

Consumi per le "feste"

29 Dicembre 2014

Le prime indicazioni dei dati sui "consumi natalizi", periodo ormai desacralizzato tanto da ridursi a banco di test sullo stato dell'economia nazionale, ci informano che il volume d' affari, rispetto al 2013, è ancora stagnante: non vi è stato il temuto tracollo ma neppure si è vista la fantomatica luce (del treno?) in fondo al tunnel. Si tiracchia avanti, qualche settore va giù (i cesti natalizi, crollo del 40%) e altri al contrario salgono (il tecnologico, +10%), si stacca qualche cambiale in più, qualche rata per lo smartphone, il pc al posto del prosecco, il maglione al posto del cenone al ristorante, insomma continua un rito ormai stanco e svuotato che prosegue solo perché funzionale al Sistema: siamo sicuri che se il Natale non avesse fatto l' abbinamento con lo shopping e i consumi, negli ultimi decenni, oggidi lo avrebbero già abolito dal calendario. Balza però una cosa all'occhio, degna di approfondimento: gli italiani non rinunciano al tradizionale cenone, principalmente in famiglia, data la crisi. Si sono visti consumatori sull'orlo di una crisi di nervi fare la spesa con precisione maniacale, sugli scaffali dei supermercati, perché oggi non conta più il cenone nella sostanza, ma nella forma: da qualche tempo gli italiani, complice il dilagare di reality show culinari, si sono scoperti tutti chef pentastellati. Il solo commento da fare è: schizofrenia paranoide da modernità, nevrosi 2.0 e alienazione, nel significato peggiore del termine. Schizofrenia, perché un buon cibo ben preparato e genuino secondo ricetta e tradizione ha bisogno di cure, passione, tanto tempo in cucina senza fretta e un know how, una cultura del sapere, un tramandarsi orale e manuale e pratico di generazione in generazione, tutte cose ormai perse in una società postmoderna dove nessuno ha mai tempo, si è sempre di corsa e le "ricette della nonna" sono un lontano ricordo. Predominano cucine etniche, cucine "fusion", esperimenti bizzarri, piatti tanto elaborati da sembrare finti. Nevrosi, perché tali cenoni nella maggior parte dei casi provocano stress, ansie, angosce, corse a comprare i prodotti, eccessivi patemi d' animo in serate dove tutti hanno il sorriso di plastica e nessuno è davvero sé stesso. Alienazione, perché il consumatore (etichetta attuale dell'ex "cittadino" di una volta), che tanto si affanna nelle corsie degli ipermercati, con l'occhio clinico, a scrutare le marche ,le scatole, i prezzi, i colori, a informarsi se il latte è italiano o austriaco o francese, se lo yogurt viene prodotto in Grecia o in Armenia o a Vattelapesca, moderno dottor Balanzone del palato, nutrizionista da bar Sport che deve sapere se vi sono le vitamine D,K,B12,A, la percentuale di grassi, lipidi, sali minerali, glutine, lattosio, saccarosio (a proposito, come mai oggi sono tutti intolleranti a tutto?), il consumatore, dicevamo, perso nella giungla di sigle, marche, IGP, DOP, DOC, prodotti coltivati in terre espropriate alla mafia o galline non in batteria, in realtà non ha nessuna voce in capitolo né sulla filiera, né sulla catena alimentare. Cercano tutti cibo da eccellenza, ma nessuno conosce il meccanismo di produzione, distribuzione, prezzi, qualità o controlli. Non li conosce, infatti tutta la severissima e rigorosa normativa UE sui prodotti alimentari, le leggi anti-sofisticazione, anti-adulterazione, eccetera, sono messe in gran pericolo dal TTIP, che abolendo ogni barriera doganale ci inonderà di immondizia "made in USA", magari a prezzo migliore e con una strategia di marketing migliore. Recentemente è uscita una normativa che aumenta, di parecchio, le indicazioni sulle confezioni e sui prodotti: si va nel maniacale, dovendo scrivere anche la sottozona FAO dove il pesce è stato pescato e con che tipo di amo. Sinceramente, un troppo che stroppia. Gatta ci cova.. Augurandovi buone feste, vi invitiamo a far bollire due bei capponi presi a kilometro zero e a scaldarvi con del buon latte di cascina, a kilometro zero sempre, perché è arrivato il freddo...

Simone Torresani