

GLI STILI ALIMENTARI

Da qualche tempo i movimenti contrari alla globalizzazione (no global o antiglobalizzazione) stanno cambiando e stanno anche mutando di nome, trasformandosi in alter-mondialisti o mondialisti alternativi. Il cambiamento non è soltanto semantico, ma esprime un mutamento importante. Tutto fa ritenere che anche in Italia ne vedremo le conseguenze. La mondializzazione o globalizzazione è un fenomeno incontrovertibile, che non riguarda solo i mercati, la produzione agricola e alimentare, ma comprende anche la conoscenza e il modo di produrre. Tra parti del mondo distanti migliaia di chilometri, vi sono scambi di informazioni, capitali, “know how” quasi immediati e poco costosi, per cui un comportamento antiglobalizzazione è divenuto impossibile e di questo si sono resi conto gli stessi no global. Molte imprese, di qualsiasi tipo, anche artigianale, oggi possono passare da una dimensione locale a una dimensione mondiale: tipico è il caso dei prosciutti Dop italiani che adesso si devono confrontare con un mercato mondiale.

In linea di principio la mondializzazione offre molti vantaggi, ai quali non si può rinunciare. Permette ai Paesi ricchi di aumentare la varietà dei prodotti e di averli a prezzi più bassi. Per i Paesi in via di sviluppo, la mondializzazione è l'occasione per accelerare il loro processo d'avvicinamento ai Paesi più ricchi. I Paesi che si chiudono alla mondializzazione rischiano fortemente di non uscire dalla povertà.

D'altra parte la mondializzazione impone a molte imprese una trasformazione. Tutte le imprese mondiali sono tra loro in concorrenza diretta e un'impresa che si era sviluppata e adattata prima a un mercato locale (regionale o nazionale) deve ora adattarsi a un mercato che, direttamente o indirettamente, è un mercato mondiale. Nella costituzione d'aree di libero scambio o mercati comuni continentali (Ue, Nafta ecc.) si è visto che varie imprese sono scomparse o hanno dovuto trovare nuovi assetti, soprattutto distributivi, ma sono state anche costrette a scegliere luoghi di produzione nei quali vi erano vantaggi e adeguare la produzione e la distribuzione ai nuovi mercati. Se non si segue questa logica di “delocalizzazione” nella produzione, ma soprattutto nella distribuzione, forte è il rischio d'essere eliminati. Per quanto riguarda la globalizzazione alimentare, l'Italia si trova di fronte a una serie di problemi che riguardano le materie prime, le industrie, gli stili alimentari. La globalizzazione investe il reperimento delle materie prime sul mercato non più nazionale o europeo, ma mondiale (com'è il caso dei cereali e delle oleaginose), l'area e il sistema di vendita di prodotti tra-

sformati (come vini, olio d'oliva, salumi ecc.) e in modo particolare il loro uso (“cucina”). In quest'ultimo ambito assumono una grande importanza gli stili alimentari. È oggi sempre più evidente che, in linea di massima, non si vendono alimenti, se non associati al modo di usarli e, quindi, a una “cucina”. Non è tanto la pasta italiana che è stata diffusa nel mondo, quanto la “cucina della pasta”, con il connesso stile alimentare. È anche in questo senso che può essere interpretato il movimento dei no global contrario allo stile alimentare americano, o “cucina”, del fast food anche se nei locali contestati erano utilizzate materie prime locali o dello stesso tipo di quelle presenti nei locali non contestati. Non dimentichiamo che gran parte degli hamburger distribuiti nella maggiore catena di fast food europei è prodotta in Italia e proviene da vacche italiane; inoltre anche le patate sono prodotte in Europa, mentre la farina usata per il panino è ottenuta dal mercato internazionale, come quello della baguette francese. In modo analogo l'Italia ha esportato in tutto il mondo non tanto la pizza, ma lo stile italiano di mangiarla e cioè della pizzeria, che ha avuto successo in quanto “mangiare rapido” all'italiana.

I movimenti no global hanno il grave limite di proporre una contestazione e un diniego, senza presentare alcuna alternativa. La mondializzazione, anche nell'alimentazione, va affrontata in tutti i suoi aspetti e, soprattutto, senza preconcetti e ideologie. Bisogna inoltre distinguere la globalizzazione della produzione e della distribuzione degli alimenti, dalla globalizzazione degli stili alimentari e, soprattutto, pensare che la soluzione sta nel salvaguardare le identità locali. In questo senso non vi è contrasto tra una produzione locale di un alimento (per esempio un prosciutto Dop) e la sua vendita mondiale. Non vi è neppure contrasto per la produzione di una pasta italiana (come sistema e qualità di produzione), anche se si usano farine di produzione mondiale. Allo stesso modo non si può pretendere che si possa “mangiare all'italiana” solo in Italia e che non possano esistere ristoranti italiani all'estero (cosa già esistente, anche se non tutti i ristoranti che si fregiano della qualifica “italiana” sono tali, ma lo stesso avviene anche in Italia).

La cucina italiana, in quanto “stile alimentare”, deve essere salvaguardata in quanto unico, reale e concreto mezzo di contrasto a una globalizzazione selvaggia distruttiva dei valori culturali del cibo e dell'alimentazione.

GIOVANNI BALLARINI
Accademico di Parma

See International Summary page 78