

Tipicità come Radicamento Socio-Culturale

Al di là delle proprietà qualitative e del rispetto delle normative, la tipicità è un concetto che trova il suo pieno significato nell'ambito della storia socio-culturale di un territorio. Certo, in questo senso diventa molto più difficile definire standard e precisare confini.

Il prodotto tipico viene inteso non solo come un prodotto alimentare, ma anche come il prodotto di un territorio, delle sue risorse naturali e culturali. E' il frutto del lavoro creativo e dell'impegno operativo di intere generazioni; il risultato di elaborazioni progressive; è qualcosa che ha una storia da raccontare. Una storia che non si limita a raccogliere e tramandare le modalità di produzione, le materie prime adoperate o il gusto che ne deriva, che richiama per intero il contesto socio-culturale. In questo senso, possiamo anche definire il prodotto tipico come un prodotto 'territoriale', poiché in esso si possono ritrovare aspetti inerenti tutta la vita sociale legata ad un dato territorio.

Ne consegue che i prodotti 'non tipici' potranno eguagliare quelli tipici nel raggiungimento ottimale degli standard qualitativi, ma non potranno mai essere territoriali. Non porteranno mai con sé l'eco di una storia, di un territorio, di una cultura. Ed è proprio per tutti quei vincoli che rendono unico il prodotto tipico, noi della Sire siamo sempre più convinti che la sua natura vada preservata e rivalutata al pari di un bene culturale di inestimabile valore. Siamo certi che la cultura di un popolo non si esprima solo attraverso le forme convenzionali dell'architettura, della letteratura, della pittura: essa si sostanzia e si realizza anche attraverso le pratiche alimentari. Ecco perché la diffusione della cultura dei prodotti tipici è prima di tutto una questione di diffusione culturale.

Capire l'importanza di un prodotto tipico non è esclusivamente né principalmente una questione di gusto: è un modo per fare i conti con le proprie conoscenze specifiche in virtù delle quali possiamo collocare il bene alimentare all'interno di un giusto sistema di significati, di rimandi, di corrispondenze, di confronti, di sensi. Tramandare, diffondere e stimolare la nostra cultura alimentare è il modo migliore, per noi della Sire, per tracciare un solco duraturo nella storia della gastronomia e del banqueting, ma soprattutto è il nostro più sentito contributo affinché rimanga sempre viva la memoria di ciò che siamo stati.

Si inseriscono in questo contesto di rivalutazione della tradizioni culinarie e della cultura tutta della Campania, alcune iniziative promosse dalla Sire che hanno raccolto ampio consenso da parte dei clienti e delle Autorità di settore. Fra esse ci piace ricordare. Quanto al concetto di "tradizionalità", a nostro avviso questo fattore conferisce ai prodotti tipici diversi caratteri.

Denominazione Regolamentata

La definizione e la tutela della tipicità dei prodotti è diventato un problema serio nelle nostre società, tanto che si è dovuto intervenire con appose regolamentazioni giuridiche. Ora, se i prodotti tipici vengono trattati esclusivamente come prodotti alimentari, una regolamentazione normativa che vigili sulla nostra nutrizione e quantomeno necessaria.

D'altra parte, se consideriamo il prodotto tipico anche come un bene culturale, la sua regolamentazione appare qualcosa al tempo stesso di inevitabilmente insufficiente o, per alcuni, esagerato. Insufficiente perché non è tramite una definizione normativa che si può riconoscere la qualità e l'importanza culturale del bene in questione. Esagerato perché in questo modo si finisce per determinare confini rigidi che spesso escludono produzioni dalla tipicità a volte più radicate di molti prodotti industriali, cui tuttavia viene concesso il marchio.

Nè va dimenticato che, come ogni norma, anche quelle che disciplinano questo settore possono inibire lo sviluppo dello stesso, riducendo la possibilità di variazioni, inventive ed elaborazioni .

Difficile pensare che i prodotti tradizionali fatti dai nostri avi seguissero fedelmente tipi consolidati! Noi della Sire riteniamo più probabile che l'arguzia e l'estro del momento del singolo produttore determinassero d volta in volta anche piccole novità, talvolta destinate a sparire, talaltra entravano a far parte di un patrimonio tramandato.

Comunque, pur con questi limiti pratici piuttosto che ideologici, i marchi di garanzia sono lo strumento istituzionale più importante e ricercato per la tutela dei prodotti tipici. A nostro avviso, se essi non servono del tutto a stimolare il recupero culturale del concetto di tipicità in campo alimentare, hanno pur sempre il pregio di salvaguardare e spesso incentivare produzioni locali che faticano a trovare spazi nel mercato globalizzato e standardizzato.

Globalizzare il locale

I prodotti alimentari locali tipici, d'origine o comunque a denominazione tradizionale e protetta, costituiscono, unitamente ai beni ambientali e culturali, le nostre sorgenti di miglioramento uniche; li abbiamo trascurati per decenni e li abbiamo scoperti appieno quasi per forza sotto la spinta dei regolamenti comunitari e dei tentativi d'imitazione.

Per anni anche coloro che per mestiere o per dogma ideologico si sono arrogati il compito di tutelare gli interessi e le aspirazioni di riscatto economico degli artigiani meridionali impegnati nelle produzioni locali, hanno dovuto subire il diniego di quanti non credevano in questi beni. Solo da poco si assiste alla caduta di certe resistenze, accompagnata dalla carica di pregio qualitativo e culturale di quei prodotti che, poco prima, erano sembrati scontati e naturali solo per le popolazioni locali (che avevano la fortuna di consumarli oltre che di produrli).

Un pregio culturale che naturalmente affonda le sue radici in costumi e raffinatezze di cui siamo spesso debitori ai vari incroci delle civiltà che si sono susseguite ed attardate lungo le nostre terre nel corso dei secoli. Pregio culturale, infine, che per noi della Sire vuol dire anche identificazione del cliente in precise abitudini ed attitudini gastronomiche, nonché riconoscimento del vissuto storico attraverso sapori ed aromi inventati e perfezionati dai nostri padri.

Capacità di identificazione, questa, che si dimostra oggi ancor più preziosa nella prospettiva di società multi-etnica cui l'Italia tutta appare votata.

I produttori di alimenti a denominazione protetta e noi stessi della Sire ci stiamo impegnando affinché questi beni ricevuti in eredità possano non solo riposizionarsi efficacemente nel mercato italiano, ma soprattutto affinché ottengano una adeguata vetrina nell'ambito dell'economia globalizzata.

Ciò è possibile solo con una gestione corretta e moderna della tradizione che deve tener conto della necessità di raggiungere mercati e consumatori sempre più lontani, badando, tuttavia, affinché l'apertura ai mercati non si riveli solo un pericolo per la tipicità dei prodotti stessi. Col passare del tempo e con i mutamenti di carattere socio-culturale, due sembrano essere i processi che mettono a repentaglio la vita dei prodotti tipici: l'industrializzazione e la standardizzazione.

L'industrializzazione porta a cambiare le stesse modalità produttive.

Ma non è tanto il cambiamento tecnico ciò che conta, quanto il fatto che la produzione alimentare viene svincolata dai suoi luoghi tradizionali. L'industria è il luogo dove le modalità produttive devono essere standardizzate per migliorare l'efficienza dell'organizzazione del lavoro.

Ciò porta anche a consolidare modalità di produzione che non sono più strettamente legate ad un territorio, ma che possono essere esportate ovunque.

Anche le materie prime utilizzate sono sottoposte ai calcoli strumentali di efficienza ed efficacia, lasciando ovviamente in secondo ordine la qualità, e non curandosi del rispetto delle regole tradizionali.

La standardizzazione è, per molti versi, figlia dell'industrializzazione.

Si standardizzano non solo le modalità di produzione, ma anche le materie prime utilizzate, e di conseguenza i gusti dei prodotti. Lo sviluppo dei commerci porta a rendere non necessaria la produzione in uno specifico luogo. Così le materie prime verranno scelte in un luogo perché più funzionale o meno costose, la lavorazione potrà avvenire altrove perché più comodo o con un costo del lavoro inferiore, e dopo la distribuzione si arriverà finalmente al consumo in un altro luogo ancora.

Inoltre, a completare il processo di standardizzazione, vengono le regolamentazioni normative, che pur avendo spesso come obiettivo la tutela dei prodotti tipici, non possono che esprimere questa stessa tutela attraverso norme il cui rispetto garantisce la qualità dei prodotti, ma non necessariamente la loro tipicità in senso tradizionale.

Ne consegue che anche quelli che, per denominazione regolamentata, vengono definiti prodotti tipici, sono sovente sottoposti alla standardizzazione della produzione e dei gusti, e vantano il legame ad un'area di produzione più per una questione puramente geografica che per un vero radicamento nella storia socio-culturale di un territorio.

Pertanto, il percorso mercantile dei prodotti tipici appare certamente molto delicato sotto più profili, e sicuramente quello che ne evidenzia il legame con gli usi ed i costumi del territorio è senza dubbio il più intrigante.

Sofferamoci ancora su questo aspetto dalle tante implicazioni: se la ricerca di nuovi accorgimenti tecnologici indispensabili per il commercio – soprattutto per quello internazionale - può risultare opportuna o addirittura obbligatoria per salvaguardare, ad esempio, la sicurezza igienica del prodotto o per sventare frodi e speculazioni (e perfino per migliorare le pur già pregevoli qualità tradizionali), d'altra parte le innovazioni colpiscono il cuore dell'autoctonia di questi prodotti e possono rivelarsi mortalmente controproducenti.

In altre parole, il rischio in cui si incorre è la scoperta che queste innovazioni 'banalizzano' il prodotto stesso, quasi gli tolgono unicità, e gli fanno perdere quel legame con le tradizioni tecniche di produzione che ne garantivano l'esclusiva peculiarità qualitativa.

Allora non c'è argomento giuridico o economico che potrà essere opposto a chi vorrà produrlo in tutt'altra parte del mercato internazionale.

Certo, in questo caso non già di prodotto tipico si può parlare! Con questa denominazione, lo ricordiamo, si evoca un senso di appartenenza ad una terra, ad una storia e ad una cultura che è unica.

Se industrializzazione e standardizzazione sono deleterie per i prodotti tipici, tuttavia l'apertura al mercato globale non va considerata necessariamente penalizzante per il prodotto locale che, in un certo senso, è già di per sé protetto dalla peculiarità delle materie prime di cui si compone e dalla macchinosità delle tecniche di produzione tradizionali.

Il dramma per l'economia e lo sviluppo di questi beni potrebbe, piuttosto, essere quello di ridurre il prodotto tipico ad un prodotto dal solo 'consumo locale', con conseguente perdita di visibilità, surclassato da cibi industriali, nuovamente dimenticato.

Eccessivo protezionismo contro i rischi di una fabbricazione di massa e selvaggia: è questo l'argomento di confronto più arduo sul quale ci si confronta oggi.

E certamente gli scontri su ciò che effettivamente sia degno della denominazione di tipicità certo non rende il compito più semplice.