo" mondiale e da catene di distribuzione troppo lunghe e soffocanti; la malnutrizione e l'obesità dilagante in ogni angolo del pianeta; la diminuzione della biodiversità colturale; il proliferare di allevamenti condotti con metodi spregiudicati.

Quindi, se il parametro di riferimento per l'alimentazione del futuro deve essere il titolo dell'EXPO 2015 di Milano "nutrire il pianeta, energia per la vita", sarà opportuno intenderci a cosa sottenda questo bellissimo slogan.

### ALIMENTAZIONE SOSTENIBILE. NOI E IL CIBO

Subito dopo "cibo", la parola più scritta, pronunciata, urlata, sottintesa a EXPO 2015 è "sostenibilità" e i suoi derivati.

Già nell'home page di expo2015.org si fa riferimento a "stili di vita sostenibili" (e non a produzioni, notiamo) e, ancora, sulla stessa pagina compare la abusata locuzione: sviluppo sostenibile.<sup>22</sup>

Non esiste una definizione univoca di "sviluppo sostenibile". Gli stessi membri della Commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo delle Nazioni Unite (WCED) nel 1987, nel famoso rapporto "Our common future - Il nostro comune futuro", indicano ben 6 accezioni differenti, e già nel 1989 John Pezzey della Banca Mondiale censiva 37 declinazioni differenti del concetto di *sustainable development*.<sup>23</sup>

Lo sviluppo sostenibile non è infatti una formula matematica fissa, bensì un equilibrio tra tre elementi, economia - ambiente - società, da perseguire nelle politiche di sviluppo. Esso dovrebbe essere consistente nell'equilibrio il meno precario possibile tra giustizia sociale, tutela ambientale e un'economia che sappia guardare al lungo periodo.

22. "Expo Milano 2015 sarà il luogo d'elezione per il confronto sui temi dell'agricoltura, dello sviluppo sostenibile, della lotta contro la fame per il benessere comune" (<http://www.expo2015.org>). In realtà, secondo chi ha una visione differente del futuro dell'agricoltura, come le associazioni riunite nell'Expo dei Popoli, questo confronto è già su binari sbagliati.

23. J. Pezzey, Economic analysis of sustainable growth and sustainable development, World Bank, Environment Department, Working Paper n° 15, 1989.

Però una cosa ci è parsa di capirla. Lo sviluppo sostenibile assomiglia molto a una fattoria tradizionale ma che sappia stare sul mercato e che riesca a:

- far coesistere sia l'allevamento che l'agricoltura, cosicché da creare un circolo virtuoso in cui gli scarti di un settore diventano alimento per l'altro;
- rispettare i tempi della natura (rotazione) e il benessere animale;
- selezionare i propri frutti - sementi migliori per poterli ripiantare le volte successive;
- rispettare i diritti dei lavoratori i quali partecipano alla fase decisionale e alla compartizione dei profitti e dei rischi (in fondo la mezzadria è sempre stato un modello più produttivo del latifondo);
- assumere persone sempre qualificate e motivate, perché l'impegno e la motivazione siano carburante di un processo di vera meritocrazia del lavoro; utilizzare gli strumenti normativi a disposizione per inserire e valorizzare le competenze e l'umanità dei cosiddetti soggetti svantaggiati;
- produrre cibo di qualità, rinunciando a concorrere sulla quantità, ponendosi in nicchie di mercato che oggi premiano questa scelta (biologico, allevamento di pollame a terra...); puntare sulla biodiversità (locale) e sulla stagionalità;
- essere tecnologicamente innovativi e rispettosi dell'ambiente in tutti i reparti produttivi, dal packaging in materiale riciclabile alla vendita on-line, alla micro-generazione di energia rinnovabile tramite biomassa, sole o vento, alla progressiva riduzione di sostanze fertilizzanti e pesticidi; essere vicino alla comunità, aprendo alla vendita diretta o ai mercatini locali e informare senza sosta il consumatore, che ha il diritto ad avere informazioni trasparenti, inclusa la formazione del prezzo; il consumatore si sentirà così invogliato a informarsi e a fare scelte consapevoli;
- utilizzare banche di credito cooperativo o piccole realtà del credito locale affinché eventuali risparmi siano reinvestiti nella comunità;
- non abusare di finanziamenti pubblici che distorcono il mercato e fanno spesso deviare da quanto deciso nelle strategie di lungo periodo per poter invece approfittare di tali aiuti;

- preferire agli aiuti statali forme di reddito integrativo quali l'ospitalità (agriturismo) o l'educazione (fattorie didattiche) o, almeno, far sì che gli aiuti statali si innestino su scelte strategiche ragionate e autonome.

In poche parole la sostenibilità non vuol dire integralismo, molte volte insostenibile dal punto di vista economico, ma un orientarsi, un tendere a conseguire coerenza tra il settore economico, sociale, ambientale, perché bisogna ricordarsi che, se il denaro non è tutto è pure vero che senza soldi non si cantano messe. Una delle principali cause di fallimento di buoni progetti è, infatti, la sottovalutazione del fattore economico, perché distratti a inseguire chimere ideologiche.

In Italia e nel resto del mondo, di esempi di successo così, ve ne sono tantissimi. Ma essi non sono parte del modello mainstream, cioè del modello dominante, costituendo piuttosto l'eccezione al sistema.

È ovvio che tra armonia e caos, tra globale e locale è possibile individuare tutta una serie di vie di mezzo, come una linea retta che parta dal punto perfezione sopra descritto e si evolva verso l'infinito, perché il futuro non è un dato certo.

Il punto di partenza, e per molti è anche l'unico possibile, è quello del cibo visto in tutta la sua complessità:

- tradizione: saperi, mestieri, riti, ma anche consuetudini anche come quello di recarsi al mercato in piazza la domenica;
- ritualità e simbolismo: il pane che si spezza, la festa per il raccolto;
- conoscenza, cultura e competenze: riconoscere le piante spontanee, le varietà animali e vegetali; di come si produce, trasformare, cucinare il cibo;
- biodiversità: la diversità della vita che fa bene alla salute, che tutela natura e, in ultima analisi, l'economia, impedendo la diffusione su larga scala di parassiti ed epidemie;
- paesaggio, territorio e ambiente: l'agricoltura di valore è la miglior maniera di tutela del paesaggio; coltivare, terrazzare, irrigare significa aver cura del territorio, facendo opera di prevenzione e di-

fesa dal dissesto idrogeologico; integrazione dell'agricoltura e delle piccole aziende di trasformazione nelle aree naturali protette;

- legame simbiotico uomo-animale-ambiente naturale, che ha caratterizzato per secoli, le attività agricole, pastorali o della pesca;
- convivialità: la famiglia riunita in cucina o intorno al desco familiare, pronto ad aggiungere un posto in più; la tavola di re e governanti che accoglie pari grado per trattare questioni spinose;
- comunità: i territori che prosperano intorno ad un prodotto e con esso si identificano;
- gratuità, il dono e l'insegnamento più bello, in ogni religione: sfamare gli affamati;
- stagionalità: rispetto dei tempi della natura, il valore dell'attesa di quanto non è ancora disponibile;
- tempo: lasciare riposare la terra rotando le culture; rispettare il fermo biologico della pesca;
- eccellenza delle produzioni, il cui valore aggiunto è fonte di reddito e orgoglio per le comunità, gli imprenditori e i lavoratori.

- economia giusta: riconoscere il valore dei produttori di cibo, significa consentire loro una vita degna, evitando la chiusura di piccole imprese (forni, aziende agricole), lo spopolamento delle campagne e l'emigrazione forzata in altre regioni o continenti;

- innovazione di processo e di prodotto, che a volte è ritorno al passato, come il cibo biologico, che sia certificato o meno.

La parte della linea che tende all'infinito è invece tracciata da chi vede il cibo solo come una merce, pertanto rispondente solo alle logiche della massimizzazione del profitto immediato, che è la tendenza dominante, in cui non c'è equilibrio tra domanda e offerta, ma in cui invece l'offerta orienta e, spesso, determina modi e tempi della domanda.

Per fare un esempio concreto, basta guardarsi intorno: l'evoluzione dell'economia (urbanizzazione + massificazione dei consumi) ha come conseguenza fisiologica la scomparsa delle piccole botteghe agroalimentari e dei mercati rionali, e quindi di un'economia a conduzione familiare e di quartiere, sostituiti dai supermercati o ipermercati, spesso di proprietà di grandi gruppi multinazionali.

Ma ogni casalinga che continua a recarsi al forno sotto casa piuttosto che al supermercato di fronte, pur sapendo che così facendo spende qualcosa di più, manda un segnale: con il suo piccolo gesto quotidiano sceglie consapevolmente di schierarsi dalla parte di un modello economico piuttosto che da un altro, di sostenere per quello che lei ritiene più giusto o comunque più vicino a una sua visione dell'economia; in questo caso un'economia locale, relazionale, basata sulla fiducia autentica di una stretta di mano o di una conoscenza diretta piuttosto che su quella di marchi e pubblicità.

Ognuno di noi, in quanto consumatore, è più o meno libero di posizionarsi in un punto ideale di questa linea a un cui estremo vi è, per sintetizzare, l'agricoltura biodinamica o il veganismo e al cui altro estremo ci sono via via gli ogm, la monocoltura, i mega allevamenti intensivi, il fast food. Così come col suo comportamento vi si posiziona, anche in questo caso in maniera più o meno libera, ogni attore del pianeta agroalimentare: produttori, trasformatori commerciali, ristoratori.

Com'è facile immaginare, il cibo, come l'acqua, è un tema su cui il confronto tra sostenitori di teorie e pratiche opposte è particolarmente serrato. Secondo molti studiosi e associazioni di categoria in tutto il mondo, l'attuale modello di politica economica agroalimentare dominante sarebbe del tutto insostenibile, essendo molto carente dal punto di vista della tutela ambientale e dell'equità sociale, e molto sbilanciato a favore del profitto economico di breve periodo.

## CIBO. POSIZIONI CONTRO

Chi si pone in maniera critica si rispecchia grosso modo nelle idee e nelle parole di Vandana Shiva,<sup>24</sup> una delle più note portavoce di questo dissenso.

*"Le piccole aziende,<sup>25</sup> pur fornendo il 70% del cibo, le piccole aziende vengono di fatto emarginate in nome delle basse rendite. Circa l'88% degli alimenti viene consumato all'interno della stessa eco-regione o paese dove viene coltivato. L'industrializzazione e la globalizzazione sono l'eccezione e non la norma. E laddove non ha ancora distrutto le piccole aziende e l'economia alimentare locale, la biodiversità porta sostentamento alla gente. La biodiversità dell'agricoltura è mantenuta dai piccoli contadini. Quando questo ricco sistema alimentare naturale viene sostituito dalle monoculture industriali, il risultato è la malnutrizione e la fame [...]"*

*L'agricoltura industriale è un sistema inefficiente e dispendioso ad uso intensivo di prodotti chimici, carburanti fossili e capitali economici. Distrugge il patrimonio naturale rimpiazzando le piccole fattorie, e provocando danni per la salute [...] Vengono usati 10 unità di energia in entrata per produrre un'unità di cibo in uscita. Lo spreco aumenta esponenzialmente quando gli animali vengono messi in fattorie industriali e nutriti con frumento, invece che tramite il pascolo libero in sistemi ecologici, ignorando il fatto che ci vogliono 7 chili di frumento per produrre uno di carne di manzo, 4 chili per produrre uno di carne di maiale e 2,4 chili per produrne uno di carne di pollo. L'uso di frumento è uno dei fattori che contribuiscono maggiormente alla fame nel mondo.*

*In sintesi, metà della popolazione mondiale sarebbe vittima della fame strutturale e dell'ingiustizia alimentare del sistema dominante odierno. Abbiamo avuto la fame in passato, ma era causata da fattori esterni come le guerre e i disastri naturali. Era localizzata*

24. Vandana Shiva è, tra l'altro, membro del comitato direttivo dell'IFG - The International Forum on Globalization (ifg.org) e fondatrice della fondazione Navdanya (nove semi) con sede a Firenze, per la protezione della biodiversità (navdanyainternational.it).

25. Tratto da "Lectio magistralis di Vandana Shiva all'Università della Calabria", 2013. Fonte: Corriere.it/nutrizione, 18 aprile 2013.

nel tempo e nello spazio. La fame di oggi è di carattere permanente e globale. È una fame architettata. Ciò non significa che coloro che gestiscono i sistemi alimentari contemporanei abbiano l'intenzione di creare la fame. Significa che la creazione della fame è costruita nel disegno aziendale della produzione industriale e della distribuzione mondiale del cibo. Per la prima volta, oggi, il numero dei bambini sottopeso è quasi uguale a quello dei bambini in sovrappeso e obesi. Fame e obesità diventano condizioni di vita compatibili, se non complementari. E ciò sta accadendo in posti sin troppo lontani e diversi tra loro perché si possa pensare soltanto a cause genetiche o a scelte sbagliate dei singoli. Ci sono enormi costi in termini di salute, costi socio-economici (impoverimento dei piccoli agricoltori, disuguaglianza nell'uso del cibo), costi ambientali (perdita di biodiversità, inquinamento del suolo e dell'acqua, emissione di gas serra)".

La grande agro-industria mondiale è, ovviamente, di tutt'altro avviso, riassumibile, ad esempio, nelle parole di Mark Buckingham della Gm's industry's Agriculture and Biotechnology Council sui cosiddetti Ogm, organismi geneticamente modificati:<sup>26</sup> "Un fatto che non dovrebbe creare allarmismi. Dall'India al Sudafrica, milioni di contadini hanno già valutato l'impatto positivo che la tecnologia degli Ogm può avere sul loro lavoro. La popolazione mondiale raggiungerà i nove miliardi entro il 2050. Un significativo aumento dei raccolti, è quindi necessario, soprattutto nei Paesi in via di sviluppo. Il continuo progredire della ricerca potrà portare gli Ogm a fronteggiare anche sfide come quella dei cambiamenti climatici. Si sta sviluppando una tecnologia per la tolleranza alla siccità, che permetterà alle colture di affrontare senza problemi periodi di bassa umidità dei terreni".

26. Dibattito ripreso da: l'Fattoquotidiano.it, del 05/11/2011 in occasione della presentazione del rapporto "L'imperatore Gm è nudo" edito nel 2011 dall'associazione Navanya International di Firenze, di cui Vandana Shiva è presidente. Il numero dei suicidi è grosso modo confermata nel libro Farmageddon e così spiegata (op. cit. pag. 24): "Il suicidio di 200.000 coltivatori in India, dal 1997 ad oggi, molti dei quali dopo essersi pesantemente indebitati, potevano le loro stesse vite per comprare dei "magici" semi geneticamente modificati, per poi scoprire troppo tardi che sono inutilizzabili nelle condizioni locali. Il raccolto è un fallimento. In Inghilterra due dozzine di suicidi tra i coltivatori provocherebbe una protesta nazionale; in India la tragedia si è svolta quasi in silenzio".

Altrettanto ovviamente per Vandana Shiva "il modello degli Ogm scoraggia i contadini nel provare metodi di coltivazione più ecologici", e le corporation che lo promuovono stanno "distruggendo le alternative" al solo scopo di "perseguire il profitto. Quindi milioni di contadini sono ostaggio degli Ogm, e 250.000 agricoltori - ridotti sul lastrico - si sono tolti la vita negli ultimi anni".

Ci sono altre tre questioni altrettanto preoccupanti che vale la pena ricordare, in aggiunta al quadro sintetico prima descritto.

- Il land grabbing, ovvero l'accaparramento di terre, si caratterizza per una serie di investimenti su larga scala, che mirano ad acquisire il controllo di enormi estensioni di terreni, sia per una produzione destinata all'export - in particolare "commodities" destinate alla produzione di biocarburanti - che per investimenti puramente speculativi. Ciò produce un enorme impatto sulla sicurezza alimentare e l'accesso alla terra delle comunità di quei Paesi dove avvengono gli investimenti. Per questo sempre più imprese stanno acquisendo il controllo di grandi estensioni di territori nei Paesi del Sud, in particolare in Africa, per produrre materie prime da destinare al settore dei biocarburanti. Molto spesso non vengono rispettate le legislazioni nazionali e internazionali in materia di diritto al cibo, all'acqua, alla terra, con fenomeni di gravi violazioni dei diritti umani e spostamento forzato di intere comunità. Dal 2000 a oggi sono stati documentati più di 1.600 accordi di acquisizione di terra su larga scala che hanno interessato oltre 60 milioni di ettari. Un'area più grande della Spagna, della Germania o del Kenya. Di questi il 78% ha come finalità la produzione agricola, il 40% dei quali è destinato al settore dei biocarburanti e, secondo stime della Banca Mondiale, la produzione di biocarburanti sarebbe responsabile del 75% dell'aumento dei prezzi alimentari.<sup>27</sup>

- L'ocean grabbing. Un fenomeno meno conosciuto del land grabbing ma non meno preoccupante, in sostanza una "privatizzazione del mare, un sistema di quote e concessioni che sta tagliando fuori i piccoli pescatori ... Presentandoli come una risposta alle pre-

27. Fonte: "Il grande furto della terra", Actionaid, maggio 2014 (<http://www.actionaid.org>).

occupazioni ambientali, sulla salute dei mari in numerosi Paesi sono stati ridefiniti i diritti di accesso o i privilegi di sfruttamento delle risorse ittiche libere, comuni o dello Stato, aumentando i livelli di attribuzione ai privati. Nel Nord come nel Sud del mondo: in Islanda dieci compagnie controllano il 50% delle quote. In Cile 127 mila pescatori devono dividersi il 10% del mercato, mentre 4 grandi aziende detengono il 90% delle concessioni. In Danimarca, dal 2005, le flotte di pescatori tradizionali son dimezzate. In Namibia succursali locali di aziende spagnole detengono il 75% del mercato. E in Sud Africa l'Individual Transferable Quota (ITQ), introdotto nel 2005 ha portato alla repentina esclusione di 50 mila piccoli pescatori<sup>28</sup>.

- La possibile approvazione di un accordo commerciale di libero scambio tra UE e USA, il TTIP - Transatlantic Trade and Investment Partnership (Partenariato Transatlantico per il Commercio e gli Investimenti)<sup>29</sup> attualmente in fase di round di consultazione all'interno degli Stati membri, che, a detta di molti<sup>30</sup> potrebbe danneggiare fortemente il settore agroalimentare italiano. Tanto che, nell'ottobre 2014 molte associazioni, tra cui Slow Food, hanno avviato una campagna di raccolta firme contro il TTIP, denunciando la scarsa trasparenza di negoziati che mettono in gioco standard ambientali del sistema alimentare e standard sociali riguardanti i diritti dei consumatori.

Joseph Stiglitz, premio nobel per l'economia, sostiene che: *"L'accordo di libero scambio tra Ue e Stati Uniti è iniquo. L'Europa non dovrebbe firmarlo"*. Il professore spiega che si tratta di un accordo la cui intenzione sarebbe di eliminare gli ostacoli al libero commercio. Tuttavia gli ostacoli al libero scambio sono le regole per la tutela dell'ambiente, della salute, dei consumatori, dei lavoratori. Le grandi compagnie di entrambi i lati vogliono questo trattato perché garantirebbe loro profitti maggiori, ma a che prezzo? I costi in termini

28. Il fenomeno dell'Ocean grabbing è ampiamente descritto nel dossier "Mare da difendere" su Valori n° 125/2015, pagg. 8-17.

29. Sito ufficiale della Commissione Europea: [http://ec.europa.eu/trade/policy/fin-focus/ttip/index\\_it.htm](http://ec.europa.eu/trade/policy/fin-focus/ttip/index_it.htm).

30. Per conoscere le ragioni di chi si oppone al TTIP: <https://stop-ttip.org/>.

per la salute, l'ambiente, la sicurezza dei cittadini sarebbero enormi, sostiene. Costi che a suo parere non sono neppure valutabili, perché è in atto un tentativo di sottrarre il trattato al processo democratico, invece di avere un dibattito su questi temi. Secondo Stiglitz, il trattato mina le tutele che europei e statunitensi hanno creato in decenni e accresce le disuguaglianze sociali, dando profitti a poche compagnie multinazionali a spese dei cittadini<sup>31</sup>.

Per quanto riguarda l'Italia, un dato particolarmente significativo è la chiusura delle aziende agricole: "in media di 60 aziende al giorno, 155 mila imprese in meno rispetto all'inizio della crisi nel 2007, 1,2 milioni di aziende negli ultimi venti anni. L'Italia ha perso negli ultimi venti anni il 15% delle campagne per effetto della cementificazione e dell'abbandono provocati da un modello di sviluppo sbagliato che ha ridotto di 2,15 milioni di ettari la terra coltivata. Ogni giorno viene sottratta terra agricola per un equivalente di circa 400 campi da calcio (288 ettari)"<sup>32</sup>.

La rivolta de "I forconi", che riempi i titoli dei media nel 2013, nacque come movimento di protesta contro le quote latte, la Politica Agricola Comunitaria, i ritardi nei pagamenti in sovvenzioni. Poi, completano il quadro di luci e ombre dell'universo cibo anche nel nostro Paese i gesti estremi e simbolici come quelli di alcuni imprenditori del ragusano dell'anno scorso.<sup>33</sup>

31. Fonte: [eunews.it](http://eunews.it), del 23/09/2014.

32. Fonte: Intervista a Roberto Moncalvo, presidente Coldiretti per "Le idee di Expo 2015 - verso la carta di Milano" organizzata dal Ministero delle Politiche Agricole", su [www.caserta.coldiretti.it](http://www.caserta.coldiretti.it) del 09/02/2015.

33. "L'unica rabbia è la differenza evidente a tutti: prodotto venduto al mercato a Vittoria Euro 0,20 centesimi mentre nei supermercati al nord euro 2,20! Bella storia e nessuno mai che alzi un dito! Preferisco buttare via tutto anziché portare i miei prodotti al mercato e vedermi rubata anche la dignità. Prendono la merce per venderla alla fine al consumatore a peso d'oro. Quindi fatturi noi e fatturi i consumatori che non possono permettersi un chilogrammo di merce al costo che trovano. Un prezzo giusto e dignitoso sarebbe - continua Incardona - intorno ai 40/45 centesimi, ma quest'anno la media è intorno ai 27 centesimi". Intervista a Mario Incardona, l'imprenditore agricolo di Santa Croce - Ragusa - che ha preferito buttare le melanzane prodotte nella sua azienda piuttosto che svenderle al mercato (fonte: R. Giaconio su [Palermomania.it](http://Palermomania.it) 05/06/2014).

**Fast, junk, street, finger, sempre e solo food**

Fast food, cibo veloce, da preparare e consumare. Il primo ristorante di fish and chips fu aperto nel 1860 in Inghilterra. Dagli anni '80, il fast food è sinonimo di cibo confezionato / cotto al momento ma i cui "componenti" sono standardizzati, che ha lo stesso aspetto e lo stesso gusto dovunque lo si provi, un costo molto basso, e presenti alimenti poco nutrienti e molto calorici (zuccheri, grassi idrogenati). Il basso prezzo (che comprende anche imballaggi di cartone polistirolo, buste varie) è un indicatore di un sistema che produce enormi quantità di cibo di bassa qualità. Spesso il fast food coincide con il junk food.

**Junk food**, cibo spazzatura: cibo confezionato industrialmente con ingredienti di scarsa qualità, ad alto contenuto calorico e basso contenuto nutrizionale (ad esempio, patatine, snack, merendine, ecc.). Lo è molto spesso il fast food, mentre può esserlo lo street food, soprattutto quando non ha niente a che vedere con la cultura e la tradizione locale. È questo il caso delle "patatinerie" e di altri fast food invasivi che da pochi anni sono state ultimamente aperte (e alcune nel frattempo chiuse): 50 patatinerie, 140 grafferie, 300 paninoteche, 80 kebaberie, 30 yogurterie.<sup>34</sup>

**Street food**, cibo di strada. La maggior parte di questi cibi sono specialità locali o regionali, che incarnano l'animo più profondo del luogo. Ne erano estimatori, tra gli altri, scrittori come Emile Zola e Matilde Serao. "Il cibo di strada rispecchia e identifica gli usi e i costumi di un popolo, incarna in sé molti aspetti antropologici legati alla cultura, all'etnia e all'identità di un luogo. Lo street food non segue le mode del momento, si allontana dalla standardizzazione alimentare proposta dai fast food, dove il cibo ha lo stesso sapore in qualunque parte del mondo. Non soddisfa solo il bisogno fisiologico di nutrirsi, ma rappresenta anche un momento di convivialità, perché si consuma in mezzo alla gente, sposta il cibo dalla sua abituale sfera privata a quella pubblica" (tratto da: francodenari.it). Pizza a porta-

34. Dati Confazienda Napoli, riportato da Ansa.it, 11 settembre 2014.

foglio a Napoli, arancino di riso o panino con la milza e ricotta a Palermo; panino con la porchetta a Roma. Ma anche gyros e pita greci, kebab, turco, o tanto. Thai street food. Ovviamente, anche lo street food può essere junk food, dipende dalla qualità degli ingredienti: il confine, soprattutto quando non si scelgono prodotti non tipici (un kebab in Italia o una pizza in Inghilterra), è molto sottile.

**Finger food**: cibo da dita. Sebbene in molte culture, come in Etiopia o nel Sud Est asiatico, il cibo è tradizionalmente mangiato con le mani, anche da uno stesso piatto di portata messo al centro, nella cultura occidentale per finger food si intende cibo in piccole porzioni generalmente di buona qualità e raffinato nella preparazione, da mangiare in un sol boccone. Ha fatto la felicità dei catering, meno degli ambientalisti che si lamentano (e a ragione!) per l'uso smodato di bicchierini, mini piattini e posatine monouso.

**Gli allarmi globali sul cibo**

- 1986, morbo della mucca pazza (MCD, mad cow disease). Dal primo caso nel Regno Unito, quasi 200.000 capi di bestiame colpiti nel mondo, principalmente in GB, e 3 umani coinvolti;
- 1996, influenza (peste) aviaria. Dal 1996 è iniziata una serie di epidemie che ha coinvolto tutti i continenti. L'epidemia del 2003, iniziata nel sud-est asiatico e ancora in atto, ha coinvolto più di 150 milioni di volatili. Dall'ottobre 2005 il virus è entrato in Turchia e da qui nel resto del continente europeo. Dal 1997 si è scoperto che il virus può trasmettersi agli umani.
- 1999, maiali alla diossina. In Belgio le autorità sanitarie dispongono il sequestro di 1.095 allevamenti e la distruzione di 600-800.000 tonnellate di carne suina per la presenza di pcb, indicatore della diossina tossica.
- 2009, febbre suina, Messico. La pandemia influenzale del 2009 ha causato centinaia di morti e decine di migliaia di contagi nel mondo, concentrati per la maggior parte nel continente americano.

• 2013, carne di cavallo. In Inghilterra e Olanda alcune grandi catene di supermercati segnalano la presenza di carne di cavallo, confermata dal DNA specifico, in preparati a base di manzo, in percentuali che vanno dal 60 al 100% dei campioni analizzati.

## L'AZIENDA VIRTUOSA

Roberto Colantonio, Fiammetta Monaco

### L'IMMAGINE ETICA AZIENDALE E IL "GORILLA INVISIBILE"

L'immagine è una proiezione dell'azienda e come tale la prima presa d'atto è che non è non potrà essere gestibile sotto tutti gli aspetti e le possibili implicazioni, né tantomeno "controllabile".

Perché vi sono in realtà più immagini.

L'immagine che l'azienda vorrebbe dare, che non necessariamente coincide con l'immagine che l'azienda ha di sé. A sua volta, l'immagine che risulta all'esterno è ancora un'altra.

Sono poi immagini in continuo movimento, che seguono, come un'ombra e come un'ombra mutano, il percorso dell'azienda e non è detto lo facciano in maniera sincrona.

Le aziende hanno la tendenza, nell'affermare a forza di principi la loro dimensione etica, dopo decenni di quello che potremmo chiamare "indifferentismo capitalista", a dimostrare involontariamente la tesi dell'esperimento del "gorilla invisibile".

Secondo le parole degli autori Christopher Chabris e Daniel Simons: il 25.01.1995 "abbiamo condotto un semplice esperimento con gli studenti di un corso di psicologia che tenevano all'Università di Harvard...".

Ad alcuni volontari si chiese di visionare un video per contare il numero di volte che gli studenti si lanciavano delle palline. Ma l'esperimento vero riguardava tutt'altro. "A metà del video, una studentessa che indossava un travestimento completo da gorilla entrava in scena, fermandosi al centro e guardando in camera si batteva il petto e poi se ne usciva, per un totale di nove secondi". Visionato il video, si chiedeva:

L'azienda virtuosa

7.