

## Il Cibo giusto del Nuovo Millennio

(15 febbraio 2020)

### **Premessa: energia e città.**

Il testo che segue nasce per rispondere ad una questione apparentemente paradossale: è ragionevole, possibile, socialmente utile offrire alla popolazione cibo sano e pulito attraverso reti di stazioni di servizio carburante distribuite nel territorio metropolitano? Come possono conciliarsi cibo e carburanti, termini che starebbero agli antipodi di qualunque tavola volesse rappresentare le associazioni tipologiche della nostra psiche?

Questione apparentemente balzana dunque, che emerge tuttavia con prepotenza nella strategia di riassetto in chiave “green” delle più avvertite compagnie petrolifere: si può associare un marketing green del carburante ad un marketing green del food?

Per rispondere a questa domanda è iniziata la riflessione che si espone in questo testo.

Essa si è imbattuta ben presto in una constatazione tanto basilare quanto sorprendentemente trascurata: carburante e food sono entrambe fonti di energia ed ubbidiscono alla medesima domanda primordiale, quella del movimento. Che in sostanza è domanda di azione relazionale: mi sposto per fare qualcosa con altri. Mi nutro, mi tengo in grado di operare per fare qualcosa con altri, o per altri.

Il passaggio al criterio relazionale di valutazione della “merce cibo” ha spalancato finestre di riflessione, da cui si guarda ad un panorama triste e preoccupante per lo stato presente, ma da cui si intravedono prospettive ravvicinate di radicale miglioramento, una vera e propria riforma del rapporto tra uomo e cibo, e per conseguenza del rapporto dell'uomo con l'ambiente.

Le Stazioni di servizio carburante, possono essere allora considerati punti di fornitura di energia, ed insieme diffusori di una nuova offerta di benessere, che integra l'energia pulita per la mobilità ad altre direttrici di trasformazione degli stili di vita.

Non esistono nel territorio delle città contemporanee altre infrastrutture di rete paragonabili per numerosità, capillarità e frequentazione, alle infrastrutture cui il cittadino accede per “dotarsi di energia”. Energia corporea ed energia per la trazione.

Fornitori di cibo e Fornitori di Carburante sono leader incontrastati della fisiologia urbana.

Eppure fino ad oggi all'interno delle città (e diversamente da quanto accade nelle autostrade) questi due giganti della comunità hanno agito separatamente, perseguendo ciascuno per proprio conto strategie di innovazione.

Questo documento cerca la chiave per mettere a fattor comune la loro forza facendone infrastrutture integrate, punto di riferimento per le forme di consumo innovativo che tendono a farsi largo nella città contemporanea.

Come vedremo nei paragrafi finali del testo, questa convergenza sembra ragionevolmente possibile per effetto della combinazione tra telematica e movimento (veicolare) dei consumatori: la telematica permette il ritorno ad una ricerca intelligente del cibo, restituendoci l'astuzia necessaria per sfuggire alle sirene del caos e della falsa abbondanza.

## I – COME CAMBIA L'IDEA DI CIBO

### **Evolversi della cultura dell'alimentazione**

Mentre l'energia per la trazione dei mezzi meccanici procede verso forme innovative nella direzione di una sempre maggiore sostenibilità di cui si intravedono radiosi scenari futuri, altrettanto accade per la generazione della energia corporea attraverso l'alimentazione, lungo sentieri dettati da una duplice accezione di ecosostenibilità: quella macro (che riguarda la conservazione della casa comune) e quella micro (che riguarda la conservazione di ciascuno di noi). Possono unirsi questi sentieri? Possono essere perseguite all'unisono le due scale di sostenibilità?

Prima di rispondere a questa domanda è necessario fare un lungo percorso

retrospettivo, e soffermarsi attentamente sulla valutazione dello stato di cose presenti, in preparazione del nuovo passo che proporremo al termine di questo nostro ragionamento.

### **Il cibo ed io, la nuova concezione dialettica dell'alimentazione.**

Nel nostro Paese le strategie di approvvigionamento alimentare da parte dei consumatori hanno seguito una specifica traiettoria (certo comune a molti Paesi ma non a tutte le grandi regioni del mondo) che per il periodo che va dal secondo dopoguerra agli inizi del nuovo millennio, si può riassumere con la sequenza dei paradigmi di volta in volta:

- Ricerca della **Quantità** (criterio derivato dall'esigenza di recupero delle masse muscolari nell'ultimo dopoguerra:)
- Ricerca della **Gustosità** (riflesso di una cultura identitaria: conservare i molteplici modelli alimentari intrecciatisi tra loro per effetto delle migrazioni interne del "miracolo economico")
- Ricerca della **Qualità e Sanità** (tracciabilità dei cibi e prossimità dei cibi: come tentativo di riprodurre con metodi istituzionale i principi sanitari tradizionalmente seguite dalle popolazioni contadine, ora dissoltesi nelle città);

Ogni paradigma ingloba quello precedente come in uno schema di scatole cinesi: e così il consumatore di fine millennio vuole "molto cibo, gustoso e sano" al medesimo momento.

Come vedremo tra breve, l'economia moderna non riesce a soddisfare questa complessa ed ambiziosa aspettativa.

Con l'inizio del nuovo millennio, la questione si va complicando notevolmente. Dall'ultimo gradino dei paradigmi novecenteschi, "qualità e sanità", deve essere aperta una finestra che guarda ad uno scenario del tutto nuovo: non si tratta più solo di assicurarsi della sanità intrinseca dei cibi, ma è necessario preoccuparsi della loro "sanità relazionale". Ci si deve preoccupare cioè degli

effetti specifici che i diversi alimenti producono una volta entrati in relazione con il nostro corpo, organismo denso di esigenze del tutto specifiche, in virtù della età, dello stato di salute, dell'habitat e delle prestazioni abituali o desiderate, e così via.

La scienza medica, via via sempre più divulgata alla popolazione dei consumatori sia dai medici che dal personale sanitario, ci svela che la generazione di energia per il corpo umano una funzione estremamente più complessa di quanto non si pensasse sino a pochi anni fa. E quel che appare soprattutto è che (al pare dei motori meccanici che possono slittare fuorigiri ad un eccesso di accelerazione) l'eccesso di specifici alimenti è in grado di porre il nostro corpo "fuori giri", intasandolo o spingendolo oltre le performance possibili. Mentre il difetto di altri cibi riduce la capacità di depurazione delle canalizzazioni interne al corpo, similmente a quanto accade per i circuiti idrici delle automobili quando privi delle sostanze diluenti.

Per la prima volta, con stupore, la popolazione si accorge che mangiar gustoso, non è più necessariamente una buona idea. E pian piano la sequenza dei paradigmi si trasforma:

non solo "quanto" ma "quale" cibo;

non solo "quale cibo" desidero, ma "quale me stesso" desidero;

non solo "mangiare" ma "essere".

Insomma non basta più che il cibo sia buono di per sé, ma deve essere buono "per me". Deve essere compatibile con il mio corpo, ed essere coadiuvante del mio "tono", della mia vitalità.

### **Il cibo "buono per me", quanto ne siamo lontani?**

Nella lingua italiana non disponiamo di un aggettivo perfettamente adatto a descrivere questa più sofisticata qualità di servizio al vivere che si assegna al cibo, quello di essere attagliato al complesso delle mie personali e vitali esigenze. La parola "salutare" non ci sembra perfettamente efficace, al pari della parola "healthy" di cui dispone la lingua inglese, che poi non è facile da

pronunciare per i non anglofoni. In futuro, bisognerà dunque anche trovare quale sia il termine su cui concentrare l'attenzione dei consumatori. Ma intanto accontentiamoci delle parole che abbiamo.

Il Cibo salutare (od healthy food) conserva molte delle qualità che erano già implicate negli stadi precedenti della evoluzione delle preferenze. Ad esempio, è impensabile che il cibo compatibile con la salute di ciascuno non sia anche “sano”, cioè puro da inquinanti chimici o atmosferici (e quindi vigilato istituzionalmente). E tutti i clinici ammettono che le proprietà per così dire farmacologiche del cibo sono nettamente più performanti quando il cibo è “fresco”, cioè prodotto in prossimità del consumatore (a KMzero come si dice). Ciò che salva la filosofia del localismo culinario (ma non la tipicità del cibo: non ha senso produrre cibo siciliano tipico in Piemonte, ad esempio) che tanta parte ha avuto nella formazione delle preferenze di gusto nella società italiana del dopoguerra. Peraltro non avrebbe senso proporre per il futuro un cibo salubre che non fosse anche “gustoso”.

E' altrettanto vero che la nuova filosofia alimentare va emettendo sentenze assai severe nei confronti della gran parte delle produzioni agroindustriali, responsabili dell'intreccio tra natura e chimica, dell'impiego di plastiche nelle confezioni, dell'eccesso di raffinazione degli ingredienti primari, dell'eccesso di zuccheri e di glutammato, etc.. Accorgimenti industriali, per così dire, che si riflettono in uno stato drammatico della fisiologia sociale. Qualche indicatore tra tanti che collegano lo stato di salute alla qualità della alimentazione: il 30,5% della popolazione italiana risulta affetto da ipertensione in fase acuta. Valore che si situa tra il 35,6% ed il 57,4% per le classi di età tra i 55 ed i 69 anni, per salire oltre nelle successive. La circostanza di sovrappeso riguarda il 34,5% degli italiani, ed il 10,5% soffre di vera e propria obesità. Problema quest'ultimo che affligge anche adolescenti e bambini: il 9,3% od il 17% per quelli compresi tra gli 8 ed i 9 anni, a seconda degli osservatori che si utilizzino (*Ministero della Salute "Osservatorio Salute" 2018*). La popolazione italiana esce dunque devastata dal perverso percorso di modernizzazione alimentare. Da osservazioni

estremamente qualificate si apprende che il vantaggio sanitario che la popolazione meridionale tradizionalmente vantava in virtù della “dieta mediterranea” effettuata con prodotti di prossimità, è andato rapidamente scemando sino ad annullarsi con l’avvento della Grande Distribuzione Organizzata (*Fausto Jori. CEO di Ecornaturasi*).

### **Stomaco e cervello, alleati contro l’individuo.**

Tutte deviazioni quelle sopra annotate che, a ben vedere, costituiscono la risposta il risultato della cultura della “quantità”. La traduzione in chiave industriale e commerciale di quella comprensibile e popolare reazione primigenia alla penuria della precedente fase bellica, è divenuta con il tempo la cultura della “eccessiva quantità”.

Ma industria e commercio non sarebbero bastati a portare i consumatori fuori dalla retta via, se non avessero trovato un insospettabile alleato “insider”, annidato nel corpo stesso di ogni singolo individuo, ma non nel suo stomaco (che anzi soffre del “troppo”) bensì nel suo cervello. Di che si tratta? Si tratta del fenomeno recentemente messo a fuoco (e per la verità non ancora del tutto) dalla medicina contemporanea, e cioè la produzione di endorfine endogene da parte del nostro cervello, come effetto della “ingestione” di cibo.

Sembra trattarsi di un fenomeno che si svolge a due livelli: da un lato esistono famiglie di alimenti (che per convenzione chiamiamo di tipo A) che per loro proprietà chimica, presenza di zuccheri, carboidrati, etc. generano specificatamente endorfine euforizzanti (un’eccitazione che sostiene l’attività sociale, fantastica, e coadiuva la stessa energia di origine metabolica).

Dall’altro lato esistono famiglie di cibi neutrali o spenti (di tipo B) che hanno anch’essi un effetto sulle endorfine producendo benessere esclusivamente mediante la loro massa. La somma di A + B determina la quantità che produce un effetto di generica soddisfazione, quella che chiamiamo “sazietà”, **“... Lo scopo del cibo è di mantenerci in attività, quando il serbatoio energetico è pieno, come animali, siamo tranquilli e proviamo piacere (come una macchina con pieno di benzina, olio e batteria carica)”**. (*Dott Paolo*

**Morgia).**

La ricerca della euforia e della sazietà sono componenti primordiali della condizione umana. E dunque, nell'insieme, massimizzarne la quantità fa parte di questo gioco tra l'uomo e la natura che è l'alimentazione.

Ma la produzione industriale ed il mercato moderno hanno esaltato questa inconsapevole tendenza, spingendola verso l'eccesso. Allo scopo di allargare le vendite i cibi con proprietà euforizzanti sono stati promossi per condurre i consumatori ad uno stadio di dipendenza (via endorfine di tipo A). Ed al contempo, sono state ridotte nella composizione dell'offerta (sia della tipologia A che di quella B) le componenti di food per loro natura meno industrializzabili, e meno efficienti sotto il profilo dei prezzi.

In conclusione, alla "eccessiva quantità" in epoca moderna e contemporanea consegue il disequilibrio tra distribuzione tipologica del cibo ingerito ed esigenze tipologiche delle funzioni metaboliche. (*"Tutto il cibo diviene spazzatura: ci fa male ma produce euforia e dipendenza"*. Dott. Paolo Morgia)

Eccessiva quantità di cibo moderno, vuol dire dunque anche disequilibrio, disarmonia, deficit di alimenti che sono essenziali perché da secoli attesi dalla nostra struttura batterica, con perdita netta della nostra capacità di generare energia vitale. L'euforia psichica che produciamo con il cibo di tipo A finisce con l'impattare su di un corpo inabile alle prestazioni. E se ne ottiene uno stato di disequilibrio sistemico delle personalità.

**Antropocene: cibo e manipolazione degli ecosistemi, alla scala micro ed alla scala macro.**

Con terribile quanto efficace affermazione, qualcuno dice che grazie alla modernità abbiamo allungato non la durata della vita, ma la durata della vecchiaia (*Sandro Pironi, già direttore del Centro Carni di Roma*): il tempo dell'energia, del vigore, della giovinezza, è rimasto una frazione minoritaria dell'arco di vita, non di molto più lunga di quanto non fosse nei secoli passati.

Né si può escludere che l'allungamento della vita media (o se si vuole l'allungamento della vecchiaia media possa essere anch'esso – insieme ad altre migliori condizioni di benessere infrastrutturale e sanitario – il risultato indiretto e non voluto della massificazione industriale del cibo: il cibarsi costante di alimenti dalla “shelf life” forzatamente prolungata, comporterebbe l'assunzione in dosi massicce di conservanti (ad esempio l'acido citrico) alla fine capaci di estendere anche la “shelf life” degli esseri umani consumatori (*Francesco Donnici, già manager di centri di ristorazione e distribuzione alimentare*). Una prova oramai generalmente condivisa di questa farmacopea da ingestione, è la presenza di antibiotici nel corpo umano assunti attraverso le carni da allevamenti industriali poco scrupolosi. Essi certo generano una maggiore resistenza di fondo alle infezioni batteriche. Ma con il tempo e con l'eccedere finiscono con l'inibire il fisico dei consumatori ai trattamenti da antibiotici quando ve ne sarebbe bisogno, ed a minacciare l'emersione di super batteri capaci di resistere alla farmacopea disponibile.

Il frutto più avvelenato della modernizzazione alimentare, sembra oggi di doversi dire, è costituito dal consumo eccessivo di proteine animali, promosso ed allargato artificiosamente mediante cicli produttivi di basso costo, basati a loro volta su mangimi adulterati e metodi non rispettosi dell'ambiente, ad una scala oramai intercontinentale. Dannoso per l'organismo umano, questo speciale manifestarsi dell'eccesso colpisce duramente anche le fondamenta della casa comune.

Risulta oramai chiaro che all'erronea cultura del cibo ed in particolare del cibo di derivazione animale, si deve assegnare buona parte della trasformazione ecologica e climatica sofferta dal pianeta, oggi drammaticamente salita alla ribalta (al solo settore zootecnico si assegna il 14% dei gas metano responsabili dell'effetto serra (*“Have we reached peak meat?” Financial Times 29 dicembre 2019*)).

C'è chi dice (uomini di scienza) con oscena quante sconcertante affermazione

che l'età dei grandi dinosauri potrebbe essersi esaurita per la loro eccessiva produzione di gas di serra da metabolismo (su base vegetale) (*dott. Albertucci, dietologo presso l'Ospedale San Giovanni Calabita di Roma*).

### **La ricerca del cibo “giusto”**

Ecco dunque che alle preoccupazioni per l'ecologia “micro” dei corpi delle persone, si è aggiunta la preoccupazione per l'ecologia “macro”, la salute della casa comune.

Il rimedio ad entrambe queste forme di disequilibrio, alla scala micro ed alla scala macro, sembra potersi riassumere in una sola prescrizione, recentemente affermata da sparute ma coraggiose avanguardie dalla nuova cultura alimentare: attenersi alla “giusta porzione”.

Ad una scala micro, “giusto” vuol dire quantitativamente commisurato, ed anche qualitativamente corrispondente alle attese dell'organismo (metabolismo) e della nostra psiche (condizione euforica).

Il desiderio di euforia e benessere è una delle ragioni per cui ci cibiamo, e si aggiunge alle motivazioni metaboliche generali. E la sazietà costituisce un desiderio primordiale della nostra specie.

Il benessere psichico non è dunque un risultato accessorio, ma è scopo primario dell'alimentazione.

Il punto è generarlo con una combinazione di cibi non ingannevole, e quindi giusta, che associ all'euforia ed alla soddisfazione, la varietà di apporti necessaria per il nostro organismo.

Bisogna cambiare di composizione il cibo, avendo cura di non eliminare gli effetti euforizzanti e soddisfacenti.

Ad una scala macro l'aggettivo “giusto” associato al cibo, vuol dire correttezza dell'impronta ecologica: corrispondenza tra quanto si richiede e quanto può produrre la casa comune, Diminuire dunque, inevitabilmente, ma anche meglio collocare e meglio produrre.

Si vede dieto l'angolo anche l'implicazione sociale del concetto di “giusto”:

non può esservi soddisfazione dell'individuo (né suo piacere) se contemporaneamente un altro individuo soffre la fame. Questo è un assunto opinabile probabilmente. Diciamo che oggi è assai autorevolmente sostenuto dal sommo pontefice.

Il concetto di giusto avvolge il cibo ed ogni altra dimensione dell'etica. Il recente Sinodo dell'Amazzonia ne ha esteso la nozione sino alla dimensione religiosa, poiché la casa comune è un prestito che Dio avrebbe fatto all'uomo. Per chi crede dunque, il "giusto cibo" è anche "cibo sacro".

Si parte dunque dalla giusta quantità per raggiungere la giusta composizione dei cibi, la giusta impronta ecologica, la giusta assegnazione ai gruppi sociali. Ma, dunque, quanto è grande la giusta porzione, quella che ogni individuo dovrebbe/potrebbe prendere a riferimento?

Recentemente una giovane nutrizionista si è avventurata a dare una risposta " la giusta porzione corrisponde alla quantità di cibo che può essere contenuta o misurata dalla nostra mano" (Luicia Bargione, Dissapore 2015). Dimensione della mano palmo che riflette il nostro sesso, la nostra età, e con essa il volgere del bisogno ed anche del legittimo desiderio.

Il palmo di una mano riprodotta a calco con il fumo dei primi fuochi, è anche il primo segnale di sé dell'uomo sapiens, la firma dei graffiti rupestri, la rivendicazione della caccia agli animali selvatici e della raccolta di vegetali, la prima assunzione di responsabilità della impronta ecologica del vivere sociale. Eppure ogni mano è di ognuno di noi, la possibilità offerta ad ognuno di cambiare le cose.

Teniamo dunque sempre in mente il palmo della mano, trascoloriamone il profilo ed il colore in quelli di una foglia. Stiamo nel "giusto", proviamoci.

## **II – COME METTERE IN PRATICA LA RIFORMA**

### **Le responsabilità della logistica**

Il carattere pervasivo delle strategie quantitative di produzione

agroalimentare e tutti gli squilibri micro e macro ad essa collegati, attraverso la combinazione di prezzi e tipologie dei prodotti offerti dalla logistica commerciale, è dilagato nelle abitudini culinarie delle famiglie, nelle consuetudini dei settori della ristorazione, ad ogni livello da quella lussuosa a quella infima e popolare.

Per il consumatore non c'è scampo: per quanto è soddisfatto, quanto più è soddisfatto da quantità e gustosità del cibo che si procura, tanto più rapidamente procede al danneggiamento del proprio sistema circolatorio compromettendo la propria energia vitale.

Questo inganno cui il cibo conduce l'individuo era fino a poco tempo fa avvolto nel silenzio. Oggi non è più così: il popolo dei consumatori ne è, per quanto confusamente, perfettamente consapevole.

Questa consapevolezza aumenta da un lato per effetto della maggiore diffusione di media personalizzati (che consentono la ricerca di informazioni egoiste, o centrate sui propri bisogni) e dall'altro per effetto dell'allungamento della "vita/vecchiaia" media che aumenta il tempo e l'attenzione dedicabile alla cura medica del corpo, ed alle conversazioni con medici che, ad ogni livello, raccomandano o prescrivono cambiamenti dell'alimentazione.

Il fatto – già prima citato - che il 30,one italiana sia affetta da ipertensione grave (Ministero della Salute, 2019) non è un fatto che si possa sottacere: al silenzio della stampa rimediano le conversazioni di pianerottolo e da bar di periferia.

In questo modo, la consapevolezza di un agire sostanzialmente autolesionista conduce i consumatori al disagio psichico, e la depressione finisce con l'annullare lo stesso effetto piacevole che quantità ed euforizzanti sembravano poterci assicurare.

Con la percezione della gravità sanitaria diffusa, si esce dalla sfera delle "preferenze" e si entra in quella del "bisogno". Bisogno individuale, ma anche bisogno pubblico, istituzionale, per il riassetto di una società strutturalmente esposta al rischio sanitario.

Per quanto cosciente sia del danno che arreca a sé stesso assecondando l'alimentazione tradizionale per quanto sia consapevole e addolorato per il proprio contributo al danneggiamento della casa comune (è oggi davvero difficile sottrarsi all'informazione che ci trasmettono i media, insieme alle piogge alle alluvioni, alle frane ed agli incendi di cui siamo testimoni) il consumatore non ha modo di sottrarsi all'offerta banale di cibo che proviene dall'universo della logistica alimentare. Universo industriale, ma anche istituzionale, ed anche intimo e familiare.

Il disagio aumenta ulteriormente per la sensazione di impotenza: le indagini di campo indicano con assoluta chiarezza (si veda anche la Appendice a questo testo) che quando il consumatore avvertito e cosciente tenta di uscire dalle consuetudini dannose, non riesce praticamente a trovare sul mercato il cibo che fa per lui: *“Vorrei mangiare più sano ma non ci riesco, è questa l'affermazione che più e meglio descrive, secondo gli intervistati, il proprio rapporto con il cibo. E' infatti indicata da quasi il 37% degli intervistati, quota che sale al 40,5% tra i 30-44enni, ad oltre il 40% tra le donne, ad oltre il 43% tra le casalinghe (PRIMO RAPPORTO SULLE ABITUDINI ALIMENTARI DEGLI ITALIANI, Censis-Coldiretti 2018).*

Queste indagini ci dicono che il focus dell'attenzione deve allora spostarsi sulla logistica, sull'insieme dei settori operativi che offrono e consegnano il cibo ai consumatori, e che finiscono con l'ingabbiarlo in un errore sistematico, fatto di eccessi e squilibri (le responsabilità dei sistemi logistici è richiamata anche in *Health effects of dietary risks in 195 countries - Lancet Journal 2017*).

Attualmente la grande distribuzione, dopo dissimilaver per decenni educato i consumatori ad una erronea cultura familiare del cibo, sembra sulla via del ripensamento, aggiungendo ai suoi pericolosissimi scaffali anche l'offerta di etichette biologiche, certificate e tracciate.

Tuttavia come abbiamo visto, questo non è che il coronamento del percorso evolutivo del secolo scorso: *la proposta di un cibo buono di per sé, ma non*

*necessariamente per me.*

Peraltro in bella mostra accanto al “cibo sabo” viene al contempo presentata l’offerta tradizionale, ben più ampia e con prezzi assolutamente più accattivanti, così rendendo ancora più ardua l’innovazione comportamentale, ed aumentando la confusione su cosa sia giusto fare: meglio assecondare la qualità dello scaffale A o meglio assecondare la maggiore popolarità dello scaffale B? Nulla ancora che riguardi la strategia verso un “giusto cibo”, bilanciato nelle quantità e nelle proporzioni delle componenti, prima ed oltre i prezzi.

Oggi esistono come ben sappiamo, ristoranti naturisti di varia inclinazione. Ma essi, sebbene crescenti di numero, costituiscono ancora un’offerta rara e, soprattutto, un’offerta avvolta nel carisma della eccezionalità e della straordinarietà. Frequentarli richiede riflessione, stile, un certo impegno culturale e comportamentale. Ci si va una volta ogni tanto, sono mediamente assai costosi, In pratica, sono l’eccezione che conferma la regola dei comportamenti (malsani).

Il bisogno cui la nuova cultura del cibo deve far fronte è ben altro: l’obiettivo è trasformare il modello quotidiano di alimentazione, agire con l’evidenza pratica di una accessibilità continua ed ampiamente estesa nelle città, dimostrando che una logistica nuova è possibile, e l’accesso al “cibo doppiamente buono” è facile. Questa è la riforma del sistema alimentare..

### **Una nuova logistica per l’offerta di cibo relazionale.**

Nel suo insieme, gli elementi fondamentali della nuova logistica alimentare sarebbero così costituiti:

Produzione;

- a) Produttori di alimenti freschi “bio” certificati ( km 0);
- b) Produttori di cibi confezionati “bio” certificati per l’uso familiare o per la trasformazione in pubblici esercizi;

Distributori aderenti alla Riforma:

- c) Pubblici esercizi: bar, ristoranti (di ogni dimensione e livello di servizio) aderenti alla Riforma sulla base di protocolli certificati e vigilati;
- d) Punti di consegna food mediante vending machines;
- e) Consegne a domicilio da prodotti di a e b;
- f) Collettività di utenti;
- g) Eventi sociali di formazione e persuasione.

Come si vede la logistica necessaria alla riforma non è tipologicamente troppo differente di quella tradizionale.

E nemmeno la tipologia del cibo è poi troppo dissimile: alla offerta tradizionale di alimenti basterebbe aggiungere (“reintrodurre” potremmo dire) introdurre pochi ma decisivi ingredienti necessari al riequilibrio: semi, fibre, etc... Basterebbe ridurre i processi di raffinazione, escludere additivi, e così via. Tutte cose che l’offerta di “cibo di per se buono” già fa, seppure in misura limitata.

Ciò che invece cambia radicalmente nel passaggio alla cultura relazionale del cibo è la “composizione” il mix e la sequenza temporale delle tipologie di cibo. Tutti aspetti che stanno, appunto, in relazione con il consumatore, e nulla hanno a che vedere con il cibo in quanto tale (a parte il fatto che esso deve essere comunque “sano”).

Il cibo relazionale è fatto di intelligenza, di dialogo con il consumatore di attenzione alle sue specifiche e personali esigenze.

Nella distribuzione contemporanea non v’è quasi traccia di questo approccio. Il consumatore viene lasciato libero di sbagliare di fronte alla babele di prodotti, corredate da criptiche quanto illeggibili descrizioni scritte. La sola informazione chiara e rapida per il confronto è quella relativa al prezzo. Anch’essa erronea tuttavia, perché il costo andrebbe calcolato sulle combinazioni di prodotto, e sulla giusta misura delle quantità (senza contare il calcolo degli effetti indiretti sulla salute e sull’ambiente delle diverse alternative).

In pratica:

- 1) negli store il tema non dovrebbe essere solo offrire prodotti, per certificati che siano, ma offrire **“combinazioni di prodotti”** il più possibile rispondenti alle fisiologie delle famiglie clienti. Sembra facile a dirsi. Ma questo comporta come vedremo, una rivoluzione professionale del personale di vendita;
- 2) Nella ristorazione – in tutti i suoi livelli - il tema è offrire non piatti ma **“menù”**, dimostrazione concreta della gustosità delle sequenze ottimali di cibo giusto. Dalla ristorazione, anche quella “di strada”, il modello deve entrare nelle case. E da queste retroagire verso le strategie dell’industria e della logistica commerciale.

**Socievolezza ed incontro, le forme migliori per la propaganda del nuovo cibo.**

Come abbiamo sostenuto è necessario passare da una concezione “autoreferenziale” del cibo ad una concezione “relazionale”.

Passare dal cibo che è “unicamente buono per se” ad un cibo che è “buono per me”, come persona caratterizzata da specificità fisiologiche (non necessariamente patologiche) e preferenze comportamentali. La concezione relazionale del cibo lega tra loro le diverse proprietà del cibo che abbiamo fin qui considerato, associando gli effetti positivi che il cibo giusto ha non solo sul fisico, ma anche sulla psiche attraverso la generazione di endorfine: il cibo relazionale aiuta la persona ad essere essa stessa “relazionale”, a porsi in collegamento positivo con il resto della comunità

Questo spiega perché all’idea stessa di cibo buono sia dalla notte dei tempi associata l’idea di “convivio”, il cibarsi come territorio di socializzazione.

E questo spiega perché i luoghi del consumo collettivo di cibo (a tutti i livelli di prezzo e caratterizzazione) sono i luoghi in cui la Riforma deve e può vincere la sua battaglia.

**Stazioni di servizio di carburante e riforma del sistema alimentare.**

Bisogna percorrere all'inverso il cammino perverso del secolo scorso: i luoghi pubblici devono trasformarsi nelle avanguardie sperimentali di una rivoluzione combinatoria del food, che sia di esempio alle famiglie, in modo che dalla nuova capacità selettiva di queste ultime si incentivino comportamenti corretti della distribuzione e da questa quelli dell'industria.

La dimensione del bisogno è impressionante ed è anche facilmente descrivibile mediante - come qui abbiamo solamente accennato - mediante i dati delle istituzioni sanitarie.

Per affrontare una rivoluzione alimentare commisurata alla scala sociale dei problemi, la rete urbana delle stazioni di rifornimento carburante è un'arma di straordinaria potenzialità.

Dedicata alla presentazione e distribuzione di "cibo doppiamente buono" una rete territoriale capillare di Stazioni di Approvvigionamento (per ora chiamiamole così) può avere un ruolo decisivo, moltiplicando le opportunità di offerta ed assimilando tutte le tipologie di distribuzione, ivi inclusi gli eventi dedicati alla informazione (road show del nuovo cibo).

E soprattutto, moltiplicando l'evidenza della nuova offerta, sia mediante il brand che mediante una politica commerciale attiva.

Ogni stazione sarà infatti un punto di accumulo di contatti e materiale informativo, uno strumento di "push" sulla clientela.

Nell'immaginario tradizionale (figlio della cultura alimentare del secolo scorso) nulla di più lontano dal food di quanto possa essere una stazione di servizio carburante.

Ma nella rivoluzione dei consumi proprio questa alterità costituisce una opportunità:

portare il cibo fuori dal falso involucro di igiene ed eleganza dei supermercati e dei ristoranti tradizionali, fuori dal circuito perverso della abbondanza e della confusione.

Rendere il cibo giusto visibile ed accessibile come uno degli infiniti gesti della

quotidianità. Come fornirsi di energia per muoversi, così ci si rifornisce del giusto cibo per agire.

Certo nella loro nuova prestazione le stazioni carburante bisognerà ben che cambino look. Ma di questo tema non è questo il testo che possa discutere.

### **Le applicazioni telematiche al servizio della Riforma.**

Un'altra consuetudine oramai “naturale” della contemporaneità (antropocene) può essere chiamata in soccorso del povero consumatore confuso.

Strumento fondamentale della Riforma alimentare potrà essere un sistema telematico cui si può accedere da ogni device telefonico o desk, che accompagnerà il consumatore nei diversi passaggi della sua adesione alla Riforma.

Il sistema telematico provvederà sostanzialmente a tre prestazioni:

- A) Definizione del sé: aiuterà il Consumatore a classificare se stesso secondo le proprie specifiche esigenze alimentari. Classificazione che può avvenire a più stadi: in via preliminare ed intuitiva (sulla base di semplici desideri o di informazioni anche generiche sul proprio stato di salute, strutturale o temporaneo), e, successivamente, in maniera sempre più analitica man mano che aumentano i dati che il consumatore introdurrà nel dispositivo per riconoscere le proprie esigenze alimentari. Il sistema sarà “chiuso”: il Consumatore elaborerà dati esclusivamente sul proprio device mediante un semplice software di archiviazione e calcolo, senza bisogno di trasmettere a calcolatori o banche date esterne i propri dati personali. Nella selezione dei dati da elaborare in queste fasi più sofisticate il consumatore potrà servirsi di un nutrizionista di propria fiducia, o di un supporto telefonico messo a disposizione dalla Riforma.
- B) “Food Advisory”: una volta introdotto il sistema di dati, il Consumatore verrà istantaneamente posto in condizione di scegliere tra panieri alternativi di prodotti preparati o disponibili in confezione

in uno qualunque dei Distributori di Food aderenti alla Riforma (market, shops, o ristoranti ad ogni livello); E' bene sottolineare che il Consumatore non si troverà mai di fronte ad una "prescrizione", ma sempre solo di fronte ad un panorama di alternative. Anche se, ovviamente, potrà deliberatamente scegliere di restringere il ventaglio, a partire da un "cibo" preferito (ad es. pesce, o carne, per tipo di preparazione, o di cucina regionale) cui possono conseguire "automaticamente" i cibi complementari pre-selezionati dall'equipe di cuochi della Riforma, secondo menù diversificati, composti sempre e comunque sulla base dei "cibi buoni per quel consumatore". La funzione di advisory si rivela particolarmente preziosa se ripetuta nel corso del tempo: i consumatori che facessero uso quotidiano o comunque frequente del device installato, potranno essere forniti di suggerimenti che tengono conto degli acquisti già effettuati, mettendolo al riparo dagli eccessi, o dalla ripetitività dei cibi, in tal modo proteggendolo dal rischio di squilibrio delle componenti, tipico dei comportamenti alimentari abitudinari

La funzione on-line di advisory, ha la massima semplicità funzionale quando si riferisce ad una persona singola. Richiede una certa attenzione da parte dell'utilizzatore quando si riferisce ad una pluralità di consumatori, ad esempio una famiglia.

In questi casi l'utente (chi compra il cibo per la comunità) dovrà con pazienza istruire il device, ma ne otterrà informazioni preziose per accudire ospiti, o persone con esigenze speciali (bimbi, adolescenti, anziani, etc.) in tal modo assicurando nel complesso uno stile familiare, una cultura dell'alimentazione per tutto il gruppo. Minimizzando gli sprechi e massimizzando l'efficienza degli acquisti.

- C) Localizzazione del "Cibo per se": Il device riceve dati geografici dall'esterno: dirà al Consumatore dove trovare il cibo che desidera perché prodotti e distributori saranno "georeferenziati". Né più né meno di quanto avviene oggi con i software di assistenza alla navigazione automobilistica. Con qualche elaborazione in più forse,

poiché il device può comparare prezzi e/o vantaggi alimentari dei pacchetti alternativi nei diversi punti.

## **La questione della Privacy**

Come si sarà notato dalla descrizione precedente il modello non ha bisogno di trasmettere all'esterno dati personali del singolo consumatore. La sintesi delle preferenze viene elaborata on device da un software residente. L'unico dato trasmesso è quello del posizionamento dell'utente nel territorio, per orientarlo o suggerirgli i punti di approvvigionamento più vicini che contengono i cibi indicati (o raggruppamenti di cibi indicati). E' ben difficile si possa considerare violata la privacy: il consumatore sarebbe semmai riconoscibile non per i suoi dati sanitari, ma per i pacchetti di suggerimenti food che sta ricevendo come suggerimento...davvero troppo remota per essere una minaccia.

## **Advisory Off-line**

Tutto ciò che una applicazione telematica può fare nel volgere di pochi istanti, con interfaccia dalla grafica la più accattivante o giocosa possibile, nei punti di rifornimento della Riforma, siano essi ristoranti, punti ristoro da strada o o grande distribuzione, deve essere fatto dal personale.

Il Cliente deve essere sicuro che, nel momento in cui entra in uno qualunque dei "punti di rifornimento" troverà qualcuno disposto a consigliarlo, o semplicemente ad assecondarlo nella riflessione su quale sia la sua giusta scelta.

Questa nuova figura di addetto alla vendita (più simile ad un angelo custode che ad un commesso) si approprierà cortesemente delle informazioni fondamentali sulla salute del consumatore o della composizione della sua famiglia, e lo guiderà nelle scelte, non dei singoli prodotti, quanto piuttosto indicando le "isole" che il supermercato ha dedicato ai diversi stili della "nuova alimentazione". Isole con ponti tra di loro, per comporre sistemi non esclusivi ma aperti alla creatività del consumatore.

Ma, sempre e comunque potrà esservi un consumatore “che non ne vuol sapere” e che si è presentato per caso o per equivoco in un ambiente commerciale “riformato”.... niente di male, dopo i primi suggerimenti gentili potrà essere lasciato al suo caotico percorso, vi troverà comunque cibo di per se buono..