

La polenta è un cibo antichissimo, cui dobbiamo almeno in parte la sopravvivenza della nostra specie, con buona pace di chi ne ha fatto, per errore, la causa principale della pellagra nell'età moderna. Il giallo oro era sconosciuto alla polenta antica. Arriverà solo nel XVI secolo con il granturco dall'America e impiegherà un po' di tempo per imporsi. L'antenata della polenta era pallida, fatta con tutti i cereali come il farro, l'orzo, il miglio o il sorgo non adatti alla panificazione. Pallida sì, ma comunque attraente per chi passava gran parte della propria esistenza a stomaco vuoto. Oggi la polenta è un cibo cult, segno indelebile di una tradizione radicata che sa stare al passo con la modernità e l'innovazione.





cultura



Andrea Granelli

Presidente Kanso, Roma

Il buon cibo nella cultura contemporanea: tradizione e innovazione verso la food infrastructure

Il cibo sta diventando sempre più centrale nella vita di tutti noi, non solo a causa di crescenti problemi (la fame nel mondo, l'obesità dilagante, le patologie dell'alimentazione come anoressia e bulimia), ma anche per le nuove prospettive economiche che si stanno aprendo. E mi riferisco, a titolo esemplificativo, al *food design*, alla dieta mediterranea nel Patrimonio Unesco e al crescente peso economico del settore agroalimentare italiano.

La sfida è l'uso delle tecnologie, anche le più avanzate, per affrontare i grandi temi dell'alimentazione senza, nel contempo, annullarne le tradizioni. **Tradizione non è contrapposta a innovazione.** La tradizione è sempre un portare alle generazioni future qualcosa di prezioso che viene leggermente tradotto, ma non tradito. È in questo fragile gioco di parole che si gioca l'uso corretto delle tecnologie.

A ben guardare è la stessa sfida che ha la tutela del patrimonio culturale, che deve essere preservato ma modernizzato, che va conservato, ma sempre più spesso deve anche essere rifunzionalizzato per trovare flussi economici che lo rendano auto-sostenibile, che va riproposto integralmente ma nel contempo essere adattato ai linguaggi e ai processi di *sense-making* della contemporaneità se vuole essere compreso soprattutto dalle nuove generazioni.

Una vera sfida, dunque, dove la dialettica fra cultura (non solo) alimentare e tecnologia diventa il cuore del problema.

Oggi, per affrontare i grandi temi dell'alimentazione, è necessario far procedere insieme innovazione e tradizione. Per portare alle generazioni future l'eredità preziosa del passato arricchita dall'uso delle tecnologie più avanzate.

Polenta prodotto *glocal*

Uno dei contributi delle tecnologie contemporanee è anche l'apertura dei mercati e la loro **globalizzazione**. In questo ambito la storia del mais e della polenta è emblematica per i suoi risultati positivi. Questo prodotto, reso possibile solo dopo l'importazione del mais dalle Americhe, ha saputo cogliere i benefici della globalizzazione costruendo però un prodotto autenticamente locale: un esempio di prodotto autenticamente *glocal*, dove i suoi "inventori" hanno saputo cogliere appieno le opportunità del mercato globale, ma le hanno declinate con efficacia nel particolare, nel contesto territoriale, facendone un prodotto unico, riconoscibile e caratterizzante addirittura la cultura del bergamasco. Simbolo dunque della creatività italiana, che ha oltretutto saputo superare i vincoli della povertà.

Il cibo è dunque un **atto culturale che dipende quasi**

da un fatto tecnico: la cottura, la salatura, l'essiccazione, il congelamento, sono infatti tutti processi che usano tecnologie e non serve portare il processo trasformativo ai suoi estremi - come fa il cuoco catalano Ferran Adrià con la sua cucina molecolare - per mettere in luce la dialettica *smart* fra natura e tecnica che l'alimentazione ha sempre comportato e sempre comporterà. Oltretutto il cibo non è solo nutrimento, ma è spesso considerato una delle **migliori medicine del corpo**. Per questo motivo, a causa della complessificazione del cibo e della sua progressiva "tecnologizzazione", si sta diffondendo la cosiddetta "alimentofobia", per la quale sempre più persone temono di ingerire cibi grassi o geneticamente modificati.

Cibo e città

Uno dei luoghi più interessanti dove cultura alimentare e nuove tecnologie si dovranno confrontare è il **rapporto cibo-città**, che deve diven-



Coltivazione di mais nella campagna di Bergamo

tare un capitolo (oggi non lo è) del futuro piano *Smart Cities*. Fino ad oggi questo rapporto è stato molto semplice: la campagna era il luogo della produzione e la città il luogo del consumo. Ma nel tempo la situazione è divenuta più complessa, non solo per la crescita della popolazione urbana, ma per altri fenomeni come l'innovazione tecnologica applicata alla filiera agroalimentare o la crescente povertà urbana. Fenomeni emergenti come quello degli **orti urbani** dimostrano la vitalità del tema e il fatto che l'inesorabile urbanizzazione sta variando il tradizionale rapporto con la campagna. Non solo catene corte alimentari e "kilometro zero", ma anche - in alcuni contesti - una sorta di inversione di tendenza rispetto all'urbanizzazione: la campagna ritorna nelle città, rioccupando tetti e balconi. Ad esempio il progetto Orti Urbani lanciato da Anci, Italia nostra, Coldiretti e Campagna Amica, contribuisce allo sviluppo di questo fenomeno. Uno dei suoi soci - Campagna Amica - ha un ruolo attivo fornendo, tra l'altro, servizi agli hobbisti: le piantine adatte, i tutor/consulenti... Stanno anche nascendo prodotti specifici: ad esempio il tavolo *OrtoUrbano*, pensato per coltivare ortaggi e verdure in spazi ridotti; è trasportabile grazie ad un pratico kit di ruote ed è realizzato in acciaio galvanizzato per resistere alle intemperie. Particolarmente interessanti sono gli Orti urbani "industriali". Un caso particolarmente innovativo è *Gotham Greens*, un'azienda agricola sui tetti di New York che produce circa 100 tonnellate di ortaggi all'anno e li vende alle più grandi catene di supermercati. Il cuore della produzione è una serra idroponica di 15.000 metri quadrati costruita sul tetto che utilizza un sistema sofisticatissimo per il controllo ambientale. Uno dei vantaggi delle culture idroponiche è l'eliminazione del trasporto di compost e della necessità di cambiare costantemente il terreno. L'agricoltura idroponica è leggera e modulare, utilizza circa un decimo dell'acqua destinata all'agricoltura convenzionale ed è molto efficiente. Il cuore di questa serra è digitale: un sistema di sensori che misurano luce, temperatura, umidità, CO₂, ossigeno, permette di regolare l'effetto serra, il ricircolo d'aria, e il ciclo giorno-notte.

La storia del mais e della polenta è emblematica per i suoi risultati win-win. Dopo l'importazione del mais dalle Americhe, la nostra tradizione alimentare ha saputo cogliere i benefici della globalizzazione creando un prodotto autenticamente locale. I suoi "inventori" ne hanno fatto un prodotto unico, riconoscibile e caratterizzante la cultura del bergamasco. Simbolo della creatività italiana, che ha saputo superare i vincoli della povertà.

Che fare degli avanzi alimentari?

Un altro aspetto molto delicato è la gestione degli avanzi alimentari (ad esempio dei supermercati o dei ristoranti) immediatamente prima che diventino rifiuti. Particolarmente interessante è l'attività della Fondazio-

ne milanese Banco Alimentare, che recupera eccedenze alimentari e le ridistribuisce gratuitamente ad associazioni ed enti caritativi. Coinvolge oltre 1.500 volontari e serve più di 8.000 strutture caritative. Nel 2012 ha recuperato oltre 61.000 tonnellate di cibo generando quasi 600.000 piatti pronti. La sua rete logistica è composta da numerosi depositi (con 39.000 mq di spazio di stoccaggio) e 33 automezzi refrigerati.



È quindi più corretto parlare di una vera e propria **“food infrastructure”**, fatta di sistemi logistici a basso impatto energetico, reti di sensori, luoghi di conservazione del cibo e processi di smaltimento (o di riutilizzo) dei rifiuti generati. Questa *“food infrastructure”* deve diventare - come nel caso delle infrastrutture digitali ed elettriche - uno dei sistemi nervosi della città che ne assicura la qualità della vita e ne controlla i costi complessivi e le ricadute ambientali.

Al nuovo rapporto tra cibo e città appartiene anche la riscoperta delle numerose relazioni positive connesse al mangiar bene, sano, condiviso e slow

Coltivazioni e identità urbane

Oltretutto talvolta le coltivazioni fatte nella cintura urbana **connotano la città anche dal punto di vista identitario**. E allora - per molti stranieri - Alba non è la turrita città medioevale ma la “città del tartufo”, Tropea la “città della cipolla”, e l’elenco potrebbe continuare. Questo contributo

del cibo all'identità dei luoghi venne messo in luce per la prima volta nel 2008 da un importante rapporto curato da ANCI - Cittalia e Res Tipica: *ComunIdentità. Governo di territorio e identità alimentari - Un patrimonio della tradizione, un valore del futuro.*

Interessante è anche il fenomeno dei **Foodies** - consumatori che attraverso il cibo pongono al centro la dimensione della relazione - che può contribuire a meglio definire l'identità della società italiana. Questa categoria di consumo - nella ricerca del 2010 fatta dal Gambero Rosso erano stimati in circa 4 milioni e mezzo, con un'età compresa tra i 40 e i 60 anni - seleziona locali, artigiani, venditori in base a un'offerta di alta qualità, ma accessibile anche alla classe medio-bassa. I Foodies vogliono dunque riscoprire intorno al cibo relazioni positive con le quali riformare la società. Questo fenomeno - che vuole contrastare l'abitudine dei pasti veloci e consumati in solitudine (che è diventato una vera e propria "cultura del *fast food*") - è peraltro in forte crescita. Il cibo, infatti, crea comunione, ci mette in relazione con la natura ed è un efficacissimo strumento per comunicare. Ad esempio la condivisione del cibo, in famiglia o in particolari contesti o eventi sociali (feste di paese, ma anche con i colleghi di lavoro durante la normale settimana lavorativa), ci mette in comunicazione a livello sociale: è questo il senso ultimo del "convivio" (dal latino *cum-vivere*), che ci consente di "vivere insieme" grazie anche al cibo. Osserva Paolo Cuccia, patron di Gambero Rosso, che «anche il vino è ritornato negli ultimi anni, specialmente fra i giovani, ad essere elemento di convivialità e di comunicazione interpersonale. Nello scambiarsi informazioni sul bicchiere di vino che si sta bevendo, i commensali parlano di gusti vicini e lontani, di territorio e territori, di miracolo della trasformazione della materia prima e del lavoro dell'uomo».

L'Expo universale di Milano sarà una grande opportunità per raccontare al mondo la filiera italiana dell'agribusiness. Mettendoci in grado di mostrare la nostra forza reale, fatta certamente di storie antiche, ma anche e soprattutto della nostra capacità di oggi di fare impresa con il supporto dell'innovazione tecnologica.

Verso EXPO 2015 con l'agribusiness italiano

E allora l'**Expo universale di Milano** sarà una grande sfida - una vetrina mondiale allestita a casa nostra - per raccontare la filiera italiana dell'agribusiness: non solo dunque tipicità, *terroir* e riscoperta di antichi mestieri, ma anche packaging, *food design*, cultura gastronomica, rapporto cibo-città, itinerari turistici enogastronomici, ... L'Italia è nei fatti una delle superpotenze mondiali dell'agribusiness e deve allora mostrare i suoi muscoli economici e tecnologici, e non solo raccontare - spesso in maniera snob

- le sue storie antiche. Nutrire il Pianeta creando nel contempo benessere richiederà sfide alimentari sempre più grandi: dalla fame nel mondo, alla produzione sostenibile di cibo, dalla nutraceutica all'alimentazione della crescente popolazione anziana. E allora la risposta del nostro Paese deve essere integrata, sistemica, di filiera e non deve disdegnare le nuove tecnologie, evitando la stereotipata e banalizzante contrapposizione fra tipicità e OGM fra natura buona di stampo *russoviano* e la tecnica cattiva e alienante, fin troppo "ben rappresentata" in film come *Metropolis* di Fritz Lang.

i.land: le varietà antiche del mais bergamasco nel cuore di Kilometro Rosso

foto Luca Merisio



È stato inaugurato nel 2012 **i.lab**, il nuovo Centro Ricerca e Innovazione del Gruppo Italcementi a Kilometro Rosso, Parco Scientifico e tecnologico bergamasco. L'architettura avveniristica di Richard Meier, unita all'impegno del Gruppo per la sostenibilità, fanno oggi di **i.lab** una vera e propria icona dell'architettura sostenibile nel nostro Paese. Progettato e costruito in osservanza dello standard LEED-Leadership in Energy and Environmental Design, **i.lab** ha ricevuto la certificazione PLATINUM, la valutazione più alta per efficienza energetica e sostenibilità ambientale degli edifici. Il progetto eco-sostenibile di **i.lab** è oggi completato da

i.land, il campo agricolo e ornamentale che lo circonda per coniugare le linee meieriane con la cultura e la geografia del luogo, l'innovazione con la tradizione più autentica del territorio bergamasco, con la biodiversità locale e con un approccio all'alimentazione a chilometro zero.

Tra le diverse scelte di coltivazione, nella superficie Ovest è stata realizzata la zona agricola a seminativo, con varietà antiche di mais bergamasco. Il seminativo è realizzato e gestito dall'**Unità di Ricerca per la Maiscoltura CRA-MAC**, localizzata di fronte al terreno. Questa coltivazione risponde a criteri chilometro zero.