

Un libro, un caso

a cura di Fabio Ranchetti

# Se gli italiani mangiano «glocal»

Il volume di Basile fotografa l'evoluzione del Paese a tavola. Dalla distribuzione alle marmellate doc

**U**na delle conseguenze della presente crisi economica è il mutamento degli stili di vita, e tra questi senza dubbio è il modo di mangiare e di bere, sia come quantità che qualità: solo un terzo delle famiglie italiane non ha modificato in difetto i propri acquisti alimentari. Tuttavia, «la rivoluzione che ha cambiato la tavola degli italiani» ha radici più lontane e non si può affermare che «la tavola di Bengodi» non stia più qui soltanto e soprattutto a causa dei *subprime*.

Ciò risulta chiarissimamente documentato dallo studio di Basile. Per esem-

pio, dal 1996 al 2006 (pertanto prima della crisi), l'incidenza della spesa media mensile delle famiglie in Italia per «alimentari e bevande» era già diminuita dal 27 al 19%. Nello stesso periodo, la distribuzione moderna (super e ipermercati) era passata dal 50 al 70%, lasciando un mero 20% ai negozi tradizionali e un 10% agli ambulanti.

Interessante è il dato relativo alla ripartizione della spesa alimentare in casa e fuori casa: oggi gli italiani destinano ben 68 miliardi di euro per mangiare e bere fuori dalle mura di casa, ovvero un terzo della loro spesa alimentare complessiva (nel 1985

era un quinto). Dopo tutte queste cifre non crediate che questo sia un libro rigoroso ma noioso. Al contrario, la sua lettura è piacevolissima poiché quasi trecento delle sue pagine sono dedicate a raccontarci settanta «storie di imprese golose che credono e investono nel futuro».

Alcune le conosciamo tutti, e sono marchi italiani famosi nel mondo: Autogrill, Berlucci, Branca, Colussi, per fermarci alla terza lettera dell'alfabeto. Altre aziende sono meno note. Dovendoci limitare a citare un caso solo, davvero «esemplare» è la storia dei Rigoni di Asiago.

«La nonna Elisa, un marito morto da sfollato della

Grande guerra e nove figli da crescere, indirizzò due di loro, Mario e Paolo, malati di poliomielite, a rilegare libri e curare le arnie ereditate dal padre Antonio».

Da qui nasce un'impresa oggi modernissima e internazionale, leader nel mercato delle confetture, con prodotti innovativi e biologici. Un'azienda che collabora col Wwf e la Legambiente e che applica «prezzi etici a prodotti di più alta qualità rispetto alla media delle confetture in circolazione», come dichiara uno dei titolari, Andrea Rigoni. Dunque, anche questo libro è una conferma che le crisi sono sempre opportunità, nelle famiglie come nell'economia.

[fabio.ranchetti@fastwebnet.it](mailto:fabio.ranchetti@fastwebnet.it)



NICOLA D. BASILE  
**NEW MENU  
 ITALIA**  
 Baldini Castoldi D.  
 342 pagine  
 20 euro

