



Cibo e territorio. Tradizione, istituzioni e sviluppo.

L'ipotesi di partenza

Ogni territorio ha da sempre utilizzato in maniera prevalente i prodotti locali per provvedere alle esigenze alimentari della popolazione che ci vive. La tradizione, la cultura, gli assetti economici, la struttura della proprietà terriera hanno influito sul modo di utilizzare e trasformare questi prodotti locali. È innegabile che alcune regioni, proprio in virtù di un particolare assetto socioeconomico e di una loro particolare evoluzione, si caratterizzino per una forte e radicata vocazione enogastronomica, che ne contraddistingue anche l'organizzazione economica. Proprio in ottica economica tale vocazione ha attirato, negli ultimi anni, l'attenzione degli studiosi. Infatti, al tema, sempre più attuale e pressante, della delocalizzazione dell'attività manifatturiera, si tenta di opporre una sempre maggiore identificazione territoriale dei prodotti. E nelle risorse locali si trova più facilmente una risposta a questa esigenza. In altre parole si cerca di utilizzare risorse, per loro stessa natura inamovibili, per fronteggiare la delocalizzazione di attività produttive e la conseguente stagnazione economica. Il ragionamento in sé è abbastanza semplice: se la produzione di quasi tutti i manufatti può essere facilmente spostata laddove il costo dei fattori produttivi è più basso, vi sono precise categorie di prodotti (appunto le produzioni tipiche), che sfuggono completamente a questa logica e che assumono valore di mercato solo in relazione al luogo nel quale sono state realizzate. Se a ciò si aggiunge che sul territorio vi possono essere molti altri beni culturali che possono, a loro volta, essere attrattivi (monumenti, tradizioni artigianali, storia, folklore, feste e sagre, ecc.), l'idea di fare di queste realtà fattori di crescita o per lo meno di competizione economica¹ può apparire non del tutto campata per aria.

Il tema dei prodotti tipici, quindi, si intreccia con il tema, anche questo molto attuale, del turismo culturale (anche nell'accezione enogastronomica). Infatti, il settore del turismo culturale, pur rappresentando ancora una quota minoritaria della spesa generale per il turismo, sta conoscendo negli ultimi anni una forte espansione. La tendenza è parte della generale differenziazione di gusti e tendenze nel campo della cultura. All'interesse per la cultura, infatti, si associano un interesse crescente per i processi di consumo e la consapevolezza che le tendenze dei consumatori non possono essere spiegate in modo soddisfacente dai semplici modelli matematici e della scelta razionale. Quando si acquista un prodotto tipico si compra anche una storia, che a sua volta fa riferimento a una comunità e a un territorio.

L'enogastronomia, le tradizioni culinarie e i prodotti tipici non sono, quindi, solo beni economici in sé, ma possono essere in grado di generare un proprio "indotto", identificando un territorio e condizionando almeno in una certa misura i processi di sviluppo locale. Né va dimenticato che

¹ Usiamo cautelativamente il concetto di "competizione economica" non del tutto persuasi (com'è invece il caso di alcune istituzioni governative preposte a realizzare politiche di sviluppo, quali l'UNIDO) che in realtà economicamente ancora non sviluppate l'utilizzo dei prodotti tipici possa configurarsi come volano della crescita.

spesso esistono rapporti molto stretti tra produzione artigianale di un determinato prodotto tipico e produzione industriale dello stesso. L'industria, infatti, ha sovente utilizzato il nome e la fama di un prodotto, per commercializzarne uno, magari anche solo vagamente somigliante, ma che ne richiamasse il nome e il luogo di origine. E non è assolutamente detto che tale comportamento abbia nuociuto alle produzioni artigianali e alle zone di produzione².

Food Lab

Food Lab, laboratorio per la storia dell'alimentazione costituito all'interno del Dipartimento di Economia dell'Università di Parma, si pone come primo obiettivo d'indagare questa multiforme realtà in tutti i suoi aspetti, con particolare attenzione, ovviamente, alla dimensione storica. Anzitutto, s'intende far emergere il peso economico di queste attività nel tessuto locale (numero degli occupati, reddito prodotto, valore delle esportazioni, ecc.), collocando questa osservazione in una prospettiva cronologica ampia, attraverso la ricostruzione di serie storiche.

Questa raccolta di dati e di serie storiche è ovviamente solo uno degli aspetti che Food Lab intende toccare. Tale approccio, infatti, non è in grado di evidenziare gli aspetti qualitativi, culturali e storici. In questa dimensione dovranno emergere il ruolo delle istituzioni locali (difesa, promozione o "invenzione" delle tradizioni), il ruolo dell'associazionismo (monitoraggio e controllo di qualità), il ruolo delle istituzioni nazionali e sovranazionali (ad esempio nella certificazione di qualità nelle sue varie tipologie). Ma anche gli elementi di più lungo periodo come l'evoluzione agricola, i sistemi di conduzione della terra, i rapporti economici, i canali commerciali, il ruolo delle corporazioni urbane nella definizione delle tecniche di trasformazione e conservazione dei prodotti locali, ecc. Un obiettivo fondamentale è anche l'individuazione dei collegamenti con il settore primario e con il terziario (commercio, ristorazione, turismo, pubblica amministrazione, ecc.).

Se lo studioso inglese John Dickie, nel best-seller *Delizia! The epic history of the italians and their food*, può tentare di raccontare la storia d'Italia dal medioevo ai giorni nostri partendo dalla storia dell'alimentazione, è chiaro che stiamo parlando di un ambito che va ben al di là della gastronomia o della storia agraria. Il binomio cibo-territorio è senz'altro centrale nell'interpretazione dello sviluppo socioeconomico italiano, ma può anche diventare strumento sensibile di rilevazione dei differenti percorsi di sviluppo delle diverse regioni europee. Il laboratorio non vuole dunque restringere i propri ambiti di ricerca alla sola realtà italiana, ma intende aprirsi al panorama internazionale, con particolare attenzione al contesto europeo.

Il rapporto tra cibo e territorio, però, non si sostanzia solo dal lato della produzione, ma è particolarmente rilevante anche dal punto di vista dei consumi e quindi della domanda. I consumi alimentari di una determinata area, infatti, sono determinati sia dalla disponibilità di prodotti locali, sia dalle trasformazioni sociopolitiche che hanno influito sui gusti, sulle tradizioni, creando contaminazioni e usi originali di prodotti d'importazione. Uno dei maggiori studiosi dello sviluppo economico successivo alla rivoluzione industriale, David Landes, ha osservato che "se la storia dello sviluppo economico ci insegna qualcosa è che a fare la differenza è la cultura". Se questo vale per la storia dello sviluppo industriale a maggior ragione varrà per tipologie di produzioni e di consumi che affondano le proprie radici in periodi storici più lontani.

La storia degli alimenti, in tutte le sue dimensioni (produzione, conservazione, commercio, trasporto, consumo) è sí una corrente della storia economica, ma, allo stesso tempo, è uno dei pilastri della storia culturale. Anzi, proprio le considerazioni di uno studioso come Landes ci permettono di affermare che il lavoro di ricerca che Food Lab si propone è soprattutto il tentativo di mettere in contatto due branche della storia che pochissime volte hanno trovato un ambito comune all'interno del quale dialogare.

² Il caso dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena e della sua "copia" industriale, l'Aceto Balsamico di Modena, rappresenta un esempio paradigmatico di cooperazione tra produzioni tipiche e produzioni industriali, che dà luogo a vantaggi reciproci.