SLOW FOOD

Bimestrale

Data 10-2008
Pagina 102/08
Foglio 1 / 7

12 editoriali
42 il racconto
48 salone del gusto terra madre 2008
102 viaggio alle radici del cibo
176 la rete delle comunità

VIAGGIO ALLE RADICI DEL CIBO

www.ecostampa.it
036286
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

SLOW FOOD

Bimestrale

Data 10-2008
Pagina 102/08
Foglio 2 / 7

194 slow food editore il dizionario e le osterie
208 approccio sistemico
234 desco music
254 vini d'italia
260 così bevevano

www.ecostampa.it

Quanti viaggiatori abbiamo incontrato sulla nostra strada, di terra, di mare o virtuale? Quante piccole reti abbiamo intrecciato? Quanti legami abbiamo stretto? Quanti discorsi abbiamo iniziato e concluso o, magari, lasciato in sospeso a fluttuare?
Ecco un lungo itinerario, che in parte ne è il risultato... Dal viaggio d'inchiesta sul tecnocibo e l'"aroma che non c'è" di Paolo C. Conti, alle tappe di una rotta a vele spiegate - fra Sudafrica, Vietnam e Polinesia - di Patrizio Roversi; dagli scatti nel profondo nord dolganiano di Livia Monami alle esperienze calcistico-musicali in salsa piccante di Filippo Maria Ricci; dal viaggio-ricordo di Alberto Sinigaglia, dedicato al grande Massimo Mila, al cammino from Bra to Bras - come Pollicino, segnando la strada di briciole - di Annette Weber; dalle esperienze americane, intrise di burro e ruralità o in mezzo al traffico metropolitano, di Geoff Andrews e Daniele de Michele aka Donpasta, al wild tour attraverso i cibi di strada di Luca Morino; infine, le zone off limits del mondo, percorse per noi da Phil Rees e Stefan Gates in due viaggi che possiamo soltanto immaginare, fra i talebani del Pakistan, la Birmania e... cos'altro?
Foto, tante, ma anche tante illustrazioni, firmate dai nostri "matitari": Serena de Gier, Cosetta Gardini e Daniela Villa (ladies first), Marco Bailone, Marco Cazzato, Marco Corona, Pasquale Todisco aka Squaz e Giuseppe Tolo.
Dunque, buon viaggio.

036286

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

SLOW FOOD

Bimestrale

Data 10-2008
Pagina 102/08
Foglio 3 / 7

www.ecostampa.it

12 editoriali
42 il racconto
48 salone del gusto terra madre 2008
102 viaggio alle radici del cibo
176 la rete della comunità

Viaggio alle radici del cibo

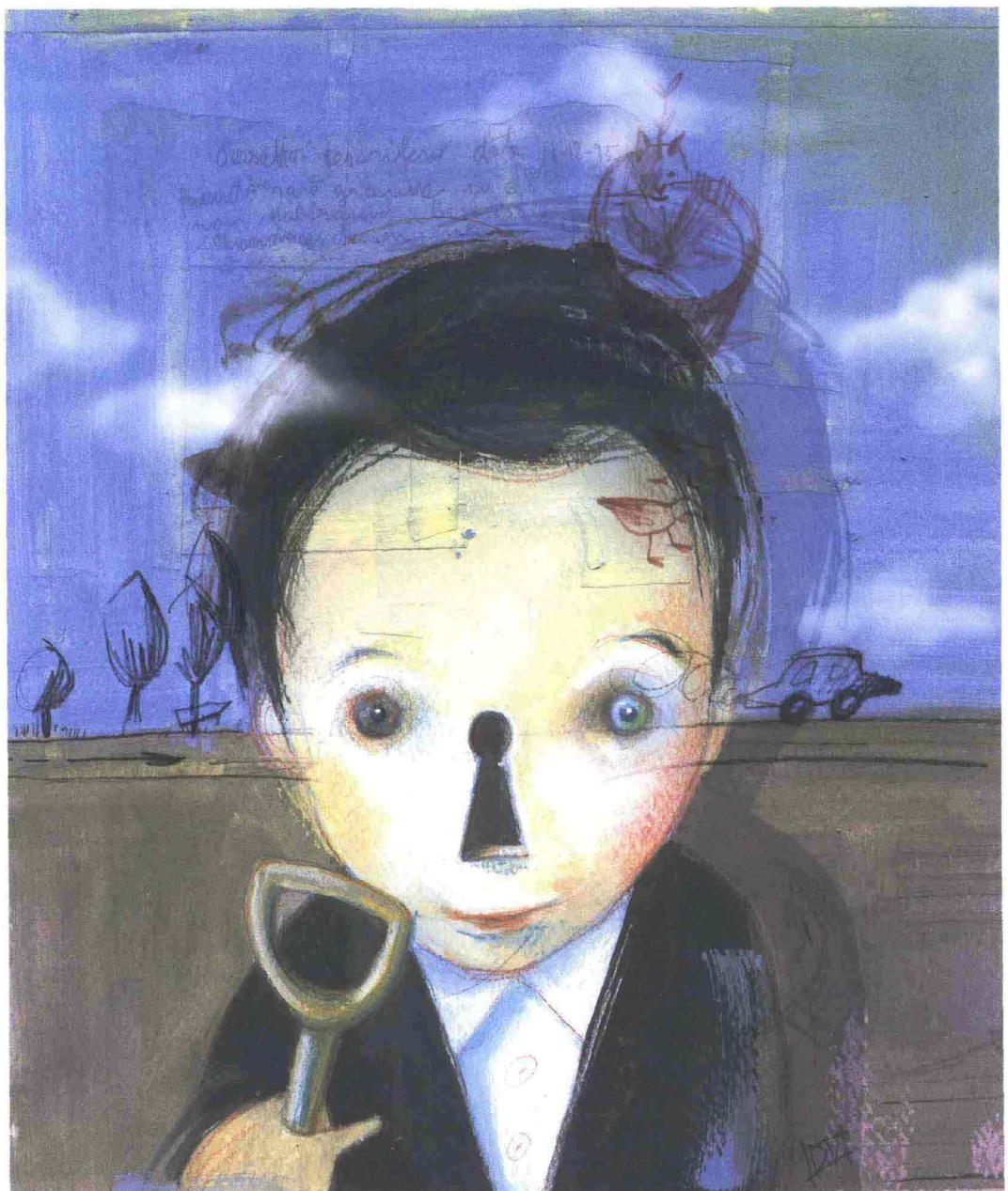

Illustrazione Daniela Villa

«Fai che i tuoi ricordi siano la tua valigia»
Alexander Solzhenitsyn

036286

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

SLOW FOOD

Bimestrale

Data 10-2008
Pagina 102/08
Foglio 4 / 7

www.ecostampa.it

194 slow food editore il dizionario e le osterie
208 approccio sistemico
234 desco music
254 vini d'italia
260 così bevevano

Mosca cieca

di Paolo C. Conti

La breve storia che vi voglio raccontare non ha un lieto fine. È bene puntualizzarlo subito. È la storia di due mesi trascorsi a cercare una risposta che ritenevo semplice, ma che si è invece dimostrata molto, troppo complicata.

L'Italia, lo sapete, è famosa nel mondo per il suo cibo che, ci piace dire, è buono, sano e genuino. Ce lo invidiano tutti. E tutti lo comprano. Per noi è una cosa straordinariamente importante, visto che il mercato alimentare italiano vale più di 110 miliardi di euro l'anno: circa un decimo di tutto il valore che il nostro paese produce.

Ma gran parte di questo cibo non proviene da piccoli orti a conduzione familiare o dalle malghe di montagna, né da agricoltori e allevatori illuminati o dai Presidi di Slow Food. Al contrario, il mercato alimentare italiano è ormai in massima parte altamente industrializzato, al pari di quelli dell'automobile o dei computer.

Ho pensato quindi che mi sarebbe piaciuto provare a spingermi oltre questa immagine, forse un po' stereotipata, di genuinità per mettere "qualche numero fra le parole". Quella che segue è la cronaca di questo mio tentativo.

Provate a cercare su Google "additivi+alimentari+importazioni". Io l'ho fatto. E ho provato anche tutte le altre combinazioni che mi venivano in mente, dando il via a una ricerca che mi ha portato via due mesi di tempo e che non mi è servita quasi a niente. Il tecnocibo tende a nascondersi. Soprattutto in Italia

Il tecnocibo tende a nascondersi

Come si fa a capire se un alimento è genuino? Pensateci un attimo. Come si può definire con un minimo di rigore un concetto tanto vago? Possiamo definire genuine le uova che provengono da galline allevate in un pollaio di campagna. Ma come la mettiamo con i mangimi ricchi di composti chimici e di organismi modificati geneticamente con cui vengono nutrite? Il pane venduto ogni mattina dai fornai di lusso delle grandi città viene preparato ad arte e quindi può essere definito genuino. Eppure gran parte di essi lo fanno con lieviti tutt'altro che tradizionali, prodotti in laboratorio dalle aziende chimiche.

036286

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

SLOW FOOD

Bimestrale

Data 10-2008
Pagina 102/08
Foglio 5 / 7

www.ecostampa.it

Genuino. Un concetto sfuggente su cui si basa una parte importante delle nostre esportazioni. E per estensione, del nostro stesso benessere economico.
Un modo per affrontare il problema consiste nel capire quanti additivi alimentari e aromi usiamo noi italiani per preparare il nostro cibo. In fondo questi prodotti sono due pilastri del tecnocibo. L'altro sono gli ogm. Ma quelli sono illegali e in Italia non vengono usati. Almeno ufficialmente.

L'economia e il commercio sono probabilmente due delle cose più studiate e misurate al mondo. Basta farsi un giro in internet per trovare dati e statistiche dettagliate su ogni tipo di prodotto. Il che è comprensibile: le imprese ne hanno estremo bisogno per capire su quali mercati investire, su quali prodotti puntare, su quali strategie scommettere negli anni a venire. Il dato che avete letto poco fa per esempio, quello relativo all'industria alimentare italiana, è saltato fuori in meno di un secondo scrivendo un paio di parole chiave su Google. Ma provate a fare lo stesso cercando "additivi+alimentari+importazioni".
Io l'ho fatto. E ho provato anche tutte le altre combinazioni che mi venivano in mente, dando il via a una ricerca che mi ha portato via due mesi di tempo e che non mi è servita quasi a niente. Il tecnocibo tende a nascondersi. Soprattutto in Italia.
In internet, dicevo, non ho trovato il dato che cercavo, ovvero la quantità di additivi alimentari e aromi usati nel mercato alimentare italiano. Il che è già strano di per sé. Così sono passato al telefono. Ho chiamato Federalimentare, il Ministero della salute, Federchimica, l'Autorità europea per la sicurezza alimentare di Parma. Nessuno di loro mi ha fornito la risposta che cercavo. Solo scampoli di dati di cui parlerò in seguito. Ho poi chiamato qualche azienda alimentare, sperando che i loro uffici di pianificazione strategica avessero questi dati a disposizione. Niente da fare nemmeno lì. Così ho telefonato ad alcuni analisti internazionali che per mestiere raccolgono queste statistiche. Quando faccio ricerche del genere su altri settori, come l'informatica o l'energia, mi rispondono tutti rapidamente e con piacere, felici che il loro nome appaia su un giornale. Ma in questo caso quelli di loro che mi hanno risposto si sono scusati, dicendo che non avevano a disposizione i dati che stavo cercando o che sarebbe stato troppo complicato aggregarli. Risposte simili le ho ottenute anche dalla European Food Information Council (Eufic) e dalla Confederazione delle industrie alimentari europee (Ciaa).

Ma la risposta che più mi ha divertito è stata quella della Federazione europea dei produttori di additivi alimentari (Elc), un'associazione con sede a Bruxelles che rappresenta proprio queste aziende e nel suo sito dichiara fra i propri scopi quello di «fornire informazioni basate sui fatti alle istituzioni europee, ai giornalisti e alle associazioni dei consumatori». A fronte della mia richiesta di dati relativi all'uso di additivi alimentari nei principali paesi europei ho ricevuto un'e-mail che vi voglio far leggere.

Caro signor Conti, sono spiacente, ma l'Elc non può aiutarla su questo aspetto: la Federazione si occupa solo di questioni regolamentari e scientifiche europee e non dispone di statistiche o informazioni economiche sull'uso di additivi in Europa.
Cordiali saluti,
Maryse Hervé
Elc
L'associazione dei produttori di additivi alimentari non dispone di dati sulla diffusione degli additivi alimentari. Come dire che voi non avete idea di quanto guadagnate e chi vi paga lo stipendio.

Scampoli d'informazione

Detto ciò, qualche scampolo d'informazione sono comunque riuscito a trovarlo. Sul Rapporto annuale di Federchimica ho letto che «il fatturato annuo italiano del comparto (degli additivi alimentari e dei coadiuvanti tecnologici) si aggira intorno ai 300 milioni di euro». È una somma piuttosto bassa, che suggerisce uno squilibrio verso le importazioni di queste sostanze. Discorso analogo per gli aromi. Secondo Federchimica in Italia se ne producono per un totale di circa 240 milioni di euro l'anno (senza distinzioni fra naturali e artificiali). Sempre in materia di aromi, secondo dati che mi sono stati forniti dall'Istituto per il commercio estero, ne importiamo per un totale di più di 300 milioni di euro l'anno soltanto per aromatizzare le bevande.
Secondo l'analista internazionale Global Industry Analyst, il mercato mondiale degli additivi alimentari vale nel 2008 quasi 17 miliardi di euro e cresce ogni anno con una percentuale compresa fra il 2 e il 5%. I più grandi produttori di queste sostanze stanno quasi tutti negli Stati Uniti, ma è l'Europa il principale utilizzatore, con una quota del 34% sul totale degli acquisti mondiali. Gli analisti identificano la Cina fra i principali mercati emergenti in termini di additivi alimentari. Ma nella lista ci sono anche alcuni paesi europei, fra cui l'Italia. Dati complessivi sulla quantità di additivi alimentari usati in Italia non ne ho trovati. Ma su un sito web indiano ho scoperto

036286

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

www.ecostampa.it

194 slow food editore il dizionario e le osterie
208 approccio sistemico
234 desco music

che l'Italia è al terzo posto a livello mondiale nelle importazioni di additivi dall'India, dopo gli Stati Uniti e la Germania e ben prima di altri paesi europei, fra i quali la Spagna. Non è un dato assoluto, ma essendo l'India uno degli esportatori emergenti di additivi, è senza dubbio un indizio importante.

Quindi, stando alle informazioni che ho a disposizione, l'Italia non è affatto uno dei paesi che usano meno additivi. Anzi: quello italiano si può senz'altro annoverare fra i sistemi alimentari che ne fanno un uso intensivo.

Nonostante la tendenza da parte della nostra industria alimentare a tenere per sé le informazioni che sarebbero necessarie per farsi un quadro completo della situazione, la mia impressione è che il cibo italiano non stia affatto procedendo sulla strada della naturalità.

Al contrario, gli analisti internazionali vedono questo paese come uno dei mercati più promettenti per vendere sostanze chimiche che servono per costruire il tecnocibo. Se hanno ragione, si tratterebbe di un segnale importante del fatto che l'Italia sta progressivamente abbandonando la genuinità del proprio modello alimentare.

Sistema Italia

Il nostro paese è rimasto per lungo tempo escluso dalla rivoluzione del tecnocibo. Ma non per virtù, quanto per incapacità. Negli ultimi decenni l'industria italiana nel suo complesso ha saputo meno di altre trarre vantaggio dalla tecnologia. Nella chimica, per esempio, le imprese italiane hanno lentamente perduto competitività rispetto ai grandi gruppi internazionali. E lo stesso è avvenuto nel comparto meccanico. La moderna tecnologia non nasce soltanto dalla creatività (dote di cui gli italiani non sono certo sprovvisti), ma ha bisogno per evolversi anche di capacità organizzativa e di un approccio sistematico alla ricerca: due caratteristiche che in Italia latitano da tempo.

Così, salvo poche eccezioni, le uniche industrie italiane che hanno prosperato appartengono a settori a basso contenuto tecnologico, come il tessile o l'arredamento.

Il settore alimentare non fa eccezione. Mentre in alcuni paesi il tecnocibo procedeva a grandi passi, favorito dalla progressiva evoluzione dei canali distributivi e delle aziende alimentari, in Italia abbiamo continuato a mangiare per lungo tempo alimenti meno elaborati e quindi più genuini. L'attitudine degli italiani all'alimentazione naturale nasce da qui. La cultura del buon cibo italiano è arrivata dopo, come conseguenza di una strutturale arretratezza tecnologica e organizzativa, e non – come

036286

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

SLOW FOOD

Bimestrale

Data 10-2008
Pagina 102/08
Foglio 7 / 7

www.ecostampa.it

si tende a pensare – per una scelta precisa.
Tuttavia, quando 20 anni dopo hanno cominciato a diffondersi in Occidente la cultura dell'ambientalismo, il rispetto dell'ambiente e più in generale una diffusa coscienza critica rispetto alla tecnologizzazione estrema della realtà, ci siamo ritrovati fra le mani quasi inconsapevolmente un vantaggio competitivo di inestimabile valore. Il cibo italiano era il baluardo di un valore diventato all'improvviso molto richiesto: la genuinità.
Il cibo italiano, buono, sano e genuino, cominciò a essere apprezzato e invidiato. Le piccole produzioni locali, i sistemi di trasformazione tanto simili a quelli praticati nel secolo precedente, le aziende agricole a conduzione familiare, le malghe di montagna dove si producevano formaggi genuini in piccole quantità, gli allevamenti di maiali del Senese, i viticoltori che producevano il vino quasi artigianalmente, i frantoi dell'Umbria, i pastori sardi: tutto concorse a fornire all'Italia una formidabile opportunità. Tante iniziative indipendenti si trovarono nelle condizioni di poter dare vita a un "sistema". Il pianeta doveva riflettere attentamente sul modello alimentare che avrebbe nutrito le prossime generazioni. E noi eravamo avvantaggiati. L'Italia aveva il suo cibo. Il modo di cucinarlo, ma anche di allevarlo e coltivarlo, di trasformarlo, di proteggerlo. Un cibo che non si esprimeva al meglio nei grandi stabilimenti, ma nelle piccole produzioni, che aveva nella continuità col passato uno dei valori più preziosi, che veniva riconosciuto dai più come ideale per garantire una dieta equilibrata e nutriente. L'occasione era lì, limpida e a portata di mano. Bastava avere il coraggio di raccogliere la sfida. Mentre invece abbiamo navigato per decenni sugli allori di un'eccellenza che ci è capitata fra le mani quasi per caso, senza saperne fare tesoro. E così facendo la stiamo perdendo. Vittime del nostro inveterato eclettismo, non abbiamo trovato la forza, almeno per il momento, di rinunciare a qualcosa per eccellere in qualcos'altro.
La tendenza a nascondersi del tecnocibo italiano non è un segnale incoraggiante. Perché le stesse difficoltà che ho incontrato io si porranno di fronte a chiunque intenda capire meglio cosa finisce nel suo piatto. La trasparenza, una nuova disponibilità al confronto da parte di chi lo produce, sarebbero già un notevole passo avanti. Ma l'elemento che potrà fare la differenza, il catalizzatore più importante, è la nostra curiosità. E questa, a mio modo di vedere, sta già crescendo.

Il nostro paese è rimasto per lungo tempo escluso dalla rivoluzione del tecnocibo. Ma non per virtù, quanto per incapacità. Negli ultimi decenni l'industria italiana nel suo complesso ha saputo meno di altre trarre vantaggio dalla tecnologia

La leggenda del buon cibo italiano raccoglie i risultati di un'inchiesta giornalistica durata tre anni. L'autore ha indagato sulla natura nascosta di ciò che finisce nei nostri piatti, scoprendo che raramente quello che mangiamo è davvero ciò che sembra. La tecnologia estrema e la logica del profitto stanno cambiando nel profondo l'industria alimentare italiana, che è ormai sempre più incline a mascherare i propri prodotti sotto un'ingannevole immagine di naturalità. Oggi più che mai è in atto una guerra planetaria fra tecnocibo ed ecocibo: due modi diametralmente opposti e antagonisti di considerare l'alimentazione umana e la nostra stessa salute. Una guerra dall'esito ancora incerto, nella quale i consumatori avranno un ruolo determinante. Solo se impareremo ad andare "oltre l'etichetta" potremo fare sì che il buon cibo italiano ritorni a essere tale. La nuova edizione de *La leggenda del buon cibo italiano*, in uscita in ottobre per Fazi Editore, contiene nuove indagini sul tecnocibo italiano e una prefazione di Carlo Petrini.

036286

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.