

Il cibo è un filo rosso che, da qualche anno, percorre in modo inesorabile libri, riviste, televisione e web italiani. È cucinato, mangiato, indossato, sfoggiato e non manca di rimandare al rapporto tra crisi economica e consumi. L'affermazione "Dicono tutti che c'è crisi ma i ristoranti sono pieni", pronunciata dall'allora capo del governo, diventa la versione contemporanea della frase mai detta "Se il popolo non ha pane può mangiare i biscotti". In una nazione come l'Italia che esporta ormai solo *fashion*, *furniture* e *food* (inteso non tanto come prodotto ma come conoscenza dei processi culinari), tutti diventiamo cuochi, esperti e consulenti. Non tanto perché il cibo è una scelta quotidiana, piuttosto perché rappresenta il territorio e la storia da cui ognuno di noi proviene e di cui ci sentiamo depositari. Lévi-Strauss parlava di rapporto tra cibo e linguaggio nel senso che gli alimenti rappresentano le parole, mentre le relazioni (tecniche di trasformazione, abitudini e modalità di consumo) corrispondono alla struttura sintattica della lingua. In altre parole siamo ciò che mangiamo, dal momento che "il nutrimento non è solo una collezione di prodotti soggetti a studi statistici e dietetici, ma anche, nello stesso tempo, un sistema di comunicazioni, un corpo di immagini, un protocollo di usi, di situazioni, di comportamenti" (Barthes 1964, p. 29). Affermazione che nella sua banalità racchiude una complessità disarmante: prima di ingerire il cibo non solo scegliamo gli alimenti in base a determinati criteri e li trasformiamo seguendo certe prassi, ma desideriamo e ci attendiamo che quel determinato prodotto si presenti al supermercato o nel negozio sotto casa in un determinato modo. In questo senso pretendiamo che la trasformazione industriale produca e riproduca lo stesso alimento con le stesse caratteristiche di gusto.

Pensiamo alle patate. Le patate che acquistiamo al supermercato sono belle, a volta tonde, a volte allungate, sicuramente tutte pulite. Hanno perso ogni traccia del contesto in cui sono cresciute, la terra. Le patate infatti non vengono solo estratte dal terreno, ma vengono anche lavate e quindi private di alcune importanti vitamine. Nonostante questo tipo di processi di "preparazione" del cibo incidano dal punto di vista nutrizionale e organolettico, nel momento in cui acquistiamo un qualunque prodotto, ci aspettiamo questo lavoro a monte, e lo facciamo per differenti ragioni: abbiamo bisogno di essere rassicurati sulla sua provenienza, pretendiamo un determinato statuto estetico, e scegliamo per stereotipi.

Per tutelare la salute del consumatore e comunicare la sicurezza del cibo, è stato necessario stabilire delle regole e dei marchi che ne indicassero la provenienza e la storia. Questo processo ha portato alla nascita del concetto di tracciabilità che favorisce la visibilità della produzione e delle fasi di trasformazione di ogni singolo prodotto e dei suoi ingredienti. Tra le tutele giuridiche pensate per ovviare a questa necessità ci sono i marchi IGP (Indicazione Geografica Protetta) e DOP



Il cibo al supermercato: alla ricerca del prodotto perfetto

Elena Codeluppi
Tommaso Granelli

(Denominazione di Origine Protetta) e con lo sviluppo dei Consorzi di Tutela è stato ulteriormente accentuato un sistema di classificazione e controllo dei prodotti alimentari. In particolare, sono stati sviluppati dei disciplinari che vogliono rappresentare per il consumatore un indice di qualità: dietro all'ottenimento del marchio (ai sensi del reg. (CE) n. 510/2006) c'è il rispetto di precise regole di produzione, il controllo da parte di enti certificatori autonomi e la vigilanza da parte delle Regioni e del Ministero stesso. Nella sola Emilia-Romagna esistono 33 prodotti riconosciuti con la qualifica di DOP e IGP (rispettivamente 18 e 15) ed altri in fase di approvazione. In Italia, invece sono 239 i prodotti DOP e IGP riconosciuti al 31 dicembre 2011. Di questi, 233 sono attivi. Il numero di questi prodotti tutelati è in deciso aumento e queste eccellenze entrano a far parte di un mercato interessante sia per la produzione interna sia per il settore delle esportazioni.

La tutela riguarda alcuni valori di cui il marchio si fa portatore: serietà e attendibilità dovuta al riconoscimento legale; tracciabilità degli ingredienti provenienti da una zona "protetta"; legame con il territorio per origine o per processo di produzione; e, infine, *tipicità*.

Il marchio diviene così indice di qualità e contrassegna dal momento dell'attribuzione in poi un prodotto che diviene riconoscibile per la sua "bontà" e "unicità". Nonostante il regolamento di produzione sia sempre molto esplicito per quanto riguarda le fasi di lavorazione, gli ingredienti e gli standard sanitari, non sempre però è comprensibile il legame tra standard produttivo e "gusto", tra essere riconosciuto come appartenente a un disciplinare e l'essere unico nel suo essere tipico. In altri termini, quello che sembra caratteristico dei marchi non è tanto la *divulgazione* e la descrizione del *perché* di un sapore o di una determinata "resa" sensoriale di un alimento e nemmeno un compendio esaustivo delle ragioni per cui un determinato stile o forma di vita (de-

gustazione e preparazione del cibo) diventa esclusivo di un determinato territorio. Si tratta più che altro, attraverso i disciplinari, di un processo di *messa in forma* procedurale, che filtra la variabilità e l'accidentalità delle condizioni di trasformazione alimentare per rendere un determinato standard replicabile e accessibile in modo tutelato.

Con questo articolo abbiamo voluto ragionare sul senso dei marchi e sul loro essere norme di un processo produttivo locale. Abbiamo voluto indagare sul tipo di discorsi che si possono attribuire ai disciplinari di produzione e sul tipo di "completamento" a livello di pratiche, o di adesione fiduciaria a livello dei destinatari, che essi richiedono per produrre cibi replicabili e riconoscibili, ancora prima che apprezzati e "tipici".

1. Territori.Coop racconta il processo di produzione IGP e DOP

Territori.Coop è un progetto commissionato da Centrale Adriatica¹ per raccontare il territorio e il suo cibo, attraverso la voce dei produttori locali di alimenti IGP, DOP, a marchio proprio o private label, che riforniscono i punti vendita Coop delle dieci regioni afferenti².

Il progetto - partito nel 2011 - è ormai giunto al termine della seconda edizione e ha permesso di raccontare le storie di 144 produttori (71 nella prima edizione e 73 nella seconda edizione), attraverso più di seicento contenuti tra testi, video e *gallery* fotografiche, pubblicati nel sito dedicato www.territori.coop.it.

Obiettivo di Centrale Adriatica era parlare della filiera agroalimentare dei territori coinvolti e dell'economia ad essa collegata, dando voce a coloro che lavorano nel settore, come ha testimoniato Marco Pedroni, presidente di Coop Consumatori Nordest:

"Coop con questo progetto vuole valorizzare non solo la tipicità e la tradizione, ma l'intera filiera agroalimentare delle nostre terre, in un percorso a ritroso che ci porta dal supermercato fino all'allevamento. Vogliamo trasmettere il valore del nostro territorio nella qualità quotidiana dei prodotti, non fare iniziative di nicchia per pochi"³.

Territori.Coop ha prodotto testi legati a *media* molto diversi tra loro: una rivista cartacea prima, un inserto del mensile Consumatori, un sito e il racconto in alcuni profili social come Facebook, Twitter, Youtube e Pinterest poi. La nostra analisi ha preso in considerazione alcuni articoli destinati alla pubblicazione sul sito e i documenti normativi (disciplinari di produzione) che li hanno integrati rendendo possibile la stesura di alcuni focus tematici. Prima di passare a ciò, vorremmo però spendere ancora alcune parole sulla presentazione generale del progetto.

Nel testo introduttivo che accompagna la spiegazione del progetto web, leggiamo

I prodotti locali si raccontano, non solo sul web "Territori.coop" raccoglie le manifestazioni più autentiche della relazione fra Coop e i territori italiani. Abbiamo incontrato i fornitori locali e ascoltato le loro esperienze sui temi della sostenibilità, della difesa delle tradizioni e dell'impegno per un prodotto buono e sicuro.

Per saperne di più dei prodotti che mettete nel carrello, potete consultare questo sito o l'inserto su Consumatori e Coop Informa. Un'opportunità in più per un consumo consapevole e per favorire il circolo virtuoso a vantaggio dei prodotti locali.

La "territorialità" rappresenta l'asse su cui si muove l'intera operazione, declinata nell'organizzazione dell'interfaccia web secondo l'appartenenza a una determinata regione italiana e a una determinata specializzazione locale di produzione, secondo le categorie merceologiche individuate⁴. Territori.Coop "incontra i suoi fornitori locali" e "ascolta le loro esperienze": questa convergenza attoriale permette di fare entrare in scena alcuni valori del progetto, grazie ad una esplicita tematizzazione. "Sostenibilità", "tradizione", "bontà" e "sicurezza alimentare", sono appunto i "temi" su cui i fornitori hanno un'esperienza che si può reciprocamente raccontare e ascoltare.

Dal punto di vista degli oggetti che incarnano questi valori, Territori.Coop dichiara apertamente che si tratta di *prodotti alimentari*, quelli dei fornitori, i cui termini del sistema assiologico che li comprende sono composti dalla prossimità ("prodotti locali"), dall'euforia estetica ("prodotto buono e sicuro") e da un valore di appartenenza e consuetudine ("prodotti che mettete nel carrello"). "Incontrare" e "ascoltare", svelano già dal canto loro gli strumenti e i programmi narrativi usati nella campagna: l'incontro relazionale, il racconto e la condivisione di esperienze di vita, lavoro e attività.

Un ulteriore tema che non compare qui ma piuttosto nelle parole già citate di Pedroni e che era cardine dell'intero progetto è la "filiera", rispetto al quale il distributore nazionale dichiara un'intenzione di *tracciabilità*. Le storie raccontate dovranno perciò rivelarsi adeguate sia dal lato dell'eshaustività ("percorso a ritroso che ci porta dal supermercato fino all'allevamento"), sia dal lato della valorizzazione che devono costruire ("vogliamo trasmettere il valore del nostro territorio").

Se ciò descrive principalmente i valori di progetto, si può notare velocemente che risponde anche in maniera congruente al posizionamento generale del brand Coop sul mercato italiano della Grande Distribuzione. Il sistema della produzione "private label", che realizza prodotti a marchio grazie alla selezione molto oculata di aziende veterane di un determinato settore, o con uno spiccato saper fare nei rispettivi domini merceologici; la messa a punto di disciplinari comuni di produzione e la condivisione di capitolati di fornitura, che regolano le relazioni tra il distributore e le aziende dei fornitori, fanno pensare a un'attenzione nei confronti dei legami di filiera e della loro "misurazione" in termini di prossimità e localismo, che diventa una *buona pratica*.

Dall'altro lato, il lettore di Territori.Coop è un consumatore consapevole che vuole “saperne di più dei prodotti” che mette nel carrello. Coop ha ascoltato chi produce e chi vuole ascoltare a sua volta Coop può ottenere una conferma che i prodotti della GDO sono davvero “sostenibili”, “buoni” e “sicuri”, grazie all’“esperienza” e all’“impegno” raccolto nelle testimonianze dei fornitori. Da sempre Coop ha costruito un'immagine di marca che gioca sulla sovrapposizione tra le scelte aziendali e quelle del consumatore. Se “la Coop sei tu” questo significa che le tue scelte in termini di conoscenza, benessere, sicurezza sono quelle che farebbe ognuno di noi. I contenuti dunque si trasformano in una vera e propria “opportunità” che gli utenti potranno utilizzare anche per “per favorire il circolo virtuoso a vantaggio dei prodotti locali”.

2. Lo storytelling: il processo produttivo e il consumatore

Gli strumenti scelti per dare la parola al processo produttivo sono stati quelli dell'intervista narrativa che doveva fare emergere una storia, del reportage fotografico con il quale si è documentato visivamente l'ambiente aziendale e quanto più possibile gli anelli di filiera, o le fasi di produzione di un determinato prodotto e infine della video-intervista.

Evidente l'aspetto di *enunciazione multipla*, dal punto di vista del fornitore, al quale erano asserviti gli strumenti di documentazione congiunti della *troupe* e la sua capacità di testualizzarne l'esperienza (visivamente e verbalmente). La narratività, come principio organizzatore del vissuto sottoposto a “scansione” da parte della *troupe* ritornava quindi su binari multipli:

- a. nella storia biografica del fornitore;
- b. nella ricostruzione della sua filiera produttiva e degli anelli che la compongono;
- c. nella ricostruzione delle fasi di lavorazione del prodotto alimentare.

La raccolta delle informazioni presso il produttore era seguita dall'elaborazione di un testo valutato dal committente e dal produttore. Gli stili narrativi degli articoli ricavati dalle interviste sono in bilico tra informativo e divulgativo, con un accento giornalistico e di reportage. Il cliente di Coop doveva essere informato rispetto all'aderenza ai valori di una realtà produttiva della quale poteva anche non conoscere tutti gli aspetti e la modificazione attesa grazie alla lettura dell'articolo era dell'ordine del cognitivo, cioè ad esempio imparare qualcosa di nuovo sulla produzione alimentare. Non mancano anche articoli più orientati all'intrattenimento e alla biografia, con un accento più “lirico” e “letterario”, che fanno maggiormente leva sulla scoperta di un mondo, il mondo di un fornitore locale (modificazione attesa dell'ordine del patemico: essere intrattenuti, incuriositi, incantati etc.). L'articolo pubblicato sul sito è quindi lo specchio dello sguardo del testimone, del filtro sui contenuti posto dall'intervistato stesso e del di-

stributore. La realtà subisce così una tripla costruzione: la selezione delle informazioni ritenute più utili per la creazione di un racconto gradevole; la necessità di mostrare la tecnologia, il rispetto delle norme di produzione e l'aderenza a una sapienza tradizionale; il costruire un prodotto più interessante per il consumatore.

3. I marchi di tutela: una riflessione intorno ai manuali di istruzione

Nelle due edizioni del progetto sono stati intervistati centottanta produttori e scritti oltre quattrocento articoli per parlare dei prodotti locali delle regioni coinvolte. Non è questo il luogo per analizzare i tanti aspetti emersi da questo tipo di produzione sia in termini di processo descrittivo della realtà sia in termini di analisi testuale. Ci sembra però interessante soffermarci su un aspetto in particolare: l'analisi della costruzione dei testi dei marchi di tutela IGP e DOP. Come già anticipato, il racconto del territorio è uno dei filtri e allo stesso tempo l'obiettivo del progetto Territori.Coop. Il marchio di tutela, dal canto suo, può essere visibile sul prodotto o sulla confezione e serve per raccontare al consumatore una storia: quella di un alimento che viene da un luogo e che possiede determinate caratteristiche in termini di produzione, di gusto e di riconoscibilità. I contrassegni IGP e DOP – solitamente apposti nella fase finale del processo produttivo – rappresentano la sanzione positiva dell'adesione a un insieme di norme riconosciute come proprie per la trasformazione discorsiva di un prodotto da ‘naturale’ a “vendibile”. Non esiste nessun prodotto alimentare, contrassegnato da questi marchi, che non sia frutto di un processo di controllo, pulitura, produzione, confezionamento; questi passaggi servono a trasformarlo da ‘frutto della terra’ a “manufatto”. Tali prassi enunciative però vengono utilizzate per narrare diverse storie: dal punto di vista comunicativo e di marketing le fasi di lavorazione sono descritte come cifre di un legame con il territorio e un mondo naturale mitico; dal punto di vista giuridico parlano di norme di produzione che devono essere osservate; dal punto di vista commerciale vogliono essere tutele per il consumatore e il produttore.

Come osservato da Pier Luigi Basso Fossali (2011), gli alimenti possono essere categorizzati secondo tre tipologie: nella prima (da lui chiamata *datità materiale*) la lavorazione è percepita come una manipolazione legata all'ingrediente e al contesto culturale; nella seconda (*statuto istituzionale e commerciale*), l'alimento è osservato nel suo essere proveniente da un luogo e ad esso legato; nella terza categorizzazione (*elaborazione concettuale*) invece si introducono elementi euforici collegati all'innovazione che un prodotto può ottenere grazie a un processo di miglioramento dovuto alle tecniche di trasformazione.

I marchi di tutela, secondo l'autore, sono espressione della seconda categorizzazione strettamente legata al problema della sicurezza alimentare e del racconto della

filiera di produzione. IGP e DOP infatti non prevedono solo l'aderenza a disciplinari che normano l'alimento (e ne determinano il gusto o la sua innovazione), ma sono anche discorsi che parlano del processo e del suo essere conforme a una tradizione. Data questa premessa, ci aspetteremmo che i disciplinari fossero assolutamente restrittivi per quanto riguarda le fasi di produzione. La realtà invece mostra che le certificazioni sono istruzioni piuttosto indeterminate che spesso si riferiscono a modalità di produzione locali non meglio specificate. Per questo motivo crediamo che tali "istruzioni" siano non solo un libretto di regole che parlano del processo di produzione, ma un insieme di valori che costruiscono in modo *passionale* il marchio e che stabiliscono una connessione tra prodotto, marchio e organismo di tutela.

4. Amarene Brusche di Modena IGP

In circa due anni di lavoro da storyteller per HicAdv/Coop, siamo sempre stati colpiti dalla sovrabbondanza lessicale del termine *prodotto*, onnipresente nelle interviste, nelle documentazioni addotte dai fornitori, perfino nelle conversazioni fuori dal perimetro dell'azienda. In questi casi il prodotto è esibito come "nostro" per marcare la differenza dal resto, o più semplicemente viene presentato come "il" prodotto all'interno di una lavorazione di stabilimento o di una coltivazione.

Una presenza lessicologica così ingombrante fa inevitabilmente incappare gli storyteller in impacci e balbettamenti: nella scrittura degli articoli scatta la ricerca dei sinonimi o della perifrasi per evitare troppe ripetizioni che i copywriter sanzionerebbero. Ma cosa c'è di tanto attraente nel termine *prodotto*, da renderlo una "coperta di Linus" linguistica e a tratti quasi un "tic", ripetuto come un mantra dagli intervistati e dai responsabili di produzione, anche quando davanti alla videocamera la ripetizione risultava tutt'altro che telegenica? Quale tipo di "metafisica" quotidiana incoraggia l'uso di un termine così generico e molto poco pittoresco?

La prima risposta che abbiamo scoperto riguarda il contesto d'uso del termine all'interno dei discorsi registrati presso i fornitori. Quasi sempre il termine *prodotto* viene usato in opposizione a *materia prima*. In quanto participio passato, è semplicemente il frutto di un processo di produzione, rappresenta la fine di una catena, ha il valore che gli spetta proprio per questa sua posizione all'interno di una filiera. E questa posizione finale talvolta è così sudata, pagata, voluta e perseguita che appare ovvio e umanamente comprensibile che ci si "riempia la bocca", linguisticamente prima ancora che sulla tavola... del *prodotto*! Quindi il prodotto è anche *prodotto finito*, laddove il secondo aggettivo acquista quasi la coloritura preziosa e abbellente di una "finitura", di un perfezionamento. D'altra parte *prodotto* deriva dal latino *productus*, composto di *pro* (= "avanti") e *ducere* (= "condurre, menare, trarre"), che significa perciò etimologicamente "condotto innanzi", "portato fuori"³. Quando si assiste a ciò che viene compiuto sulle linee

di trasformazione degli impianti alimentari, questo movimento di avanzamento ed "estrusione" diventa subito evidente. A seconda delle fasi in cui il prodotto circola, preparati, semilavorati, alimenti, ingredienti convergono tutti in un momento faticoso in cui l'artefatto della produzione "è tirato fuori". Dopo di ciò il prodotto viene messo in grado di camminare sulle sue gambe: pasta, pane, polli, frutta, verdura, conserve, mozzarelle, hamburger e altre specialità vedono la luce, sfilano e vengono fatti avanzare su nastri trasportatori, rulli, ruscelli, braccia pneumatiche. E la materia prima? Essa è all'opposto qualcosa che precede il prodotto: nella catena di produzione occupa una fase preliminare, che lo "antecede". In quanto *materia*, uno sguardo veloce al dizionario etimologico, ci fa intravedere sia l'importanza di una sua "misura", in qualità di ingrediente da dosare, sia quella della sua "preparazione con la mano", della sua formatura. Condizione informale quindi, da cui il prodotto deve ancora essere "tirato fuori" (e "menato avanti"). Che tutto ciò assomigli quasi a un parto, lo conferma un'altra accezione di materia che la vede accomunata dalla stessa radice di "madre" (*mater*): in questo senso significherebbe *sostanza prima da cui altre sono formate*.

Qui il discorso spesso nelle interviste ai fornitori ha prestatato il fianco a un innesto ideologico: da ingrediente neutro di una preparazione, che precede il prodotto nella sua costruzione di valore, la sua stessa posizione all'inizio della filiera la dota di un valore in sé che la rende "sopraffina". Il "prima" di una *materia madre* spesso la rende figlia primogenita e perciò privilegiata di un altro attore materno che viene prima di tutto: la Natura. La "nostra" materia prima è sopraffina perché non avendo subito nessun tipo di lavorazione è assolutamente naturale ("come natura l'ha fatta"), con tutte le conseguenze e interferenze retoriche "orfiche", o "prometeiche" che Marrone ha dettagliatamente descritto (2011). Altre volte è sopraffina perché *sicura*: in questo caso alla Natura spesso viene affiancato un organo agrimensore di tipo sociale, che circonda la materia prima, la controlla e la mette al riparo da influenze e contagi esterni.

Quando questa prassi discorsiva non viene usata, si vede invece che il valore di *materia prima* e *prodotto* sono tutt'altro che assoluti, ma sono piuttosto relativi e posizionali, dipendono cioè da un'articolazione di punti di vista e di cesure di processo. Vi ricordate "Ci vuole un fiore" di Endrigo? Nella filiera raccontata dalla canzone, il fiore è inizio e fine di tutto; al contrario nel nostro caso, nei discorsi dei fornitori, il prodotto esiste già prima della fine della lavorazione. Si parla spesso di *prodotto conferito* in stabilimento: esso coincide con la *materia prima* del *prodotto finito*, ma a sua volta si posiziona come frutto di un processo produttivo antecedente. Ad esempio, la confettura è il prodotto finito della lavorazione della materia prima "amarene", le quali a loro volta sono il prodotto di precise pratiche di frut-

ticoltura, che hanno come materia prima alberi e semi, con un numero differente di possibili passaggi “all’indietro”. Come dire: oltre al *movimento in avanti* del prodotto, esiste un altro tipo di asettualizzazione, una *retroessione* complementare e relativa della materia prima. La potremmo chiamare, sempre con Marrone, una sorta di “internaturalità” (o forse meglio in questo caso, onde evitare equivoci, ‘intermaterialità’) del prodotto (che ne decreta livelli di traduzione all’indietro rispetto a materie prime – o sostanze – multiple) al quale fa da contraltare una “interculturalità” della materia prima, “trasportata in avanti” da chi la guarda e la definisce in funzione di livelli di produzione successivi, alla luce della filiera a cui viene iscritta e del risultato finale che andrà a comporre (“il prodotto finito”).

Per inciso, se pensiamo che ci sia stato un tempo ai primordi in cui grano, frutti di bosco, aceri e capre non esistevano in funzione di ciò che l’uomo potesse produrvi, ma se ne stavano lì, in attesa di essere “scoperti”, ci stiamo semplicemente dimenticando di altri ‘occhi’ e di altri processi. Cosa sono queste materie prime se non qualcosa di artefattuale, possibilmente “tirato fuori” (condotto avanti e tradotto) da altri assemblaggi di attori, cioè in funzione ad esempio di uccelli, batteri, uragani, cambiamenti climatici, filamenti di DNA, altre capre o altri esseri, in altri tempi e in altri spazi? *Tra loro* questi assemblaggi collettivi stabiliscono i propri valori, mettono in posizione reciproca ruoli attanziali differenti (“chi fa fare cosa a chi e con chi altro”), anche quando noi umani non li pensiamo “per noi”, all’interno della nostra catena alimentare.

Detto questo, si annidano anche altri significati affascinanti nell’uso ridondante delle prassi enunciative che riguardano i prodotti. Per scoprirlo dobbiamo parlare ora di un esempio preciso: la Confettura Extra di Amarene Brusche di Modena IGP, nella versione che abbiamo avuto modo di conoscere e documentare, ovvero prodotta a Ravarino da Conserve della Nonna. Prima di farlo, notiamo che un altro significato etimologico del *productus* è anche quello *legale* dell’essere “presentati a giudizio”, dell’essere addotto come prova, come nella locuzione italiana “produrre un’evidenza” o “una documentazione”. In questo caso quindi l’“essere condotto innanzi” tipico del prodotto, diventa un “essere messo avanti”, essere esibito, affinché un operato di cui è il risultato venga giudicato. Come vedremo tra poco questo è proprio il nostro caso, in modo molto letterale. Se leggiamo il *Disciplinare di produzione*⁶ che regola questa particolare IGP, possiamo notare subito⁷ che oggetto della tutela geografica *Amarene Brusche di Modena*, non è una particolare varietà di ciliegia acida, come si potrebbe pensare, ma la denominazione “è riservata esclusivamente alla confettura che risponde alle condizioni ed ai requisiti stabiliti” nel documento. Quindi con *Amarene Brusche di Modena* si sta indicando grazie alla IGP una confettura e non un tipo di frutto: in azienda ci hanno propriamente suggerito che questo è l’unico caso italia-

no ad avere ottenuto questo riconoscimento. Del resto, più avanti⁸ leggiamo che le varietà ammesse dal disciplinare sono ben nove, infatti:

La materia prima utilizzata per la produzione della confettura di “Amarene Brusche di Modena” IGP è costituita dai frutti di ciliegio acido provenienti da piantagioni composte dalle seguenti “varietà”: Amarena di Castelvetro, Amarena di Vignola dal peduncolo corto, Amarena di Vignola dal peduncolo lungo, Amarena di Montagna, Amarena di Salvaterra, Marasca di Vigo, Meteor, Mountmorency, Pandy.

Se le prime sei possono far pensare a qualcosa di “tipico” del modenese, le ultime tre, essendo rispettivamente di origine americana, francese e ungherese rimandano ad una genealogia di altro tipo, indipendentemente dal fatto o meno di essere impiegate comunemente nel territorio di riferimento. La cosa interessante da rilevare però non è tanto *quanto tipicamente modenesi* siano i requisiti del disciplinare IGP in questione⁹, ma appare essere un’altra. La materia prima del prodotto Amarene Brusche di Modena è *messa in forma*, trova un piano di manifestazione, nella confettura che riesce a produrre. Come a dire: “ci interessa relativamente poco la variazione delle ciliegie acide che utilizzerete – e infatti potete scegliere ben nove diverse varietà – purché la confettura che otterrete sia fatta in un certo modo. Essa la chiameremo *Amarene brusche di Modena* per ricordare un unico output organolettico, a fronte di una variazione di materia prima in ingresso, resa muta dal comune appellativo ‘cappello’ di tipo sensoriale e geografico”. In altri termini si può parlare di un processo di naturalizzazione¹⁰ di un sapore (il “brusco” tipico del modenese) grazie al “filtraggio in avanti” di una determinata materia prima, in funzione cioè del prodotto che concorrerà a creare, specificato tramite un preciso effetto estesico/gustativo. Inutile e poco sensato allora dire a questo punto che *le amarene brusche di Modena non esistono* come precisa e unica varietà botanica. Come abbiamo già notato sopra, questo tipo di materia prima è *instaurata* (Latour) non come verità ontologica, ma come attore collettivo in funzione del risultato che concorre a produrre e degli effetti somatici e culturali che riesce a dare grazie ad un certo tipo di lavorazione.

Stesso ragionamento per la variazione geografica di provenienza (vedi nota 9): la variazione dei 48 comuni possibili è filtrata in funzione di un prodotto/gusto di cui *Modena* è l’unica espressione prototipica geografica prescelta. In modo congruente, un meccanismo di tipo sociolinguistico supporta l’instaurazione costruita da questa prassi enunciativa. Notiamo infatti che la dicitura “amarena brusca” è tipicamente emiliana e locale: in altre lingue, come l’inglese, il termine *amarena* non esiste neppure come sostantivo unico¹¹, mentre in altre parti d’Italia il più generale *ciliegia acida* viene tradotto in altri modi, ad esempio con *visciola*. D’altra parte l’Art. 8, (“Etichettatura”, pp. 5-6) del disciplinare

afferma in modo perentorio che “La dicitura *Amarene Brusche di Modena*’ è intraducibile”, non ammettendone la riformulazione secondo altre perifrasi italiane sulla stessa etichetta.

Sempre sul disciplinare, un altro articolo¹² spiega i presupposti e gli obiettivi di questo tentativo di dare cittadinanza ad un sapore, a un prodotto e alla prassi gastronomica (e industriale) che i primi due sottendono. Si tratta di una sorta di fenomenologia storica delle prassi culinarie locali che deve dar prova di una particolare *origine e reputazione* del prodotto in questione. Un primo livello di manifestazione di un prodotto ascrivibile alla medesima denominazione dell’attuale IGP, anche se l’ha preceduta, si colloca in un particolare *saper fare* “tramandatosi fedelmente nel tempo”. Potremmo dire dunque che è una prima modificazione modale della competenza “della popolazione del luogo” a fungere da segno per l’esistenza di un certo prodotto. Come ha notato recentemente Paolo Fabbri¹³, una modalità attuale (come il *saperè*), costruisce un mondo in attesa di essere tradotto da particolari sostanze dell’espressione. Questo mondo, nel nostro caso, prima ancora di realizzarsi quindi in un prodotto riconoscibile e denominabile (come quello oggetto della odierna IGP) è “rinomato e apprezzato principalmente per la naturalità del processo produttivo”, che aveva come premessa la “necessità della rapida trasformazione di un frutto di ridotta conservabilità”. Il mondo attuale è così traducibile in un particolare processo nel quale viene finalmente svelato in cosa consiste la qualifica di “naturalità”: esso era

basato sulla concentrazione per evaporazione termica del frutto, senza l’impiego di addensanti coloranti o conservanti, l’alto contenuto di frutta rispetto allo zucchero immesso e l’assenza di ulteriori successivi passaggi di lavorazioni prima del confezionamento.

Il secondo piano di manifestazione è di tipo geografico e presenta una focalizzazione temporale storicizzata e insieme una procedura di attorializzazione astratta. “L’origine e la reputazione” della confettura vengono cioè prese in esame grazie all’“esistenza di un distretto produttivo” che può essere fatto risalire fino ai primi decenni dell’800. Per poter parlare di ciò, due tipi particolari di interpretanti vengono utilizzati: una realtà¹⁴ di *filiera* e una realtà di tipo casalingo, ognuna classificata a partire da prassi e procedimenti tipici legati alla trasformazione delle amarene. Quindi abbiamo per prima cosa

numerose aziende agricole cerasicole oltre a centri di raccolta e frigoconservazione della frutta, nonché diversi laboratori artigianali e piccole e medie aziende di produzione della confettura.

oppure esperimenti di “coltivazione intensiva delle piante di ciliegio”, a qualificare i diversi stadi di una catena produttiva. Abbiamo poi

l’usanza “di contornare i casolari di campagna di piante di ciliegio allo scopo di fare sciroppi, conserve, confetture, budini e torte” considerata l’esistenza di una consolidata tradizione di attività di preparazione del prodotto a livello familiare nella provincia agricola modenese.

Da ciò si deduce la contemporanea qualificazione di una materia prima e insieme “di una consolidata tradizione di attività di preparazione del prodotto a livello familiare”, come testimonianza di una parallela realtà produttiva di tipo casalingo. A questo tipo di attività fanno da contraltare le numerose ricette di preparazione della confettura, in alcuni casi addirittura seicentesche.

Infine, un ultimo piano di manifestazione della “reputazione” della nostra denominazione IGP, grazie al quale può aggiornarsi la sua forma normata di risultato realizzabile attraverso un disciplinare di produzione, è costituito da un’equivalenza istituita tra materia prima e prodotto, dal punto di vista delle “caratteristiche organolettiche e qualitative”. Grazie ad esse, per prima cosa il prodotto *confettura* viene detto “distinguersi con decisione da tutti gli altri prodotti appartenenti alla stessa categoria merceologica”. Si sta quindi facendo appello in questo caso alla fiducia in una evidenza fenomenica, basata su una differenza percepibile della confettura da tutti gli altri prodotti analoghi. Si rimanda quindi implicitamente a un programma narrativo di conferma sensoriale di questa rilevanza, sulla base di una verifica gustativa. Questo tipo di qualità è messo in correlazione diretta (“tali caratteristiche sono poi il felice risultato”) con i “requisiti organolettici e chimico-fisici della materia prima [...] tali da ottenere produzioni di alto livello qualitativo e merceologico ben rinomati”.

Quali sono questi requisiti? Per scoprirli dobbiamo fare un passo indietro e tornare al punto del disciplinare dove si parla ancora di *processo* e quindi dove vengono istituiti i passaggi di traduzione “intermateriale” tra il prodotto finito e la materia prima attraverso trasformazioni e procedure successive¹⁵. Preliminarmente rispetto alle amarene, la focalizzazione sulla materia prima si concentra sugli alberi e sui metodi di frutticoltura. La trasformazione di sostanze, dall’albero all’amarena, in questo caso è guidata da un appello ancora una volta al mondo aggiornato del *saper fare agricolo* (“condizioni ambientali e di coltura [...] tradizionali della zona [...] atte a conferire al prodotto le specifiche caratteristiche”). Esso è seguito da un elenco delle procedure tipiche di questa competenza (“sesti di impianto”, “forme di allevamento”, “sistemi di potatura”). Si passa poi al “momento della raccolta”, dove vengono finalmente descritti i requisiti organolettici e chimico-fisici dei frutti¹⁶:

il frutto deve essere maturo, deve cioè presentare una colorazione uniforme su almeno il 90% dei frutti e presentare le seguenti caratteristiche:

- colore epidermide: da rosso chiaro a rosso cupo;
- colore polpa: giallo o aranciato;
- colore succo: da incolore a giallastro;
- contenuto in zuccheri: > 16° brix;
- contenuto in acidi: da medio a medio elevato > 18 g/l acido malico;
- resa in succo: > 75%.

Questo fondamentale “input” di materia prima, attraverso diversi passaggi procedurali¹⁷, dalla denocciolatura al confezionamento, culminanti nel processo cuore di tutta la produzione, coincidente con le già nominate “pratiche di produzione tradizionali, riconducibili alla metodologia della concentrazione per evaporazione termica del frutto”, sfocia alla fine nella tanto agognata Confettura Amarene Brusche di Modena IGP. L’output di tipo organolettico e qualitativo del prodotto alla fine è rivelato ed è “dato dal buon equilibrio tra il gusto acido e quello dolce”, demandando un surplus di confidenza in una competenza sensoriale del destinatario, che sia in grado appunto di riconoscere un connubio complesso di sapori del quale è valorizzato euforicamente il bilanciamento, l’equilibrio.

Se si fa una valutazione complessiva, quello che colpisce di un disciplinare IGP è proprio questo tipo di appelli di completamento implicito. Non è cioè tanto quello che dice e prescrive, ma è piuttosto quello che non dice e a cui rimanda implicitamente. Per prima cosa non possiamo chiedere a un disciplinare un discorso scientifico di tipo causale ed esplicativo: non vengono cioè illustrati mai i *perché* e i *per come* della trasmutazione delle sostanze da amarene “mature” e di “colorazione uniforme per il 90%” a una confettura dal gusto dolce e acido ben equilibrato. Se volessimo capire *perché*, sulla base di quali fenomeni fisici, chimici etc., si passa da una certa materia prima a un certo prodotto finito, rimarremmo profondamente delusi. Il testo non è fatto per capire cause, ma per appropriarsi di, e socializzare procedure. Di conseguenza la trasformazione di sostanze non è descritta tramite un campionamento fine di passaggi che la interpoli, ma attraverso salti, in modo “digitale” lacunoso. Sembra chiedermi implicitamente di fidarmi, semplificando e riducendo le informazioni di cui mi devo ricordare: “Vedi, se segui questi pochi e relativamente semplici passaggi ti prometto che otterrai un prodotto che si distingue dagli altri, di comprovata origine e reputazione”.

In secondo luogo, quindi, il testo richiede un surplus di tipo fiduciario per il suo completamento: “Fidati, si fa così. Anche se non ti faccio capire il perché, ti sto trasmettendo una procedura nel modo più semplice e riproducibile”. Infine, richiede competenze sensoriali e la valutazione degli output di processo, per verificare che si è ottenuto qualcosa che si distingue da tutto il resto, nel medesimo settore merceologico. È in questo senso quindi che si può comprendere anche la seconda accezione di prodotto come “qualcosa che è messo davanti” per essere sottoposto a giudizio. La sua messa in

forma procedurale, che lo dota di una nuova esistenza, in quanto assemblaggio di tempi, spazi e attori, risultato della disciplina IGP, non lo esime da un completamento esterno alla disciplina stessa, da una *compresenza* con qualcuno che lo possa sanzionare da un punto di vista sensoriale: capace cioè di avvertire il gusto ben equilibrato dolce e acido tipico di Modena.

Questo tipo di ultime verifiche sono proprio quanto prescritto dall’Art. 7, ma non si fermano a una sanzione finale di tipo organolettico (che anzi verrà interdefinita in un suo interpretante di tipo chimico-fisico¹⁸). Sappiamo infatti che le normative che regolamentano la IGP prescrivono in modo congiunto sia la disciplina che il *Piano dei controlli*¹⁹: nelle pratiche che esso prescrive le procedure del disciplinare vengono riaffermate e la loro effettiva esecuzione monitorata, pena l’espulsione e l’esclusione dal *pool* degli attori autorizzati a produrre la confettura extra oggetto di tutela. Dopo una procedura di inclusione, il piano prevede quindi procedure di verifica dei requisiti di mantenimento dell’autorizzazione e procedure di esclusione qualora questi requisiti non vengano rispettati.

In generale, come recita l’Art. 7, il piano è ciò che regola “il controllo sulla conformità del prodotto”. Si può pensare che questa “somiglianza di forma” sia sancita da un qualche tipo di valutazione finale sul gusto e sul sapore della confettura rispetto a un certo tipo di esemplare prototipico, ma non è solo questo. La *conformità* è primariamente procedurale, ovvero la messa in forma, l’instaurazione di un particolare prodotto-confettura come un’invariante codificata merceologicamente rispetto alle variazioni del settore dipende dal rispetto delle procedure stabilite dal disciplinare: *non è conforme* (e quindi non è traducibile nella *forma* delle Amarene Brusche di Modena) *ciò che non aderisce a queste procedure*. Quindi il piano identifica e istituisce per ogni fase produttiva delle pratiche di controllo, dalla coltivazione al conferimento della materia prima, dall’immissione in stabilimento al confezionamento ed etichettamento del prodotto finito, sia in un regime di autonomia (autocontrollo) sia grazie a un regime ispettivo etero-gestito (dall’organismo certificatore CSQA). L’autocontrollo deve essere in grado di produrre documentazione idonea a comprovare questa conformità e di conservarla, dato che l’organismo ispettivo richiede in modo programmato una sua verifica tramite l’accesso a questa documentazione. Ecco allora che il prodotto *viene messo davanti per essere giudicato*, tramite la produzione di un’evidenza, come già il suo significato etimologico ci aveva fatto sospettare dovesse essere il caso. E a ben vedere il lessico che ha radice *pro-* è in sovrabbondanza all’interno del documento del piano dei controlli. Non solo *prodotto*: *procedura*, *provenienza*, *protezione*... Tutto questo essere *davanti*, essere messo sotto gli occhi corrisponde ad una precisa prassi enunciazionale che costruisce conformità di prodotto tramite una *catena di rappresentazioni*²⁰. Del resto l’incedere del prodotto,

il suo *movimento in avanti* è anche tipico della *procedura* (dal latino *pro*="innanzi" e *cedere*="ritirarsi, camminare"), senonché il suo senso etimologico è dato anche dall'accezione principale di "agire in giustizia", tipico di un *processo*, nell'accezione legale del termine. In conclusione quindi, il disciplinare IGP prima e il relativo piano dei controlli poi, mostrano come un dispositivo di presentificazione di una determinata forma di prodotto (la confettura extra *Amarene Brusche di Modena*) sia basato congiuntamente su una prassi discorsiva di tipo normativo e su una sua estensione procedurale, che prevede un completamento sanzionatorio, sia dal punto di vista di produzione di evidenza documentale, sia dal punto di vista di un competenza sensoriale di tipo gustativo.

5. Parmigiano Reggiano: produzione vs disciplinare

Non è un caso se il Parmigiano Reggiano ha conquistato l'epiteto di "re dei formaggi": è un alimento completo, deriva da una delle produzioni casearie più antiche a noi note e il mondo intero lo riconosce come prodotto italiano di qualità.

Il marchio di tutela ha permesso di difendere il prodotto da tutte le imitazioni che, soprattutto all'estero, lo minacciano: un caso su tutti quello rappresentato dal "parmesan cheese".

Secondo alcuni siti di promozione turistica, le origini del Parmigiano Reggiano risalgono al 1254, mentre la prima testimonianza letteraria appartiene al Decamerone (1344). Così Giovanni Boccaccio descrive il Paese del Bengodi:

Et eravi una montagna tutta di formaggio Parmigiano grattugiato, sopra la quale stavan genti, che niuna altra cosa facevan, che fare maccheroni e ravioli e cuocerli in brodo di capponi, e poi li gittavan quindi giù, e chi più ne pigliava, più se n'aveva.

Fin dalle origini il prodotto entra a far parte di un repertorio alimentare legato all'abbondanza, al sapore e alla buona tavola. Da una parte esiste quindi la letteratura che ne esalta le origini antiche e nobili, dall'altra i processi di produzione, la tutela e il disciplinare aprono mondi e istruzioni molto differenti. Nel mezzo sta il tentativo di Territori.Coop di rendere divulgativi i valori del marchio e della Denominazione di Origine Protetta.

La DOP è un marchio di tutela giuridica di quegli alimenti che dipendono essenzialmente da un territorio. Nell'art.1, paragrafo 1 del regolamento CE n 519/2006 leggiamo che con tale definizione si intende

il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare originario di tale regione, di tale luogo determinato o di tale paese, la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico, inclusi i fattori naturali e

umani, e la cui produzione, trasformazione e elaborazione avvengono nella zona geografica delimitata.

Per quanto riguarda il Disciplinare di produzione²¹ questo prodotto può fregiarsi del marchio se rispetta le istruzioni legate al territorio di origine, allo standard alimentare delle bovine da latte, ai processi di lavorazione, alla stagionatura e alla selezione qualitativa che precede la marchiatura. Il marchio di tutela sigilla un prodotto e lo identifica come conforme alle caratteristiche presenti nel disciplinare. Ogni forma marchiata Parmigiano Reggiano deve essere ripetibile e presentare per qualità visiva, olfattiva e di gusto i medesimi standard indipendentemente da chi l'ha prodotta o stagionata. Nello specifico il Parmigiano Reggiano deve avere le seguenti caratteristiche:

- forma cilindrica a scalzo leggermente convesso o quasi diritto, con facce piane leggermente orlate;
- dimensioni: diametro delle facce piane da 35 a 45 cm., altezza dello scalzo da 20 a 26 cm.;
- peso minimo di una forma: kg. 30;
- aspetto esterno: crosta di colore paglierino naturale;
- colore della pasta: da leggermente paglierino a paglierino;
- aroma e sapore della pasta caratteristici: fragrante, delicato, saporito ma non piccante;
- struttura della pasta: minutamente granulosa, frattura a scaglia;
- spessore della crosta: circa 6 mm.;
- grasso sulla sostanza secca: minimo 32%.

In questo senso dunque il marchio di tutela vuole favorire uniformità qualitativa al fine di tutelare chi produce perché, se vengono rispettate le istruzioni del processo produttivo, è possibile vendere un prodotto a un determinato prezzo di mercato. Esso intende inoltre tutelare anche coloro che acquistano perché, riconoscendo il marchio, essi possono identificare le caratteristiche qualitative di ciò che consumano. Il sigillo apposto dall'esperto del Consorzio di tutela ha una duplice funzione: far riconoscere il prodotto e mostrare la sua appartenenza a un territorio e a uno standard produttivo. L'esperto detiene un notevole potere sia perché può decidere la storia di una forma sia perché, grazie ad alcuni strumenti e a una notevole esperienza, è in grado di riconoscere il gusto attraverso un'analisi tattile, di udito e olfattiva. Come un moderno *faber* egli si dota di strumenti (il martelletto percussore, l'ago a vite e il tassello) e compie alcuni importanti gesti: l'esame visivo della forma, la battitura (percussione del martelletto sulla forma), la spillatura (estrazione di una minima quantità di pasta per comprenderne la consistenza) e la tassellatura (estrazione eccezionale di una porzione maggiore di pasta in caso di incertezza di giudizio). Il disciplinare diventa un rito e la sanzione positiva determina il riconoscimento di prodotti tutti uguali a se stessi per forma, colore, sapore e qualità. Eppure ogni forma non è uguale a se stessa perché derivante da materia prima

differenti. Il latte prodotto un lunedì di agosto da una vacca a Reggio Emilia non sarà mai uguale a quello di una vacca allevata sulle colline parmensi in gennaio. La copia in questo caso non è tra un Parmigiano Reggiano originale e le singole forme prodotte, ma piuttosto tra quest'ultime, tramite l'adesione e ripetizione alle istruzioni presenti nel disciplinare. La prova di questa uguaglianza è invece nel marchio che ne decreta la conformità. Eppure il *discorso* intorno al Parmigiano Reggiano ha costruito il mito dell'archetipo: un formaggio originario dal sapore straordinario perché prodotto con ingredienti superiori, in un territorio incontaminato e con una sapienza antica.

Nella costruzione del mito sul prodotto, il linguaggio pubblicitario/promozionale ha potuto far leva su una solida storia, che si intreccia con le vicende del territorio di produzione. La riuscita del racconto si deve proprio a questa fitta trama che lega il Parmigiano Reggiano ai costumi e ai fatti che hanno segnato i secoli. Furono i monaci Benedettini e Cistercensi ad affinare il processo nei monasteri di San Giovanni a Parma e San Prospero a Reggio Emilia, di San Martino di Valserena e di Fontevivo a Parma, ma anche i contadini locali che lo lavoravano in piccoli *caselli*, costruzioni a pianta quadrata o poligonale. Grazie agli scambi commerciali sviluppati dai monaci, il prodotto poté estendere la sua diffusione fino alle coste del Mediterraneo. Lo sviluppo economico del 1400 diede ulteriore linfa alla sua lavorazione: monaci e feudatari investirono sempre di più nella fabbricazione del formaggio, le cui forme raggiungevano ormai i 18 kg. Il vero cambiamento avvenne però solo con il diffondersi delle *vaccherie* di proprietà, vere e proprie aziende che disponevano anche di un caseificio per la trasformazione del latte, accanto alle stalle. Il proprietario era affiancato da *turnari*, ovvero mezzadri che lavoravano a turni, e deteneva la conoscenza sulla modalità di produzione del formaggio.

L'elemento geografico è fondamentale per capire la peculiarità di questo prodotto: per la produzione occorrono prati ampi e ricchi d'acqua – tali da nutrire mucche di grande taglia buone produttrici di latte - e presenza di sale per la caseificazione. Questo connubio poté verificarsi tra Fontanellato (Parma), Montecchio e Campegine (Reggio nell'Emilia), zone in cui era possibile avere a disposizione ampi terreni e il sale proveniente da Salsomaggiore.

La trasformazione di un alimento locale in un simbolo del *made in Italy* avvenne solo agli inizi del 1900, grazie a un'innovazione tecnologica nella fabbricazione (l'invenzione del siero innesto e del riscaldamento a vapore) e a un mutamento economico complessivo che portò alla nascita delle cooperative. In breve tempo si diffuse un nuovo modo di pensare il formaggio e di tutelarlo: nel 1928 a Reggio Emilia alcuni caseifici si unirono per dare vita al Consorzio del Grana Reggiano, mentre i vicini parmigiani iniziarono a usare sul formaggio un marchio (FP) per distinguerlo da altre forme. Nel 1938

comparve finalmente il nome "Parmigiano Reggiano". Tra il 1954 e il 1955 vide la luce il Consorzio di tutela e vennero definite le caratteristiche del prodotto e del processo produttivo. Grazie a un Regolamento di alimentazione delle bovine, i produttori scelsero di bandire l'uso dei foraggi insilati nella produzione del latte e, parallelamente, di proibire gli additivi e i conservanti nella produzione del formaggio. Tali scelte si rivelarono vincenti e lo portarono all'attuale livello qualitativo. Quando nel 1992 la Comunità Economica Europea approvò il Regolamento sulle Denominazioni d'Origine Protette (DOP) iniziò il processo di riconoscimento che condusse il Parmigiano Reggiano a ottenere il marchio DOP nel 1996.

La lunga storia e il grado di immutabilità nel tempo sono i primi argomenti a favore della qualità di un prodotto. Come si legge nel sito di Emilia Romagna Turismo, "Il Parmigiano-Reggiano, tra i formaggi più antichi che si conoscano, si produce oggi come otto secoli fa con gli stessi ingredienti, la stessa tecnica, la stessa cura artigianale", mentre nel sito del Consorzio di Tutela si afferma che "il Parmigiano-Reggiano si fa oggi con gli stessi ingredienti di nove secoli fa, negli stessi luoghi, con gli stessi sapienti gesti rituali. I maestri casari, oggi come una volta, continuano a produrre questo formaggio con il latte pregiato della zona d'origine, caglio naturale, sale e nessun additivo, in modo artigianale e con la stessa passione e lealtà". Il passato diventa sinonimo di processo naturale e sicurezza, a garanzia di un risultato eccellente non solo in termini di bontà, ma anche di salute. Il contenuto implicito nel disciplinare in questione è la descrizione idilliaca di uno scenario non più attuale: otto secoli fa gli ingredienti e il processo erano senza dubbio molto diversi da quelli odierni. Evocare questo passato basta a scongiurare, nella percezione del lettore, questioni spinose come l'impiego di OGM per l'alimentazione delle vacche coinvolte nella produzione.

Eppure la contraddizione tra mondi economici e produttivi differenti salta agli occhi in modo macroscopico: il processo di produzione è stato alterato dall'innovazione tecnologica di inizio '900; la vacca rossa reggiana è oggi sostituita dalla Frisona, più produttiva e adatta alla trasformazione industriale; la lealtà dei casari è legata all'osservanza di un disciplinare e non ai valori della terra e della storia. L'operazione di immagine portata a termine nel corso dei decenni ha traghettato il Parmigiano Reggiano verso l'attuale scenario industrializzato con un utile corredo mitico, dove la narrazione intorno al prodotto ricorda il passato e al consumatore si forniscono buoni elementi per immaginare sapori e standard superiori a quelli attuali. Se la frutta mangiata dai nonni aveva un sapore che oggi non esiste più, il Parmigiano Reggiano può conservare il suo gusto grazie all'osservanza di un processo antico di lavorazione. Nonostante le tecnologie e le procedure attuali si siano ampiamente trasformate, soprattutto per l'introduzione

di norme molto restrittive in campo igienico-sanitario. L'alimento è nel suo raccontarsi legato al passato mitico e a un processo che esalta la perfezione della natura come se questa fosse espressione di un paradiso perduto (Marrone 2011) in cui territorio, lavorazione e prodotto sono fusi in un'unica realtà e lontani dai meccanicismi del processo di produzione che richiede conoscenza, pratica e istruzioni precise per ottenere sempre un formaggio con le stesse caratteristiche organolettiche, qualitative e di gusto. Le pianure ricche di acqua per l'allevamento, le saline e le vacche rosse si sono trasformate in aziende altamente tecnologizzate, in impianti produttivi legati ai tempi del disciplinare e delle richieste del mercato sempre più pressanti perché provenienti anche dall'estero. Eppure il discorso intorno al Parmigiano Reggiano si concentra sul legame tra qualità come espressione di tecniche e caratteristiche di quasi "otto secoli fa".

Anche il territorio descritto nei testi legati al prodotto è completamente trasformato: la pianura padana non è certo un luogo paradisiaco dal punto di vista ambientale essendo una delle zone più industrializzate del nostro Paese. Eppure il Parmigiano Reggiano DOP diventa un perno fondamentale per il marketing territoriale delle zone di origine. Tale aspetto, sviluppato già nel 2006 dal Consorzio in un convegno dal titolo "Il Parmigiano Reggiano ed il Marketing territoriale: ruolo del prodotto tipico per il mantenimento e lo sviluppo dell'economia rurale e del turismo locale", sarà la fortuna di quei caseifici colpiti dal sisma del 29 maggio 2012. Il Parmigiano Reggiano è riconosciuto come prodotto emiliano e si trasforma subito nel suo simbolo.

Se la comunicazione commerciale del prodotto esalta il rapporto con il territorio descrivendo il formaggio come buono perché *tipico*, non manca una produzione di testi scientifici e giornalistici che dimostrano come lo stesso prodotto è fondamentale per la tutela della biodiversità delle zone di produzione. Da una ricerca condotta dalla Lipu-Bird Life nel 2007 infatti sembrerebbe che le zone agricole dedicate alla produzione del Parmigiano-Reggiano ospitano un maggior numero di specie di uccelli rispetto ad altre aree della Pianura Padana grazie alla maggiore presenza di erba da foraggio e di prati stabili, che offrono agli uccelli buone opportunità per nidificare. Si invertono le parti: non è più e solo il territorio a far bene il prodotto ma viceversa.

Analizziamo alcuni dettagli sul tempo di produzione (arrivo della materia prima, stagionatura, confezionamento), gli strumenti e la conformazione dell'ambiente in cui avviene la trasformazione del formaggio. Nel disciplinare leggiamo che "Il latte della mungitura della sera e quello della mungitura del mattino sono consegnati integri al caseificio entro due ore dalla fine di ciascuna mungitura". Tale norma era sicuramente osservata quando il casello si trovava nelle immediate vicinanze delle stalle, ma certamente impossibile laddove le stalle si trovavano a distanze superiori, in un'epoca

in cui i mezzi di trasporto non erano efficienti come ai giorni nostri.

Secondo il disciplinare, "la coagulazione del latte, ottenuta con l'uso esclusivo di caglio di vitello, è effettuata nelle caldaie tronco-coniche di rame per ottenere fino a due forme per ciascuna caldaia." Ma le caldaie sono uno strumento introdotto solo negli ultimi 110 anni e sicuramente, anche in questo campo, la ricerca di una maggiore efficienza ha permesso di migliorare in modo significativo la qualità del prodotto rispetto alle produzioni dei monaci benedettini e cistercensi. Anche le esigenze non sono più le stesse: alla pratica culturale della trasformazione della materia prima in caglio e successiva stagionatura, si è aggiunta l'ambizione di migliorare il numero di forme prodotte e, di conseguenza, commercializzate.

L'ambiente in cui avviene il processo di caseificazione deve essere incontaminato e la materia prima sottoposta a severi controlli chimico-fisici per garantire la massima sicurezza alimentare. Analisi impensabili fino a poche decine di anni fa quando i caselli erano spesso legati alle architetture tradizionali: con una struttura poligonale, erano caratterizzati da finestre senza filtri rispetto allo scambio d'aria con l'esterno. Le mosche, tipiche della zona, potevano dunque entrare indisturbate negli ambienti di produzione, mentre il riscaldamento a fuoco diretto (abbandonato a partire dal 1975) non garantiva la temperatura di 55 gradi centigradi da disciplinare.

Il testo pubblicato da Territori.Coop descrive l'aspetto mitico introducendo il caseificio come luogo che "vive al ritmo di un'altra epoca, legato com'è alla produzione del latte e ai rigidi tempi di caseificazione" con esigenze di informazione nei confronti del consumatore. La qualità del prodotto non proviene solo dagli elementi che compongono il formaggio ma da controlli che possono essere divisi in "verifiche sapienziali" e "verifiche scientifiche". La prima tipologia comprende il sapere del maestro assaggiatore che analizza la forma stagionata con il battito del martello e con l'analisi olfattiva e gustativa; la seconda invece è di tipo scientifico dal momento che "il sistema informatico adottato da Parmareggio consente di gestire la documentazione e di creare un archivio utile alla tracciabilità dei prodotti". Un sistema di controllo non vive senza l'altro e il "segreto" del prodotto rimane nascosto tra le due culture, tradizionale e moderna, senza nessuna esclusione.

Il racconto delle caratteristiche che fanno del Parmigiano Reggiano prodotto dall'azienda non viene esplicitato né in termini strettamente scientifici, mostrando le caratteristiche proprie del disciplinare o le fasi del processo di produzione, né con un linguaggio mitologico che richiama a gesti, luoghi o sapienze legate al passato. Nell'articolo infatti si costruisce un discorso nuovo, con l'esigenza di rendere moderno il prodotto, che diventa buono perché controllato in termini igienico-sanitari, ma anche perché frutto di un processo di lavorazione tracciabile e che garantisce la sicurezza del lavoro delle persone che lo producono.

La bontà alimentare non legata a una natura incontaminata favorisce l'apertura a una riflessione: esiste un sapore o un alimento del passato migliore di quello di un prodotto moderno? Possiamo pensare che il formaggio di una volta – confezionato con materie prime non controllate in ambienti non protetti – possa essere migliore di quello appartenente a una filiera di produzione monitorata in ogni sua singola fase? Domanda apparentemente banale ma importante per capire che, nel campo della produzione alimentare, se da una parte l'adesione a un insieme di istruzioni garantisce la riproducibilità e quindi la commercializzazione, dall'altra tale conformità favorisce la perdita delle caratteristiche che contrassegnano il prodotto come *frutto del locale*. Non sarà mai possibile riprodurre le condizioni ambientali di un caseificio e di un ambiente di stagionatura se non per quanto riguarda le caratteristiche termiche perché aria e possibili variazioni nelle materie prime fanno di ogni forma un prodotto unico.

In questo senso dunque l'adesione alla norma non garantisce una vera e propria qualità se per essa intendiamo "unicità" e "particolarità", ma piuttosto un'adesione a un prototipo mitico che può essere riprodotto anche in territorio con caratteristiche simili ma distanze differenti dal luogo di nascita originario e da persone con sapere differente ma che si adeguano alla norma. Una sicurezza in termini commerciali, una perdita in termini di specificità di ciò che si acquista e si consuma. Specificità non tanto persa nella produzione, ma filtrata piuttosto dal discorso DOP sul prodotto, che deve comunicarne conformità (forma prototipica) e aderenza rispetto un passato mitico.

6. Conclusioni

La nostra breve incursione nei discorsi dei marchi DOP e IGP ci ha mostrato come i *prodotti* alimentari oggetto di queste discipline siano sempre oggetti semiotici costruiti secondo procedure peculiari. Per prima cosa una dottrina della *conformità* che dovrebbe produrre una *similarità di forma*, duplicabile e standardizzata, significa in realtà aderenza procedurale del prodotto a un insieme di istruzioni replicabili ed esportabili. Un esemplare di Parmigiano Reggiano o di Confettura Extra Amarene Brusche di Modena sono "forme" instaurate grazie ad assemblaggi locali fortemente contestualizzati e contingenti, ma che prevedono al tempo stesso il filtraggio discorsivo di tutte le singolarità e accidentalità non prevenibili legate all'ambiente di produzione. Queste forme arrivano a caricarsi di una valenza prototipica che fa riferimento a un passato mitico, del quale vengono tradotti e trasferiti saperi e sapori inalterati, intesi come mondi *sempre* atualizzabili in determinate sostanze alimentari.

In secondo luogo, i discorsi dei disciplinari di produzione non mettono in grado di comprendere completamente le *ragioni* di un sapore o di una specificità e unicità territoriale. Sono piuttosto insiemi procedurali



normati, intesi a socializzare un metodo di produzione e l'aderenza ai requisiti che esso prevede. Da questi testi è sempre richiesto un completamento pragmatico: sia dal punto di vista di un'adesione di tipo fiduciario, sia dal punto di vista di un surplus sensoriale situato, richiesto non tanto per definire la prototipicità dell'alimento, quanto piuttosto per comprenderne proprio le ragioni della sua unicità e qualità.

Note

- 1 Costituita da Coop Casarsa, Consumatori Nordest, Eridana, Estense, Reno, Ipercoop Sicilia, Trento Sviluppo.
- 2 Abruzzo, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Mantova, Marche, Puglia e Basilicata, Sicilia, Trentino Alto Adige, Veneto.
- 3 Fonte: http://www.gdoweeek.it/articoli/0,1254,44_ART_3421,00.html consultato il 18/05/2013.
- 4 Carni e salumi; pesce; latte, formaggi e derivati; frutta e verdura; pasta e riso; prodotti da forno e dolciari; condimenti e conserve di verdure; miele e confetture; vini, birre e caffè.
- 5 Per questa e le altre definizioni si è consultata la versione web del Vocabolario Etimologico della Lingua Italiana di Ottorino Pianigiani: www.etimo.it (consultato il 21/5/2013).
- 6 <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/6%252F1%252Fe%252FD.fac2888d17bbbe769c6e/P/BLOB%3AID%3D3335>, consultato il 15/04/2013.
- 7 Art. 1, “Denominazione”, p. 1.
- 8 Art. 5, “Metodo di ottenimento”, p. 2.
- 9 In generale sappiamo che la disciplina dell’IGP prescrive solamente che almeno una delle fasi del processo produttivo sia circoscritta in una particolare area. Nel nostro caso, sia la coltivazione che la produzione devono avvenire in una precisa area produttiva tra il modenese e il bolognese. L’Art. 3 (“Zona di produzione”, pp. 1-2) definisce infatti che: “La zona di coltivazione dei frutti e di produzione della confettura “Amarene Brusche di Modena” IGP è rappresentata esclusivamente dal territorio amministrativo dei comuni di Bastiglia, Bomporto, Campogalliano, Camposanto, Carpi, Castelfranco Emilia, Castelnuovo Rangone, Castelvetro di Modena, Cavezzo, Concordia sul Secchia, Finale Emilia, Fiorano Modenese, Formigine, Guiglia, Maranello, Marano sul Panaro, Medolla, Mirandola, Modena, Montese, Nonantola, Novi di Modena, Pavullo nel Frignano, Prignano sul Secchia, Ravarino, S. Cesario sul Panaro, S. Felice sul Panaro, S. Possidonio, S. Prospero sul Secchia, Sassuolo, Savignano sul Panaro, Serramazzoni, Soliera, Spilamberto, Vignola, Zocca, in provincia di Modena e dal territorio limitrofo della Provincia di Bologna, limitatamente ai seguenti comuni: Anzola nell’Emilia, Bazzano, Castel d’Aiano, Castello di Serravalle, Crespellano, Crevalcore, Monte S. Pietro, Monteveglio, San Giovanni in Persiceto, Sant’Agata Bolognese, Savigno, Vergato”. Si tratta perciò di 36 comuni del modenese e di 12 comuni del Bolognese.
- 10 Usiamo questo termine nell’accezione di Barthes, ma anche nel senso comune dell’espressione quando la si usa per indicare un processo di costruzione di una determinata cittadina geografica.
- 11 Si ricorre infatti alla locuzione *sour cherry*, traducibile con “ciliegia acida”.
- 12 Art. 6, “Legame con l’ambiente”, pp. 4-5.
- 13 Natura, naturalismo, ontologia: in che senso? Conversazione con Gianfranco Marrone, in www.ec-aiss.it, consultato il 1/4/2013.
- 14 Leggi “assemblaggio” o “concatenamento” (Mattozzi 2006) di attori tempi e spazi, secondo la terminologia di Latour.
- 15 Art. 5, “Metodo di ottenimento”, p. 2.
- 16 Art. 5, p. 3.
- 17 Art. 5, pp. 3-4.

- 18 Nel Piano dei controlli, p. 10 leggiamo: “Al momento dell’immissione al consumo la confettura Amarene Brusche di Modena I.G.P. presenta le seguenti caratteristiche chimico fisiche [...]: Aspetto esteriore: consistenza morbida, caratteristico colore rosso bruno intenso con riflessi scuri; Indice rifrattometrico a 20°C tra 60 e 68 gradi brix; Tenore di aspro caratteristico (acidità), [...] pH compreso tra 2,5 e 3,5”.
- 19 Questo documento ci è stato gentilmente fornito dai responsabili di Conserve della Nonna.
- 20 Latour definisce con questo termine la produzione di testi (immagini, risultati analitici, diagrammi, etc...), tramite la quale l’esistenza di una certa entità viene costruita. Nel nostro caso facciamo riferimento alla documentazione di laboratorio o di azienda prodotta nelle analisi di conformità e nelle certificazioni di protocollo.
- 21 Si veda il sito www.parmigiano-reggiano.it (consultato il 10 marzo 2013).

Bibliografia

- Barthes R., 1964 *Éléments de Sémiologie*, Paris, Gonthier; trad. it. *Elementi di semiologia*, Torino, Einaudi, 1966,
- Basso Fossali, P., 2011, “Semiotica e sicurezza alimentare”, in *Semioticaviva*, <http://www.semioticaviva.com/germinazioni/semiotica-e-sicurezza-alimentare-2/488>, consultato il 20/05/2013
- Boccaccio, ed. 1990, *Il Decamerone*, Firenze, Giunti.
- Marrone, G., 2011, *Addio alla Natura*, Torino, Einaudi.
- Mattozzi, A., a cura, 2006, *Il senso degli oggetti tecnici*, Meltemi, Roma.

Sitografia

- http://www.gdoweeek.it/articoli/0,1254,44_ART_3421,00.html, consultato il 18/05/2013.
- <http://www.semioticaviva.com/germinazioni/semiotica-e-sicurezza-alimentare-2/488>, consultato il 20/05/2013.
- <http://www.etimo.it/>, consultato il 21/05/2013.
- <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/6%252F1%252Fe%252FD.fac2888d17bbbe769c6e/P/BLOB%3AID%3D3335>, consultato il 15/04/2013.
- <http://www.parmigiano-reggiano.it>, consultato il 10 marzo 2013.